

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO – UNIGRANRIO
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ECSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
DOUTORADO EM ADMINSTRAÇÃO

Marta Cristina Nunes Cruz Fleming

ENSINO COMERCIAL NO BRASIL E SUAS RELAÇÕES COM
O ENSINO DE MARKETING: UMA ANÁLISE DO PERÍODO
1809 A 1950

Tese de Doutorado

Rio de Janeiro – RJ
2021

Marta Cristina Nunes Cruz Fleming

**ENSINO COMERCIAL NO BRASIL E SUAS RELAÇÕES COM
O ENSINO DE MARKETING: UMA ANÁLISE DO PERÍODO
1809 A 1950**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO) como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Administração.

Linha de Pesquisa: Organização, Sociedade e Desenvolvimento.

Orientador: Prof. Dr. João Felipe Sauerbronn

Rio de Janeiro – RJ

2021

AGRADECIMENTOS

Não existe Introdução, Objetivos, Delimitação do Estudo, tampouco Fundamentação Teórica, muito menos Metodologia, capaz de expressar de forma estruturada o sentimento de gratidão de concluir um trabalho como este, que envolve parte na minha vida. Escrever, neste espaço, mais do que cumprimento de um rito em trabalhos desta natureza, significa expressar agradecimentos infinitos a pessoas que, de uma forma ou de outra, foram importantes ao longo do doutorado.

Prioritariamente, agradeço à Unigranrio por me proporcionar ensino de qualidade como doutoranda em Administração. A Rejane Prevot, coordenadora do programa, por sua compreensão e apoio. Ao professor Thiollent, tenho muito orgulho em ter sido sua aluna. Ao professor Ayrosa, meu muito obrigada pela sua acolhida. Agradeço, também, aos professores Denise Barros e Sergio Wanderley por suas contribuições a este trabalho. Agradeço a todos os meus colegas de doutorado, em especial, Flavia Cupolillo, Marluce Lodi, Daniel Merabet, Marcelo Boschi, Renan Moura e Renata Couto.

Em especial, a meu orientador, dedico um parágrafo único. Agradeço ao professor João Felipe Sauerbronn, inicialmente, como professor e depois como orientador do presente trabalho, por sua gentileza e compreensão nos momentos difíceis que vivi ... Guardarei com muito carinho no meu coração toda sua dedicação na orientação deste trabalho. Obrigada por sua amizade!

Agradeço a minha mãe pelo apoio e pelas comidinhas sempre quentes e temperadas com muito amor nos momentos solitários de dedicação ao doutorado.

Agradeço ao Klaus, por suas contribuições sempre cuidadosas. Admiro você.

*“Por seres tão inventivo
E pareceres contínuo
Tempo, tempo, tempo, tempo
És um dos deuses mais lindos
Tempo, tempo, tempo, tempo”*

Mari Gadú

RESUMO

Os desafios em organizar trajetórias históricas do ensino de qualquer disciplina são grandes e numerosos. O objetivo do presente trabalho, de caráter exploratório e natureza qualitativa, é levantar o papel do ensino comercial, no desenvolvimento do ensino de Marketing, no Brasil. O método de coleta de dados escolhido foi as fontes documentais e pesquisas bibliográficas. Para a condução do trabalho, foi utilizado o método histórico, em pesquisas de Marketing de Golder (2000), com suporte Bardin (2004), para análise do ensino comercial vis-à-vis ao escopo de Marketing. Atestou-se que o ensino comercial português foi replicado, no Brasil, com a criação da Aula do Commercio, no Rio de Janeiro. E, com a extinção da Aula, deram continuidade ao ensino comercial as instituições de ensino: Instituto Comercial do Rio de Janeiro, Liceus de Artes e Ofícios, Mackenzie, Escola de Comércio de São Paulo e Academia do Comércio do Rio de Janeiro. O processo de continuidade do ensino comercial, também, foi observado, na transitoriedade das disciplinas ministradas, no ensino comercial, ao longo do tempo que compreende o presente estudo. Além disso, observou-se que o conteúdo do ensino comercial se relaciona com a disciplina de Marketing, nos aspectos micromarketing e macromarketing. Dessa forma, defendeu-se o pressuposto que Marketing não foi criado, no país, por volta de 1950, com introdução da disciplina, nos cursos de graduação em Administração. Por fim, propôs-se uma periodização do ensino comercial em quatro fases: AC (Aula do Commercio), IC (Instituto Comercial), Pré-EC (Pré-Escolas do Comércio) e EC (Escolas do Comércio). A partir da análise do ensino comercial, sugere-se, discussões a respeito da gênese do Marketing.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino Comercial, Instituições de Ensino Comercial, Aula do Commercio, Pesquisa Histórica em Marketing, Periodização em Marketing.

ABSTRACT

There are great and multiple challenges in organizing the historical paths to teach any school subject. The aim of this exploratory qualitative study is to survey the role of commercial education in the development of Marketing education in Brazil. The data collection method selected was documentary sources and bibliographic research. The historical method in Marketing research by Golder (2000) was used to carry out the study, supported by Bardin (2004), in order to analyze the commercial education with regard to the Marketing scope. We verified that the Portuguese commercial education system was replicated in Brazil, with the establishment of the *Aula do Commercio*, in the state of Rio de Janeiro. And, after the *Aula* closed down, the following educational institutions took over the commercial education: The *Instituto Comercial do Rio de Janeiro* (Rio de Janeiro Commercial Institute), *Liceus de Artes e Ofícios* (Schools of Arts & Crafts), the Mackenzie College, the *Escola de Comércio de São Paulo* (São Paulo School of Commerce) and the *Academia do Comércio do Rio de Janeiro* (Rio de Janeiro Academy of Commerce). The process of continuity of the commercial education was also verified by observing the transience of the subjects taught in commercial education over the period comprised in this study. In addition, we observe that the commercial education syllabus is related to the subject *Marketing*, as regards micromarketing and macromarketing aspects. Therefore, we claim the assumption that the subject *Marketing* was not introduced in Brazil around 1950, with the foundation of Management undergraduate courses. Finally, we propose a periodization of commercial education, by dividing it into four phases: *Aula do Commercio* (AC), Commercial Institute (IC), Commerce Preschools (Pré-EC) and Commerce Schools (EC). From the analysis of commercial education, we suggest discussions on the genesis of Marketing.

KEY WORDS: Commercial Education, Commercial Education Institutions, Aula do Commercio, Historical Research in Marketing, Periodization in Marketing.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	6
LISTA DE ABREVIATURAS	10
LISTA DE QUADROS	11
LISTA DE FIGURAS	13
CAMINHOS PERCORRIDOS PELA PESQUISADORA	15
1. INTRODUÇÃO	20
1.1 Objetivo Geral e Objetivos Intermediários	24
1.2 Delimitação do Estudo	25
1.3 Estrutura da Tese	26
2. MÉTODOS E ÂNCORAS TEÓRICAS	28
2.1 Fontes de Dados	29
2.2 Método Histórico em Pesquisas de Marketing de Golder	31
2.3 Entregas e Fluxo dos Procedimentos Metodológicos	33
2.4 Considerações a Respeito da Delimitação do Escopo de Marketing	35
2.5 Considerações sobre Periodizações em Marketing	38
3. INVESTIGAÇÃO HISTORIOGRÁFICA	41
3.1 Aula do Commercio	41
3.1.1 Reforma Pombalina	44
3.1.2 Aula do Commercio de Lisboa	46
3.1.3 Transferência do Império Português para o Brasil	50
3.1.4 Criação da Aula do Commercio no Brasil	51
3.1.5 Funcionamento da Aula do Commercio	54
3.1.6 Programas de Curso da Aula do Commercio	57
3.1.7 Estatísticas das Aulas	68
3.2 Instituto Comercial do Rio de Janeiro	71
3.3 Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro	78
3.4 Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo	85

3.5 Mackenzie	88
3.6 Escola Politécnica de São Paulo	91
3.7 Escola de Comércio de São Paulo (Fecap)	92
3.7.1 Idealizadores da Fecap	94
3.7.2 Rede de Relacionamento dos Idealizadores	100
3.7.3 Motivações para Criação da Fecap	102
3.7.4 Fundação da Fecap	105
3.7.5 Funcionamento da Fecap	108
3.8 Academia de Comércio do Rio de Janeiro	168
3.9 Regulamentações do Ensino Comercial	174
3.9.1 Regulamentações da Aula do Commercio	174
3.9.1.1 Estatuto de Criação da Aula do Commercio	175
3.9.1.2 Reformas da Aula do Commercio e Instituto Comercial	177
3.9.1.3 Decreto nº 456, de 6 julho de 1846	178
3.9.1.4 Decreto nº 1.763, de 14 de maio de 1856	180
3.9.1.5 Decreto nº 2.741, de 9 de fevereiro de 1861	183
3.9.1.6 Decreto nº 3.058, de 11 de março de 1863	184
3.9.1.7 Decreto nº 7.538, de 15 de novembro de 1879	187
3.9.1.8 Decreto nº 7.679, de 28 de fevereiro de 1880	187
3.9.2 Regulamentações do Ensino Comercial	188
3.9.2.1 Decreto-Lei nº 1.339, de 09 de janeiro de 1905	188
3.9.2.2 Decreto-Lei nº 1.423, de 27 de novembro de 1905	190
3.9.2.3 Decreto-Lei nº 4.724-A, de 23 de agosto de 1923	190
3.9.2.4 Decreto-Lei nº 17.329, de 28 de maio de 1926	191
3.9.2.5 Decreto-Lei nº 19.402, de 14 de novembro de 1930	198
3.9.2.6 Decreto-Lei nº 20.158, de 30 de junho de 1931	198
3.9.2.7 Decreto-Lei nº 6.141; Decreto-Lei nº 6.142; Decreto-Lei nº 14.373, todos de 28 de dezembro de 1943	206
3.9.2.8 Decreto-Lei Nº 7.988, de 22 de setembro de 1945	211
3.9.2.9 Decreto-Lei Nº 1.076, de 31 de março de 1950	215
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO	217
4.1 Trajetória das disciplinas do Ensino Comercial	217
4.1.1 Disciplina Geografia Comercial	218
4.1.2 Disciplina História do Comércio	220
4.1.3 Disciplina História dos Tratados	222

4.1.4	Disciplina Estudo Geral de Mercadorias	223
4.1.5	Disciplina Processo de Propaganda	224
4.1.6	Disciplina Tecnologia Industrial e Mercantil	225
4.1.7	Disciplina Técnica Comercial	226
4.2	Aproximações do Ensino Comercial com Marketing	227
4.2.1	Disciplinas Geografia Comercial/História Moderna e História do Comércio	228
4.2.2	Disciplinas Estudo Geral de Mercadorias e Disciplina Processo de Propaganda..	233
4.2.3	Disciplina Noções de Comércio	243
4.3	Periodização do Ensino Comercial	245
4.3.1	Periodizações em Marketing	245
4.3.2	Periodização do Ensino Comercial	247
4.3.3	Características das Fases do Ensino Comercial	248
5.	CONDIDERAÇÕES FINAIS	261
6.	FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	268

LISTA DE ABREVIATURAS

AN: Arquivo Nacional

BN: Biblioteca Nacional

EAESP/FGV: Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas

EnANPAD: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração

ESPM: Escola Superior de Propaganda e Marketing

EUA: Estados Unidos da América

FABES: Faculdade Béthencourt da Silva

FECAP: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado

FEA/USP: Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo

IHGB: Instituto Histórico Geográfico Brasileiro

IPC: Instituto Paulista de Contabilidade

RJ: Rio de Janeiro

SENAI: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SP: São Paulo

SPBA: Sociedade Propagadora das Belas Artes

UCAM: Universidade Candido Mendes

UFRJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro

USP: Universidade de São Paulo

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1:** Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett
- Quadro 2:** Plano de Curso de Manuel Euzébio Vanerio em 1815
- Quadro 3:** Plano de Curso de Manuel Luis da Veiga em 1816
- Quadro 4:** Plano de Curso de José Antônio Lisboa em 1821
- Quadro 5:** Matriculados e Formados na Aula do Commercio do Rio de Janeiro
- Quadro 6:** Grade Curricular do IC em 1856
- Quadro 7:** Grade Curricular IC em 1861 (Curso Preparatório)
- Quadro 8:** Grade Curricular IC em 1861 (Curso Profissional)
- Quadro 9:** Grade Curricular IC 1863
- Quadro 10:** Grade Curricular IC 1880
- Quadro 11:** Currículo Curso Comercial do Liceu do RJ
- Quadro 12:** Dados Demográficos dos Inscritos em 1882
- Quadro 13:** Dados Demográficos dos Matriculados em 1882
- Quadro 14:** Doações Particulares Aplicadas as obras do Liceu RJ
- Quadro 15:** Currículo Curso Comercial do MACKENZIE
- Quadro 16:** Matrículas no Mackenzie, de 1952 a 1960
- Quadro 17:** Subscrição popular realizada em 1902
- Quadro 18:** Comparativo Grade Curricular da Escola do Pará e Proposta de Veiga Filho
- Quadro 19:** Comparativo entre Estatuto de 1902 e Regulamento de 1903
- Quadro 20:** Grade Curricular Fecap em 1905
- Quadro 21:** Grade Curricular Fecap em 1907
- Quadro 22:** Grade Curricular Fecap em 1910
- Quadro 23:** Grade Curricular Fecap em 1911
- Quadro 24:** Grade Curricular Fecap em 1915.
- Quadro 25:** Grade Curricular Fecap em 1918
- Quadro 26:** Grade Curricular Fecap em 1921
- Quadro 27:** Grade Curricular Fecap em 1935
- Quadro 28:** Grade Curricular Fecap em 1949
- Quadro 29:** Grade Curricular Academia do Comércio Curso Geral
- Quadro 30:** Grade Curricular Academia do Comércio Curso Superior
- Quadro 31:** Grade Curricular Governo em 1846
- Quadro 32:** Grade Curricular Governo Curso Geral 1926

Quadro 33: Grade Curricular Governo Curso Geral 1926

Quadro 34: Grade Curricular Governo Curso Propedêutico 1931

Quadro 35: Grade Curricular Governo Cursos Técnicos 1931

Quadro 36: Grade Curricular Governo Curso Superior de Administração e Finanças 1931

Quadro 37: Grade Curricular Governo Cultura Técnica 1943

Quadro 38: Grade Curricular Governo Curso Superior em Ciências Econômicas 1945

Quadro 39: Grade Curricular Governo Curso Superior em Ciências Contábeis e Atuariais 1945

Quadro 40: Fases do Ensino de Marketing

Quadro 41: Características do Ensino Comercial

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1:** Esboço Mapa Cronológico
- Figura 2:** Programas de Aula da Escola Central
- Figura 3:** Fluxo Metodológico dos Procedimentos Efetuados
- Figura 4:** Plano de Estudo da Nóbrega
- Figura 5:** Inscrição de José Antônio Lisboa na Aula de Comércio de Lisboa
- Figura 6:** Plano de Aula de Euzébio Vanerio para Aula da Bahia
- Figura 7:** Conde Antônio de Álvares Leite Penteado (Cafeicultor e Industrial)
- Figura 8:** Senador Antônio de Lacerda Franco
- Figura 9:** Dr. João Pedro da Veiga Filho (Advogado, acadêmico e político)
- Figura 10:** Horácio Berlinck Cardoso (Dedicou sua vida ao magistério)
- Figura 11:** Rede de Relacionamento entre os idealizadores da Fecap
- Figura 12:** Escola de Comércio em 1927
- Figura 13:** Capa do Estatuto 1902
- Figura 14:** Conteúdo da série de artigos divulgados pela imprensa
- Figura 15:** Capa do Programa de 1904 do 2º Ano
- Figura 16:** Professores Fecap 1904, 2º ano
- Figura 17:** Horário Fecap 1904, 2º ano
- Figura 18:** Comparativo das Estruturas dos Cursos Fecap
- Figura 19:** Capa Regulamento Fecap 1905
- Figura 20:** Estrutura dos Cursos Fecap em 1908
- Figura 21:** Primeiro Número da Revista Brasileira do Contabilidade
- Figura 22:** Capa da Edição Comemorativa de 1910
- Figura 23:** Capa do Regulamento de 1911.
- Figura 24:** Capa do Programa da 2ª Cadeira do 2º Ano do Ensino Curso Superior.
- Figura 25:** Capa do Regulamento de 1912.
- Figura 26:** Estrutura dos Cursos Fecap em 1912.
- Figura 27:** Capa do Regulamento de 1915.
- Figura 28:** Capa do Regulamento de 1918
- Figura 29:** Estrutura dos Cursos Fecap em 1918
- Figura 30:** Capa do Regulamento de 1921
- Figura 31:** Estrutura dos Cursos Fecap em 1921

Figura 32: Capa do Regimento de 1935

Figura 33: Taxas e Emolumentos da Fecap

Figura 34: Capa do Programa do Curso Secretariado de 1935

Figura 35: Estrutura dos Cursos Fecap em 1935

Figura 36: Capa do Regimento de 1949

Figura 37: Estrutura dos Cursos Fecap em 1949

Figura 38: Capa do Estatutos da Aula do Commercio

Figura 39: Tabela de Taxas do Instituto Comercial

Figura 40: Tabela de Vencimentos dos Empregados e Professores do Instituto Comercial

Figura 41: Modelo Carta de Habilitação

Figura 42: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1905

Figura 43: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1926

Figura 44: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1931

Figura 45: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1943

Figura 46: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1945

Figura 47: Trajetória Geografia Comercial

Figura 48: Trajetória História do Comércio

Figura 49: Trajetória História dos Tratados

Figura 50: Trajetória Estudo Geral de Mercadorias

Figura 51: Trajetória Processo de Propaganda

Figura 52: Trajetória Tecnologia Industrial e Mercantil

Figura 53: Trajetória Técnica Comercial

Figura 54: Capa do livro Merceologia e Tecnologia Merceológica

Figura 55: Linha do tempo – Fases Ensino Comercial

CAMINHOS PERCORRIDOS PELA PESQUISADORA

Na presente tese de doutorado, o percurso da pesquisa não foi planejado, quase nada foi definido *a priori*, assim como é comum em pesquisas não positivistas. Houve várias idas e vindas, caminhos bifurcados, caminhos que levaram a nenhuma descoberta, alguns empecilhos. Dessa forma, apresentarei, nesta seção, minha trajetória como pesquisadora, no desenvolvimento desta tese, de forma organizada, que sirva ao objetivo de compreensão do presente estudo.

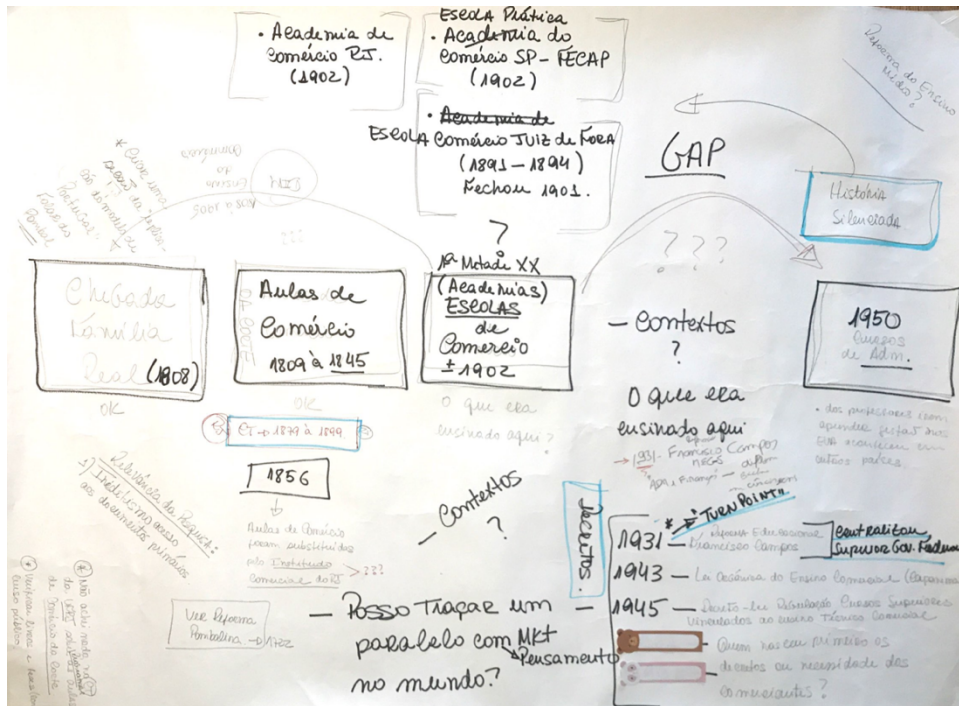
Meu interesse pela origem do ensino de Marketing, no Brasil, surgiu, ainda como aluna ouvinte da disciplina Pesquisa Acadêmica em Marketing, ministrada pelo Prof. João Felipe Rammelt Sauerbronn, no doutorado em Administração da Unigranrio. A disciplina tinha como objetivo, em linhas gerais, apresentar a história da disciplina, desde os primórdios da área de Marketing, entender definições e escopos. Para auxiliar, na construção desse aprendizado, foram utilizados os principais periódicos da área, em especial, publicações estadunidenses. Como professora de Marketing, ao observar essa perspectiva me questionei: qual foi a trajetória de formação do Marketing no Brasil? Por que não é ensinada a história do Marketing, em cursos de graduação, ou até mesmo em pós-graduação, como é ensinada em Administração, na disciplina TGA (Teoria Geral da Administração)? Tendo como motivação este questionamento, minhas pesquisas iniciais partiram deste ponto.

Estudos sobre a formação de disciplinas de gestão não são inéditos, nem mesmo no Brasil. Alguns pesquisadores levaram à frente as pesquisas a respeito da história da disciplina de Marketing, no Brasil, a partir dos cursos de graduação em Administração, considerando como “marco zero” a criação destes cursos em três instituições de ensino: 1) Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV); 2) Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP); e 3) Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Outros autores, também, dedicaram-se a entender os primórdios do ensino da Administração, a partir das Escolas de Comércio. Há ainda trabalhos dedicados à compreensão da formação dos cursos de pós-graduação em Marketing. Logo, a originalidade do presente estudo de tese está fundamentada na busca pela compreensão de como o ensino comercial pode ter contribuído para o desenvolvimento do ensino de Marketing no Brasil.

A partir desta constatação, foi estabelecido meu ponto temporal final nesta pesquisa: a criação do curso de graduação em Administração, no Brasil, no início dos anos 1950. Com isso, meu desafio de pesquisa era olhar para trás, a fim de compreender o período de tempo anterior a 1950, bem como entender o que era ensinado, nos cursos comerciais, através do currículo de ensino. Além disso, verificar as possíveis relações com o que hoje entendemos como a disciplina de Marketing, no sentido de trocas comerciais, mercados, instituições comerciais, produtos comercializados, preços praticados, processos de comunicação, etc.

No momento inicial da pesquisa, tendo como base de conhecimento pesquisas bibliográficas sobre o tema, ainda era nebulosa para mim a distinção entre o que foram as “Escolas” e “Aulas” de Comércio. Após leituras preliminares, pareceu-me que eram tratadas, de alguma forma, como sendo similares ou sinônimas. Para melhor entendimento, elaborei um esboço de mapa cronológico, a fim de compreender o funcionamento das principais instituições de ensino comercial. Este exercício me levou a compreender que existe uma distinção clara, no sentido temporal e institucional, entre o que foram as Aulas do Comercio (grafia da época) e Escolas de Comércio. A grafia “Commercio” para designar as Aulas do Commercio e “Comércio” para indicar as “Escolas”.

Figura 1: Esboço Mapa Cronológico



Fonte: Acervo pessoal

A partir dessa primeira organização cronológica, foi definido como ponto inicial, para as pesquisas da presente tese, a criação da Aula do Commercio estabelecida, na cidade do Rio de Janeiro, com a transferência da corte Portuguesa e a sede do Império português para a Colônia-Brasil, em 1808, e o ponto de chegada a 1950, com introdução do ensino de Marketing nos cursos de graduação em Administração. Nesse ponto, já foi possível observar que havia hiatos temporais sobre o funcionamento do ensino comercial.

O entendimento do ensino comercial, na Aula do Commercio, parecia-me mais difícil de ser pesquisado, principalmente, em função do período histórico que foram estabelecidas no Brasil. No entanto, pesquisadores da área de Contabilidade já haviam demonstrado a importância das Aulas na formação da área no Brasil. Além disso, historiadores também já apontaram a relevância das Aulas. Recorri a esses pesquisadores de outras áreas de conhecimentos. Esta escolha se mostrou de grande valia na compreensão do funcionamento das Aulas, principalmente, porque nas suas pesquisas foram encontrados dados primários. Resolvi seguir o mesmo caminho trilhado por esses pesquisadores no acesso as fontes documentais das Aulas. Este caminho me levou a pesquisas prévias, na Biblioteca Nacional, no Arquivo Nacional e no Instituto Histórico Geográfico Brasileiro (IHGB), todos no Rio de Janeiro. A trilha de pesquisa baseada, no IHGB, sobre o tema Aula do Commercio não se mostrou viável e, dessa forma, foi abandonada. Já as pesquisas documentais, na Biblioteca Nacional e Arquivo Nacional, em especial este último, foram mais promissoras.

Essas primeiras pesquisas documentais serviram para eu ter uma ideia geral das fontes documentais existentes, principalmente, em relação as Regulamentações Imperiais. Com isso, abriu-se a seguinte possibilidade: Seria viável construir a trajetória das Aulas do Commercio a partir das regulamentações oficiais do Governo? Por meio na análise das regulamentações seria possível descobrir sobre o funcionamento do ensino comercial das Aulas?

A continuidade do processo de coleta e análise das fontes documentais deveria ter sido efetuada, logo após a qualificação do projeto de tese. No entanto, fui surpreendida com o fechamento, para o público externo, das instituições selecionadas para pesquisa documental, em função da pandemia do Covid-19. Nesse momento da pandemia, ainda não se tinha certeza do tempo que as instituições ficariam fechadas. Depois de várias tentativas de acesso às instituições, percebi que esse caminho seria difícil de ser seguido, frente ao prazo estabelecido para a conclusão da tese.

No entanto, duas visitas excepcionais ocorreram durante o tempo em que as instituições permaneciam fechadas. A primeira foi o acesso à Biblioteca de Obras Raras do Centro de Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Nesta visita, foi possível analisar programas de ensino referentes ao período em que funcionou o Instituto Comercial do Rio de Janeiro, no mesmo edifício da Escola Central, atual UFRJ. Contudo, nada relevante referente ao ensino comercial foi encontrado no acervo consultado.

Figura 2: Programas de Aula da Escola Central



Fonte: Acervo pessoal

As instituições de pesquisa e ensino continuaram fechadas, em função da pandemia. Mas continuei minhas pesquisas sobre as Escolas de Comércio, o que me levou à Escola de Comércio Álvares Penteado – Fecap; à Escola de Comércio de Juiz de Fora e à Academia de Comércio do Rio de Janeiro. Tentei diversas vezes contato por telefone e por e-mail com a biblioteca da Academia de Comércio de Juiz de Fora. Infelizmente, estas tentativas não tiveram êxito. A pandemia impossibilitou meu deslocamento para outras cidades.

No entanto, a visita presencial, na biblioteca da Universidade Cândido Mendes, sucessora da Academia de Comércio do Rio de Janeiro, foi realizada. Desta consulta os resultados alcançados foram proveitosos e serão apresentados, posteriormente, em outra seção desta tese.

A restrição ao acesso presencial às instituições, levou-me à concentração, no levantamento de dados junto à Fecap, tendo em vista que esta instituição concedeu acesso virtual à sua biblioteca. Para minha surpresa, esta opção de caminho se revelou muito produtiva

ao alcance do objetivo da tese. A viabilidade de acesso ao acervo virtual da Fecap, contribuiu para eu considerar outras fontes digitais como a Coleção de Leis do Brasil, publicada pela Imprensa Nacional, divulgada pela Câmara dos Deputados, que reúne as Leis do Império do Brasil (1808 - 1889) até as Leis da República do Brasil (1889 – 2000). Esta consulta e análise, também se revelou diligente na construção da compreensão da evolução do ensino comercial.

À medida que a coleta de dados avançava, juntamente com minha compreensão sobre o ensino comercial, uma conclusão inicial foi possível ser delineada. As trajetórias do ensino comercial foram distintas, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, o que me levou a outro questionamento: existiu ensino comercial antes da criação da Fecap em SP? Esta dúvida levou-me à necessidade de entender os papéis das seguintes instituições paulistas: Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo, Mackenzie e Escola Politécnica de São Paulo (atual Universidade de São Paulo).

A fim de alcançar o objetivo da presente tese, ao longo deste documento, serão apresentadas as descrições das instituições de ensino comercial, suas formas de funcionamento, seus currículos, o contexto econômico e social, no qual estavam inseridas, e como o ensino comercial se aproxima do ensino de Marketing.

Ante ao exposto, a partir deste momento o foco será descolado do meu trajeto pessoal como pesquisadora para a trajetória do ensino comercial e Marketing.

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de qualquer disciplina precisa ser revisado de tempos em tempos, tendo em vista que estão em processo de transformação constante. Compreender e estruturar a trajetória de uma disciplina, desde seus primórdios, é uma tarefa árdua e complexa que pode suscitar diversos debates.

No presente trabalho exploramos o ensino comercial, no Brasil, com o intuito de compreender o papel deste no desenvolvimento daquilo que, depois, configurou-se como o ensino de marketing no país. De fato, os portugueses já realizavam atividades comerciais, em várias partes do mundo, desde o século XV (EARP, 2000), e já se preocupavam em compartilhar os conhecimentos advindos destas práticas. Primeiro, através de relatos (PINTO, 2005) e, depois, com a criação da Aula do Comércio (CARDOSO, 1984). Ao realizar atividades de trocas de mercadorias, em diversas partes do mundo, os portugueses criavam mercados e instituíam condições de troca entre produtores, bem como consumidores que hoje seriam objeto de estudos de marketing. O conhecimento acumulado, nestas atividades, antecedeu o surgimento da disciplina de marketing, nos EUA, mas poderia ser analisado como forma de se compreender a evolução do ensino sobre atividades de mercado, em Portugal e no Brasil, em estratégia analítica semelhante àquela realizada por Fullerton (2012).

Vários pesquisadores do campo de Estudos Organizacionais já se debruçaram sobre a tarefa de compreender a trajetória da Administração e da Administração Pública, no Brasil, (vide Curado, 2001; Nicolini, 2003; Coelho, 2006; Fischer, Waiandt e Fonseca, 2011; Barros et al. 2011; Barros e Carrieri, 2013; Barros, 2017; Wanderley, Barros, Costa e Carrieri, 2016; Silva e Bauer, 2018). Para Falcão (2014), o interesse pelo assunto, no Brasil, ocorreu de forma tardia, ganhando maior destaque apenas nas décadas recentes. A inclusão e a permanência da área temática que trata de História e Memória das Organizações, desde 2001, no Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação, em Administração (EnANPAD), é uma evidência da projeção de pesquisas sobre o ensino de Administração no Brasil.

Estudos sobre a trajetória do ensino de Administração têm buscado responder questionamentos a respeito do que havia antes da introdução dos cursos de Administração como conhecemos hoje. Pesquisadores empreenderam esforços para investigar a respeito de como eram transmitidos os saberes de gestão aos homens de negócios e comerciantes do passado. Curado (2001) e Barros et al. (2011) defendem que saberes práticos têm e tiveram relevância

na conformação das práticas administrativas ao longo do tempo. Barros (2017) na tentativa de compreender a formação do curso de Administração, debruçou-se sobre o período temporal posterior a Aula do Commercio, pois seu objeto de estudo era as Escolas de Comércio. Segundo o autor, as Escolas foram estabelecidas, anteriormente, aos cursos regulares de Administração. Apesar da evidente importância das Escolas de Comércio, na formação dos comerciantes brasileiros, Barros (2017, p. 89) afirma que:

As Escolas de Comércio recebem pouca atenção nos trabalhos que abordam o desenvolvimento da área de Administração. Poucos chegam a mencionar a existência do ensino sistemático de tópicos referentes à Administração antes da instalação dos cursos superiores – exceções são os trabalhos de Nicolini (2003) e Coelho (2006), que não chegam a se aprofundar na temática, que não era seu foco.

Traçando uma linha cronológica, podemos observar que as Aula do Commercio existiram, no Brasil, antes da criação da Aula do Commercio. As Aulas já existiam em países da Europa como França, Inglaterra, Alemanha, Itália, Espanha e Portugal, desde meados do século XVII, embora tenham adquirido maior força e visibilidade a partir de meados do século XVIII (CHAVES, 2009). As Aulas do Commercio foram criadas, no Brasil, em 1809, e, segundo Araújo e Rodrigues (2013, p. 19), a Aula do Commercio da Corte foi uma das primeiras escolas a serem criadas, no Rio de Janeiro, no Governo de D. João, que herdara do seu avô e do Marquês de Pombal a visão de que a educação comercial era fundamental para a boa gestão do Império. A Aula do Commercio colaborou para o desenvolvimento do comércio local e também desempenhou um papel importante, na formação e na distinção social de indivíduos, os quais se dedicavam a realizar atividades de comércio, administrar e conduzir negócios (CHAVES, 2008; CHAVES, 2009).

Saes e Cytrynowicz (2001) afirmam que as Aulas do Commercio constituem o ponto de partida para estruturação do ensino comercial, contribuindo para a origem dos cursos superiores de Economia, Administração e Contabilidade no Brasil. Nesse sentido, o professor Claudio de Moura Castro para o prefácio do livro “Aula do Commercio” se refere ao curso como sendo a “versão da época para o que hoje são os cursos de administração” (DE MENDONÇA, 1982). Apesar da importância da Aula do Commercio, na formação do ensino de Administração, no Brasil, Araújo e Rodrigues (2013, p. 3) afirmam que as Aulas do Commercio são desconsideradas, quando o tema “ensino público” empregado, durante o Governo de D. João,

no Brasil, é abordado. Os autores ainda acrescentam que a literatura, a qual aborda o tema, no Brasil, ainda é reduzida, mas abundante em Portugal (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013).

As Aulas funcionaram, no Brasil, até 1856, quando foram extintas por meio do Decreto nº 1.763, de 14 de maio daquele ano. Em substituição à Aula foi criado pelo governo o Instituto de Comercial (IC) do Rio de Janeiro na tentativa reformular o ensino comercial, no país, e, dessa forma, conseguir atrair alunos e atender as necessidades mercantis, mas sem lograr êxito (BIELISNKI, 2000). Segundo Martins (2013), depois de algumas reformas educacionais, o IC foi extinto, em 1882, em função da criação do curso comercial do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro, em funcionamento até hoje. Em São Paulo o Mackenzie, também uma instituição secular, abrigou, em 1880, a “Classe do Commercio”, a qual foi sucedida pelo “Curso Comercial”, em 1886 (GARCEZ, 1970). Anos depois, em 1902, foi criada, em São Paulo, a Escola de Comércio Álvares Penteado, atual FECAP, ao mesmo tempo da inauguração, no Rio de Janeiro, da Academia de Comércio, atual Universidade Candido Mendes (UCAM). Ambas dedicadas com exclusividade ao ensino comercial e diplomas reconhecidos pelo Governo, em funcionamento de forma regular até atualidade.

Pesquisadores das áreas de Contabilidade (vide: ARAÚJO, 2013, 2015, 2017; PELEIAS; PERES; DA SILVA; SEGRETI; CHIROTTO, 2007); Economia (vide: CARDOSO, 1984; SAES; CYTRYNOWICZ, 2001); Educação (vide: POLATO, 2008); História (vide: CHAVES, 2009; 2012); Administração (BARROS; CARRIERI, 2013; BARROS, 2017; DA SILVA, BAUER, 2018) já apontaram a importância do ensino comercial, na formação de suas áreas, mas apenas Boschi, Barros e Sauerbronn (2016) apontaram possível relação entre as Aulas do Commercio e o ensino de Marketing no Brasil. Observamos que os esforços para descrição da trajetória da disciplina, no país, desconsideraram eventuais relações desta com o ensino comercial.

Munhoz (1982) defendeu, em sua dissertação de mestrado, o desenvolvimento do Marketing, no Brasil, a partir da criação da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV), na década de 1950; Arruda (1987) apresentou uma proposta de periodização, em seis períodos, da evolução do Marketing, no Brasil, iniciados por volta de 1945 até 1986, a partir das relações entre contexto externo e práticas de Marketing; Gracioso (1997) narrou, a partir de sua experiência pessoal, a trajetória do pensamento de Marketing, no Brasil, e propôs uma periodização, em cinco fases, iniciadas em 1950; Miranda e Arruda (2004)

discorrem sobre as doze escolas do pensamento de Marketing com base em Sheth, Gardner e Garrett (1988) e propõem mais três abordagens, a partir de 1970, e formulam uma periodização por décadas; Ajzentel (2008), a partir de Sheth, Gardner e Garrett (1988), descreve as doze escolas do pensamento de Marketing; Pereira, Toledo e Toledo (2009) discutem o conceito e o processo gerencial (prática) do Marketing contrapondo as perspectivas teórica e profissional, bem como propõem, mais dois momentos para Marketing; Santos et al. (2009) realizaram uma revisão teórica a respeito da trajetória do marketing, no mundo, incluindo uma cronologia da história do Marketing, no Brasil, a partir de 1906, com a inauguração de uma marca de varejo; Boschi (2018) apresentou em sua tese de doutorado a história e o desenvolvimento da educação executiva em marketing, no Brasil; e Gammp e Sauerbronn (2021) analisaram os conteúdos dos textos do poeta brasileiro Fernando Pessoa e suas associações às discussões da disciplina de Marketing. Não há, até onde verificamos, trabalhos que abarquem as instituições de ensino comercial desde a criação da Aula do Commercio até a introdução da disciplina de Marketing, na graduação em Administração por volta de 1950. Não foi possível verificar propostas a respeito dos períodos significativos marcadores de tempo, no desenvolvimento do Marketing, que seguissem o método de pesquisas históricas, em Marketing, os quais apontem para uma periodização do ensino da disciplina de Marketing no Brasil.

Uma vez que a lacuna temporal a respeito do estudo da trajetória da disciplina de Marketing, no Brasil, foi apresentada, cabe ressaltar que a presente tese, de caráter exploratório e de natureza qualitativa, traz uma análise com perspectiva histórica, enquadrada no contexto maior de macromarketing, a partir do entendimento de que História do Marketing é coberta pela perspectiva do macromarketing (SHAPIRO, 2006). Em função da relação direta entre a criação dos cursos de graduação em Administração e a introdução da disciplina de Marketing, no Brasil, e, ainda, da importância do ensino comercial na formação do curso de Administração, no país, o presente trabalho de tese de doutorado tem como objetivo responder a seguinte pergunta de pesquisa: Qual a relação entre o ensino comercial e o desenvolvimento do ensino de Marketing no Brasil? Para tanto, analisamos todo o período de funcionamento do ensino comercial brasileiro, desde a sua criação, em 1808, com foco nas instituições de ensino e regulamentações, bem como examinamos as relações entre os conteúdos lecionados e a disciplina de Marketing.

Em função das questões expostas, acreditamos que compreender a trajetória do Marketing, no Brasil, a partir da análise e da organização de fatos históricos contribui para melhorar a compreensão disciplina. Para Falcão (2014 p. 15):

O estudo histórico de uma determinada disciplina, além de servir de registro, resguardando a memória de seus passos, suas instituições e precursores, permite a seus estudiosos melhor compreensão de sua dinâmica e de seu processo evolutivo.

Jones (2007) tem um olhar mais atento a pesquisas acadêmicas históricas em Marketing e aponta que estudiosos de uma ampla gama de disciplinas realizaram pesquisas históricas sobre marketing em várias publicações, muitas delas, inclusive, fora do que seria considerado literatura de marketing. O interesse pelo ensino de Marketing existe desde os primórdios da disciplina, ocupando um lugar de destaque, na literatura acadêmica da área naquela época, segundo Bacellar (2005). A autora aponta que o *Journal of Marketing*, um dos periódicos mais tradicionais e influentes da área e publicado ininterruptamente, desde 1936, incluiu em seus volumes inaugurais diversos artigos, contendo reflexões e práticas utilizadas no ensino da disciplina (BACELLAR, 2005). No entanto, verifica-se que, com o passar do tempo, o espaço para artigos que tratam das questões de ensino de Marketing foi reduzido, nesse periódico, ainda que tenham surgido outras publicações voltadas especificamente para o tema ensino de Marketing (BACELLAR, 2005). Atualmente, a história e o ensino da disciplina de Marketing são tratados em conferências e periódicos como o *Journal of Historical Research in Marketing*, o *Journal of Macromarketing*, a *Macromarketing Conference* e a *Conference on Historical Analyses and Research in Marketing* (CHARM).

A fim de explorar o tema e responder as questões propostas, apresentamos, a seguir, os objetivos geral e intermediários da presente tese.

1.1 Objetivo Geral e Objetivos Intermediários

Objetivo Geral:

O objetivo do presente trabalho é compreender o papel do ensino comercial brasileiro no desenvolvimento do ensino de Marketing no país.

Objetivos Intermediários:

- Organizar a trajetória das instituições de ensino comercial, no país, desde a origem, em 1809, até por volta de 1950;

- Analisar as regulamentações do ensino comercial, no país, de 1809 até 1950;
- Levantar e analisar o currículo do ensino comercial e as relações com a disciplina de Marketing;
- Identificar os pontos de inflexão na trajetória do ensino comercial, no Brasil, de acordo com os contextos social, político, econômico e regulatório;
- Investigar os conteúdos das disciplinas do ensino comercial;
- Analisar os conteúdos das disciplinas do ensino comercial, a partir do escopo da disciplina de marketing;
- Propor uma periodização do ensino de marketing, no Brasil, que inclua períodos anteriores à década de 1950.

1.2 Delimitação do Estudo

Antes de apresentar a investigação histórica deste estudo, é preciso delimitar claramente a presente pesquisa de doutoramento. Esta pesquisa se propõe a contribuir para compreensão do papel do ensino comercial brasileiro, no desenvolvimento do ensino de Marketing, no país, e propor uma periodização que inclua períodos anteriores à década de 1950. Em decorrência do recorte temporal, a primeira delimitação deste trabalho está relacionada ao fato de não ser possível estabelecer comparações com outras referências, principalmente, no que se refere ao intervalo de tempo pesquisado nesta tese.

Em relação as fontes consultadas, Yates (2014) defende que sejam usados variados tipos de dados (fontes) em pesquisas históricas. Segundo a autora, apesar de métodos históricos dependerem mais da análise de documentos, há uma valorização das entrevistas (consideradas como história oral). Contudo, em função do período de análise do presente estudo iniciar em 1809, tratando-se, portanto, de um passado muito longínquo e mais difícil de ser acessado, não é possível a realização de entrevistas orais. A falta de material de entrevistas é compensada pelo uso de diferentes tipos e fontes documentais, tais como: planos de aula, livros didáticos, apostilas, regulações, estatutos, pesquisas bibliográficas, ou seja, fontes documentais que facilitaram a triangulação para melhorar a confiabilidade desta pesquisa.

Em função das restrições causadas pelo fechamento das instituições de ensino, bibliotecas, museus e outros repositórios de memória, em decorrência da pandemia do SARS-COVID-19, não foi possível acessar fontes documentais, artefatos culturais, etc., de algumas

instituições de ensino, como são os casos do Instituto Comercial, Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro e, em São Paulo, Escola Politécnica de São Paulo e Mackenzie. Dessa forma, ficando restrita a triangulação de informações. Isso representou uma restrição, na triangulação de dados, mas, ao mesmo tempo, possibilitou maior aprofundamento no material coletado.

Ainda em relação as instituições de ensino comercial, houve diversas instituições de ensino não regulamentadas. Nesta tese, focamos nas instituições de ensino exploradas em outros estudos acadêmicos e reconhecidas pelo Governo.

Outro aspecto a ser considerado como delimitação relaciona-se ao desenvolvimento de uma teoria. Segundo Hunt (2011) para se obter uma compreensão completa de nossos conceitos e teorias, precisamos saber quem os desenvolveu, quando foram desenvolvidos, os contextos em que foram desenvolvidos, os propósitos para os quais foram desenvolvidos, as indústrias que os utilizaram (e muitas vezes os criaram) e as restrições sob as quais foram desenvolvidos. Portanto, Hunt (2011) indica que a história pode levar a um melhor entendimento das teorias existentes e ao desenvolvimento de novas teorias, porém, isso não implica que toda pesquisa histórica contribua com teoria de Marketing, mas implica que alguns tipos de trabalho o fazem. Tendo em vista a contribuição acadêmica do presente projeto, cabe informar que o presente estudo não tem como foco o desenvolvimento de teoria de Marketing.

Limitações: Desvelar outras instituições de ensino comercial no Brasil. (Pesquisas não se mostraram produtivas nas instituições: Liceu de SP e Escola Politécnica de SP, esse estudo merece ser aprofundado)

1.3 Estrutura da Tese

Com o intuito de explorar o tema em questão e responder as questões propostas, a presente tese está estruturada em cinco capítulos, incluindo a Introdução.

O capítulo 2, Método e Âncoras Teóricas, está estruturado em cinco seções. Na primeira seção apresentaremos as fontes de dados documentais utilizadas no presente estudo. Na seção, abordaremos o método histórico utilizado para realizar e analisar o presente estudo. Na terceira seção, apresentaremos as entregas decorrentes da última etapa do método histórico. Nas seções seguintes são realizadas considerações a respeito do escopo de marketing e sobre periodizações em marketing.

O capítulo 3, *Investigação Historiográfica*, trata em detalhes sobre as instituições e regulamentações do ensino comercial. A respeito das instituições é pertinente apresentar às especificidades inerentes a sua criação e ao seu funcionamento ao longo dos anos, identificadas nas fontes documentais e pesquisas bibliográficas para se construir uma história possível do ensino comercial. Sobre as regulamentações enfoca mais especificamente em questões referentes ao funcionamento e grades curriculares do ensino comercial.

O capítulo 4, *Análise e Discussão*, apresenta as discussões obtidas da análise do ensino comercial e seus desdobramentos com a disciplina de Marketing.

Finalizando, o capítulo 5 apresenta as *Considerações Finais*, incluindo as proposições desta tese, uma análise das limitações do presente estudo assim como sugestões para pesquisas futuras.

2. MÉTODO E ÂNCORAS TEÓRICAS

O objetivo deste capítulo é apresentar e justificar as escolhas metodológicas efetuadas durante o processo de elaboração do presente trabalho, incluindo as fontes de dados e método histórico em Marketing. Também apresentaremos algumas considerações a respeito do escopo de Marketing e periodizações em Marketing.

De acordo com Sauerbronn e Faria (2009), a historiografia não oferece aos pesquisadores um método único, mas tradições distintas, uma vez que não há um acordo a respeito do uso de história nas ciências sociais (FIRAT, 1987). A prática da presente pesquisa envolveu a combinação de métodos e suportes teóricos para a criação de uma metodologia própria, conforme proposto por Leavy (2017), e não apontamos um referencial teórico objetivo para o desenvolvimento desta tese. Como mostraremos mais à frente os suportes teóricos utilizados – escopo do marketing e periodização – servem para que o trajeto historiográfico aqui proposto permita a interlocução entre os fatos históricos coletados e os entendimentos a respeito da disciplina de marketing.

Este capítulo é dividido em cinco seções. Na primeira seção apresentaremos as fontes de dados que utilizamos para a construção da narrativa historiográfica apresentada no capítulo 3. Este registro é importante para que o leitor entenda os tipos de documentos utilizados e as origens destes documentos. A segunda seção apresentaremos o método histórico em pesquisas de marketing de Golder (2000) e listaremos as etapas deste método, as quais foram seguidas no percurso desta tese. Na terceira seção explicaremos as três entregas como resultado da última etapa do método de Golder (2000), são elas: primeira entrega: a narrativa possível da história do ensino comercial brasileiro iniciada, na Aula do Comercio até a introdução da disciplina de Marketing, nos cursos de graduação em Administração, por volta dos anos 50, a partir de duas unidades de análise: instituições de ensino e regulamentações do ensino comercial consolidada no capítulo 3; segunda entrega: a análise das relações entre ensino comercial e a disciplina de Marketing, a partir da análise de conteúdo de Bardin (2004), com base na dicotomia macromarketing e micromarketing organizadas, no Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), exposta no capítulo 4. A terceira entrega: a periodização do ensino comercial, no Brasil, em observância a proposta de Hollander et al. (2005) em pesquisas históricas em Marketing, também demonstrada no capítulo 4.

Na quarta seção, efetuaremos considerações acerca do escopo do marketing, como forma de obtermos uma delimitação a respeito do conteúdo da disciplina e dos domínios do micromarketing e macromarketing. Na última e quinta seção, discorreremos as considerações a respeito da Periodização em Marketing de Hollander et al. (2005).

2.1 Fontes de Dados

A fim de atingir o objetivo proposto, nesta tese, foram coletados dados necessários e relevantes para construção da presente pesquisa. Com o objetivo de garantir a autenticidade e a precisão dos documentos, foram escolhidas fontes oficiais, garantindo dessa forma acurada validação. Relacionaremos abaixo a origem e os tipos das fontes documentais consideradas no presente estudo:

- **Arquivo Nacional do Rio de Janeiro (AN):** No Arquivo Nacional, no Fundo da Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação, buscou-se compreender sobre funcionamento da Aula do Commercio. Os documentos analisados foram: Plano de Aula, Cartas, Alvará e Decretos Imperiais. De forma geral, os assuntos tratados nestes documentos eram sobre abertura de vagas para lentes (professor), nas províncias, onde as Aulas existiram, pedidos de aposentadoria e demais assuntos administrativos. Porém, o documento que ajudou a trazer à luz o funcionamento das Aulas foi o Plano de Aula do lente Manuel Euzébio Vanério para Aula da Bahia. Sobre o processo de análise dos documentos, no AN, vale destacar que os documentos analisados estavam embalados em pacotes e a maioria dos documentos estavam corroídos pelo tempo, o que tornou o manuseio delicado e difícil. Além disso, a maioria dos documentos eram manuscritos em grafia rebuscada da época, o que tornou a leitura para identificação do assunto trabalhosa e demorada.

- **Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro (BN):** Na Biblioteca Nacional, em especial, a principal descoberta documental, responsável em abrir os caminhos deste trabalho, foi a obra do historiador Marcos Carneiro de Mendonça, no livro em parceria com a Xerox do Brasil lançado, em 1982, em comemoração ao bicentenário da morte de Sebastião José de Carvalho e Melo, Marquês de Pombal. Neste livro o autor reuniu uma parcela do seu acervo pessoal de documentos importantes e, praticamente, inéditos, que se encontravam arquivados em sua mansão, nas Águas Férreas, denominado como Arquivo do Cosme Velho. Além dos

documentos estarem reunidos em ordem cronológica, também receberam comentários do autor, redimensionando a importância da Aula do Commercio tanto para o Brasil como para Portugal. No livro foi possível analisar os seguintes documentos: Alvará de criação da Aula de Portugal, Estatutos da Aula com as disciplinas que eram ministradas, bem como o funcionamento do curso e Cartas do Império. Outro ponto importante em relação ao livro Aula do Commercio foi De Mendonça intitular seu livro como Aula “do” Commercio, o que leva a crer que o autor fez esta referência, uma vez que as Aulas foram organizadas pela Junta do Commercio, por isso, interpretou como sendo “do” comércio, ao invés “de”, como normalmente utilizado em outras citações. Esta é a explicação para utilização dessa nomenclatura.

- **Academia do Comércio (atual Universidade Cândido Mendes - UCAM):** Na UCAM, não foi possível acessar documentos sobre o funcionamento da instituição como Escola de Comércio. Mas a documentos administrativos publicados pela UCAM, tais como: Publicações Comemorativas dos 90, 100 e 110 anos de sua fundação e a Revista Acadêmica ARCHÉ que traz registros a respeito da história da instituição.

- **Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap):** A Fecap possui um vasto acervo histórico preservado distribuídos em três setores: biblioteca, museu e arquivo morto do colégio. Os documentos, para este estudo, foram analisados da biblioteca virtual, devido à pandemia do novo Corona Vírus. Foram consultados os Estatutos da sua fundação de 1902; Regulamentos de 1902, 1903, 1905, 1907, 1911, 1912, 1915, 1918, 1921; Regimentos Internos de 1935, 1940, 1941 e 1949; Programas de Ensino de 1904, 1910, 1929, 1935; e Publicações Comemorativas de 1907, 1910, 1932, 1942 e 2002.

- **Legislações Imperiais e Federais:** Foram consultadas a Coleção de Leis do Brasil publicada pela Imprensa Nacional, divulgada pela Câmara dos Deputados, que reúne as Leis do Império do Brasil (1808 - 1889) até as Leis da República do Brasil (1889 – 2000). Estas fontes documentais, também se revelaram produtivas na construção da trajetória do ensino comercial.

Ademais das fontes listadas, foram consultados sítios eletrônicos na web de instituições de ensino comercial; biografias e imagens das pessoas ilustres, as quais tinham relações com o ensino comercial; assim como, imagens de edificações de instituições de ensino. Para finalizar, foram consultados artigos acadêmicos relacionados aos temas ensino comercial e trajetória das disciplinas: Marketing, Administração, Contabilidade, Educação e História, em especial, História do ensino.

2.2 Método Histórico em Pesquisas de Marketing de Golder

Diante da complexidade metodológica deste trabalho e da quantidade das evidências documentais a serem analisadas, e, ainda, tendo em vista que esta é uma pesquisa histórica em Marketing, foi utilizado, como norteador das decisões metodológicas, o método histórico em pesquisas de Marketing de Golder (2000). O autor propõe cinco etapas, no desenvolvimento de pesquisas históricas em Marketing, são elas: 1) selecionar um tema e coletar evidências; 2) avaliar criticamente as fontes das evidências; 3) avaliar criticamente as evidências; 4) analisar e interpretar as evidências; e 5) apresentar as evidências e conclusões.

Na primeira etapa (**Etapa 1: Selecione um tema e colete evidências**), os pesquisadores podem estudar uma ampla gama de temas, tanto do passado distante como do passado mais recente, desde que haja registros suficientes desses eventos (GOLDER, 2000). O autor orienta que, em pesquisas históricas em Marketing, fontes de dados potenciais sejam materiais publicados, entrevistas de campo, materiais de arquivos e artefatos culturais (GOLDER, 2000). A definição do tema de pesquisa e as primeiras coletas de evidências documentais se iniciou antes, na qualificação deste trabalho, e ocorreram durante todo o processo de construção do presente estudo. Como informado, anteriormente, esta pesquisa encontra-se, no passado mais distante, pois tem como ponto de partida o ensino comercial na criação das Aulas do Comercio, em 1809, até a criação da disciplina de Marketing, nos cursos de graduação em Administração, por volta de 1950. Em função do período selecionado, que compreende o presente estudo, foi mandatória a coleta de dados por meio de pesquisas bibliográficas e fontes documentais, tendo em vista que não foi possível realizar entrevistas de campo. No entanto, buscou-se examinar a maior variedade de evidências documentais possível.

Na primeira etapa (**Etapa 2: Avalie criticamente as fontes das evidências**), consiste em avaliar a autenticidade dos documentos e excluir todas as evidências não autênticas (GOLDER, 2000). Neste estágio, foram coletados dados necessários e relevantes para o presente estudo, bem como para garantir a autenticidade e a precisão dos documentos foram escolhidas fontes oficiais, conforme informado anteriormente. Tendo em vista que documentos oficiais “fornecem uma precisão cronológica, servindo como base para uma narrativa estruturada, da qual o historiador pode abstrair seus argumentos” (CURADO, 2001, p. 55).

A terceira etapa (**Etapa 3: Avalie criticamente as evidências**), segundo Golder (2000), é chamada por alguns historiadores de fase de “crítica externa”. Nesta etapa, os pesquisadores,

buscam determinar quem escreveu cada documento e onde, quando e em que circunstâncias foi escrito por meio de avaliação crítica dos documentos. O objetivo principal é apreciar os conteúdos específicos dos documentos, geralmente, iniciando pela interpretação literal da evidência, enquanto a crítica interpretativa busca determinar o que o autor quis dizer com a leitura dos textos (GOLDER, 2000). Nas fontes documentais do Arquivo Nacional, da biblioteca da Fecap e nas legislações oficiais sobre o ensino comercial, foi possível retirar um conjunto de informações pertinentes ao objetivo do presente trabalho, principalmente, sobre o funcionamento do ensino comercial, no período estudado, como: grades curriculares; conteúdo ensinado, nas disciplinas; material didático utilizado; atividades práticas desenvolvidas nos cursos (em especial nas Aulas do Commercio); processo de contratação dos professores; horário de funcionamento; processo de admissão entre outras informações. Apesar disso, somente essas fontes não foram suficientes para cobrir o período e instituições de ensino pesquisados, por isso, foi necessário recorrer a artigos acadêmicos e livros didáticos utilizados pelos professores do ensino comercial.

Outro aspecto importante em observância a esse critério, deu-se em relação aos documentos administrativos da Fecap e da UCAM, em especial, as publicações comemorativas de aniversários de fundação das instituições de ensino. Houve preocupação por parte da pesquisadora sobre a exatidão da informação. Por se tratar de publicações comemorativas, os textos são carregados de adjetivações, deixando clara a intenção dos autores em enaltecer as instituições de ensino e seus fundadores. Dessa forma, todo cuidado foi tomado para não ser transferido para este trabalho o mesmo propósito dos documentos analisados. Nesse caso, buscou-se outras fontes para confirmar as informações.

Acerca das legislações oficiais, considerou-se que essa fonte documental foi rica em informações sobre o ensino comercial, principalmente, em relação a grade curricular dos cursos, dessa forma, contribuindo para alcançarmos o objetivo do presente trabalho. Todavia, salienta-se que, para esse tipo de fonte, não é possível identificar como foram criadas, a intenção do legislador e, tampouco, os interesses políticos, bem como econômicos dos responsáveis do Governo imersos nas legislações.

Na próxima etapa do método para pesquisas históricas em Marketing de Golder (2000), compreende a quarta etapa (**Etapa 4: Analisar e interpretar as evidências**). Somente as evidências que passaram, nos testes anteriores, são qualificadas para análises e interpretações

(GOLDER, 2000). A síntese adequada requer múltiplas leituras e organização dos documentos. Neste estágio, os pesquisadores podem usar inferências para completar as informações, em seguida, analisam e interpretam em processo direto por meio de descrições dos eventos (GOLDER, 2000).

As evidências documentais foram lidas e relidas diversas vezes, em seguida, os dados foram organizados, cronologicamente, sendo mantido o encadeamento dos acontecimentos dentro de cada área temática, **nesse caso, as instituições de ensino e regulação comercial no país. Depois, preocupou-se em descrever os acontecimentos históricos iniciados, nas Aulas do Comércio, e finalizados, na introdução da disciplina de Marketing, nos cursos de graduação em Administração, no Brasil, com base nas revisões bibliográficas e análise das fontes documentais (regulamentações imperiais e federais, alvará, plano de aula, documentos administrativos das instituições de ensino).**

A quinta etapa (**Etapa 5: Apresentar as evidências e as conclusões**), é quando os pesquisadores de Marketing apresentam suas pesquisas, usam seu julgamento para tomar muitas decisões orientadas pela tese, geralmente, desenvolvida a partir da análise e interpretação das evidências selecionadas como importantes para serem apresentadas (GOLDER, 2000). A apresentação das evidências e conclusões resultaram em três entregas, que, apesar de distintas, complementam-se para atingir o objetivo do presente trabalho.

2.3 Entregas e Fluxo Metodológico dos Procedimentos Efetuados

Como produto da última etapa do método de Golder (2000) foram realizadas três entregas:

1) A **primeira entrega** consiste na construção da narrativa possível da história do ensino comercial brasileiro de 1908, introdução da Aula do Comercio, a 1950, com a criação da disciplina de Marketing, no país, detalhada no capítulo 3. A construção da trajetória do ensino comercial se deu a partir de duas unidades de análise: instituições de ensino comercial situadas, no Rio de Janeiro e em São Paulo, bem como regulamentações oficiais do Governo publicadas, no período temporal, que compreende o presente estudo. Segundo Churchill (1987), em pesquisas descritivas, procura-se conhecer e interpretar a realidade sem qualquer interferência.

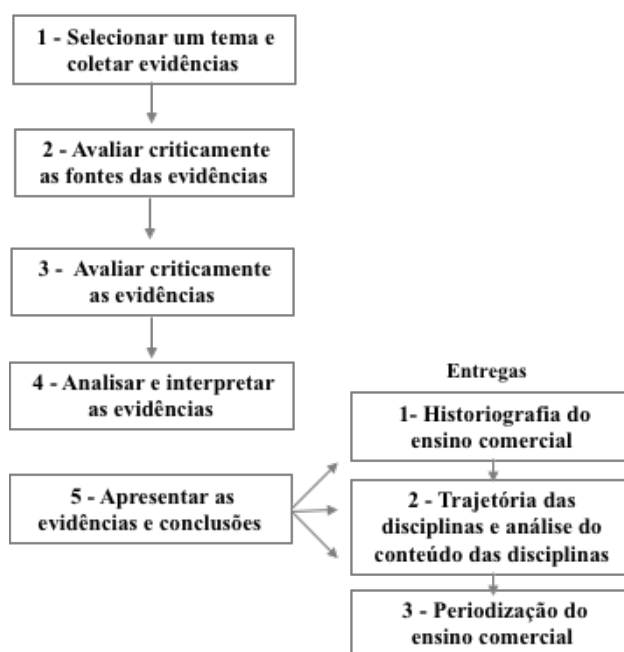
À vista disso, o presente trabalho “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los” (CERVO, BERVIAN, DA SILVA, 2007, p. 61).

2) A **segunda entrega** abrange a trajetória das disciplinas do ensino comercial e a análise do conteúdo das disciplinas do ensino comercial e as relações com o ensino de Marketing, com base no exame nas grades curriculares demonstradas nos Quadros 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39 e material didático como livros, programas de curso, estatutos, regulamentos e regulamentações do Governo. Para operacionalizar esta entrega, recorreremos a análise de conteúdo de Bardin (2004). As categorias analíticas foram fundamentadas, na teoria de marketing, com base na dicotomia macromarketing e micromarketing organizadas, no Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), a serem esmiuçadas no capítulo 4.

3) A **terceira entrega** concebe em propor uma periodização do ensino comercial, no Brasil, em observância a proposta de Hollander, Rassuli, Jones e Dix (2005), de periodizações em pesquisas históricas em Marketing.

Na Figura 3, a seguir, esquematizamos o caminho a ser seguido para atingirmos o objetivo do presente estudo.

Figura 3: Fluxo Metodológico dos Procedimentos Efetuados



Fonte: Desenvolvido pela autora adaptado de Golder (2000)

Nas próximas seções, serão realizadas algumas considerações sobre a dicotomia macro e micro, bem como o Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), análise de conteúdo de Bardin (2004) e Periodização em Marketing para Hollander et al. (2005).

2.4 Considerações a Respeito da Delimitação do Escopo de Marketing

Discussões acerca dos limites e escopo do Marketing se estendeu, durante a década de 1970. Os debates eram em torno da ampliação do conceito de Marketing, para além dos limites das empresas privadas, ou seja, englobar instituições sem fins lucrativos (ver: LUCK 1969; KOTLER; LEVY, 1969; FERBER, 1970; KOTLER; ZALTMAN, 1971; KOTLER, 1972; LUCK, 1974). Os debates acerca dos limites e escopo do Marketing incluíam a controvérsia: “O Marketing deve ser ampliado para incluir as consequências sociais de suas atividades e sistemas de marketing?” (HUNT; BURNETT, 1982, p. 11). A fim de responder esta questão, Hunt e Burnett (1982) desenvolveram um estudo expressivo para estudos de Marketing conhecido como taxonomia de Hunt e Burnett. Uma das contribuições mais significativas deste estudo foi o esforço empírico em determinar quais tipos de pesquisas acadêmicas, em Marketing, podem ser consideradas como micromarketing ou macromarketing.

Hunt e Burnett (1982) concluíram que três critérios classificatórios são necessários e suficientes para resolver a dicotomia entre macromarketing e micromarketing: 1) Nível de Agregação da Unidade de Análise, 2) Perspectiva de Análise, e 3) Consequências Causadas ou Unidade de Análise Afetada. Os autores definiram para cada critério os tipos de pesquisas correspondentes:

1) Nível de agregação da unidade de análise:

- Estudos de um sistema total de Marketing de uma sociedade é macro;
- Estudos do sistema de consumo total de uma sociedade é macro;
- Estudos de sistemas intermediários de Marketing (incluindo canais, sistemas de varejo, atacado e indústrias) é uma mistura de macro e micro; e
- Estudos de organizações individuais e consumidores individuais é micro.

2) Perspectiva de Análise:

- Quando qualquer unidade de Marketing de análise é investigada sob a perspectiva da sociedade, a investigação é macro; e
- Sempre que uma questão é examinada sob a perspectiva da empresa, a pesquisa é micro.

3) **Consequências causadas ou unidade de análise afetada:**

- Estudos das consequências do sistema total de Marketing, na sociedade, é macro;
- Estudos das consequências dos sistemas de Marketing intermediários, no sistema de Marketing total, é macro; e
- Estudos das consequências dos sistemas de Marketing de organizações individuais em sistemas intermediários de Marketing é uma mistura de macro e micro.

Nason (1988) também participa dessa controvérsia. O autor apresenta a distinção entre estudos de micro e macromarketing. O autor esclarece:

A distinção fundamental entre macromarketing e micromarketing é o nível de interesse sobre a qual a análise é focalizada. Macromarketing centra-se, em geral, nos interesses da sociedade, enquanto o micromarketing centra-se nos interesses das organizações formadas para servir o bem-estar da sociedade. Macromarketing preocupa-se em medir o desempenho do Marketing e analisar os sistemas de Marketing contra os interesses da sociedade, bem como em conceber políticas públicas de Marketing apropriadas que melhor se alinham aos comportamentos organizacionais às necessidades da sociedade.” (NASON, 1988, p. 2, tradução livre).

Fundamentados, nas principais abordagens das perspectivas macromarketing e micromarketing, Hunt e Burnett (1982) propuseram o Modelo Taxonômico, resumidos em nove proposições apresentadas no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1: Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett

Proposições	Estudos
1	Estudos de sistemas de marketing são macro (MOYER, 1974).
2	Estudos de redes de relações de troca são macro (BAGOZZI, 1977).
3	Estudos que adotaram a perspectiva da sociedade são macro (SHAWVER; NICHOLS, 1979).

4	Estudos que examinam as consequências do marketing na sociedade são macro (HUNT, 1977).
5	Estudos que examinam as consequências da sociedade, no marketing, são macro (HUNT, 1977).
6	Estudos das atividades de marketing de organizações individuais do setor lucrativo são micro (MOYER, 1974), assim como, estudos que adotam a perspectiva das organizações individuais do setor lucrativo (SHAWVER; NICHOLS, 1979).
7	Estudos das atividades de marketing de organizações individuais sem fins lucrativos são micro (HUNT, 1976).
8	Estudos que adotaram a perspectiva de uma indústria individual são micro (HUNT, 1976).
9	Estudos das atividades de marketing dos consumidores são micro (HUNT, 1976).

Fonte: Adaptado de Hunt e Burnett (1982)

Apresentado o Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), retornaremos à análise de conteúdo de Bardin (2004). As categorias, a priori, no Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), serviram como filtro para a análise da descrição do conteúdo ministrado no ensino comercial.

Bardin (2004) orienta os seguintes procedimentos na análise de conteúdo: 1) pré-análise; 2) análise do material; e 3) inferências, interpretações e tratamento dos resultados. Alguns procedimentos metodológicos da análise de conteúdo de Bardin (2004) se sobrepõem ao método de Golder (2000, já realizadas anteriormente. Por exemplo, Bardin (2004) orienta que, na pré-análise, sejam realizadas múltiplas leituras do corpus de dados, assim como, Golder (2000). Bardin (2004) contempla que, na pré-análise, também sejam definidas as categorias analíticas. Neste caso, as categorias foram fundamentadas, na teoria de marketing, com base a dicotomia macromarketing e micromarketing de Hunt e Burnett (1982).

De acordo com a segunda etapa de Bardin (2004), foram construídas codificações, amparadas, no contraste entre o ensino comercial e a teoria de marketing. Para tal, foram selecionadas partes dos textos das fontes documentais que traziam informações sobre as disciplinas do currículo do ensino comercial e suas correlações com as proposições do Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982). Na terceira etapa de Bardin (2004), as interpretações das relações entre dado e teoria foram efetuadas, de forma que os aspectos considerados

semelhantes e diferentes foram observados para responder ao problema, bem como ao objetivo de pesquisa. Somente foram consideradas disciplinas, nas quais foi possível ter acesso à descrição do seu conteúdo, foram descartadas da análise as disciplinas que pertencem a outros núcleos de conhecimento, que, portanto, não se relacionam com o escopo do ensino de Marketing. Dessa forma, foi possível verificar como as disciplinas do currículo do ensino comercial se relacionam com Marketing, os resultados serão apresentados em outra seção.

2.5 Considerações Sobre Periodizações em Marketing

Hollander et al. (2005) analisaram vinte e oito periodizações em Marketing, com base nessa amostra apresentaram algumas vantagens, problemas e limitações em periodizar as pesquisas históricas em Marketing. Os autores defendem que a periodização oferece várias vantagens sobre cronologia simples, pois resume e estrutura pesquisas históricas em Marketing e deve marcar importantes pontos de viragem no tempo. Segundo eles:

A periodização facilita a compreensão, quebrando a história em pedaços menores, concentrando o leitor em intervalos de tempo específicos e, ao mesmo tempo, facilitando a memorização. A periodização, também, pode impor parâmetros, na investigação histórica, identificando critérios ou princípios que permitem o historiador classificar e identificar padrões nas evidências. (HOLLANDER et al, 2005, p. 35, tradução nossa).

Além disso, a periodização reflete o compromisso ontológico dos historiadores em definir seu objeto, no tempo e no espaço, ou em um contexto histórico específico, com subdivisões padrão das especializações da história, podendo as narrativas históricas serem organizadas por assunto (técnica), por diferentes locais (geográfica), ou por período (HOLLANDER et al., 2005; LORENZ, 2011).

Com objetivo de viabilizar a operacionalização da periodização, Hollander et al. (2005) sugerem que sejam contempladas algumas técnicas, conforme relacionadas, abaixo, de forma resumida, seguidas no desenvolvimento das fases do ensino comercial:

- 1) A técnica mais adequada para periodizar a história do Marketing é usar pontos de viragem (pontos de inflexão), encontrados, no próprio material de pesquisa, e deve determinar a escolha dos períodos. Dessa forma, a periodização deve ser marcada por

mudanças significativas, no contexto, como por exemplo, mudanças nas condições econômicas, métodos de comercialização, e assim por diante;

- 2) Não é adequado propor a periodização, a partir de intervalos fixos de tempo, como décadas ou séculos, tendo em vista que os acontecimentos humanos raramente se arranjam de forma uniforme entre os anos;
- 3) Dividir a história do Marketing, em períodos de duração mais curtos, e pedaços compreensíveis irá induzir maior volatilidade e variabilidade dos dados; e
- 4) Manter o foco na mesma dimensão de Marketing, em todos os períodos, visando facilitar a comparação das semelhanças e diferenças ao longo do tempo.

Sendo assim, o método de periodização para pesquisas históricas em Marketing mostra-se adequado para propor uma periodização do ensino comercial, e as orientações apontadas por Hollander et al. (2005) foram seguidas e executadas durante a formulação deste estudo.

Propôs-se a divisão do ensino comercial, no Brasil, em quatro fases, assim organizadas:

Fase AC (Aula do Commercio): de 1809 a 1856

A Aula do Commercio foi uma instituição de ensino comercial trazida de Portugal por D. João VI na transferência do Império para o Brasil. A Aula do Commercio foi criada em 1809, sendo a primeira na cidade do Rio de Janeiro. As Aulas funcionaram até 1856 quando foram extintas por meio do Decreto nº 1.763, de 14 de maio de 1856, visando reorganizar o ensino comercial no Brasil.

Fase IC (Instituto de Comercial): de 1856 a 1880

O Instituto de Comercial foi uma instituição de ensino comercial criada em 1856 na tentativa reformular o ensino comercial, e com isso, atrair mais alunos, mas sem êxito. Depois de algumas reformas educacionais, o IC foi extinto em 1882.

Fase Pré-EC (Pré-Escolas de Comércio): de 1882 em diante

Esta fase é caracterizada por instituições de ensino que precederam as escolas de comércio, tais como, Liceus de Artes e Ofícios e Mackenzie. O Liceu do Rio de Janeiro foi inaugurado em 1882, após a extinção do Instituto Comercial, e encontra-se em funcionamento até atualidade.

Em SP o Mackenzie, também em funcionamento até hoje, abrigou o Curso Superior de Comércio criado em 1886.

Fase EC (Escolas de Comércio): de 1902 em diante

Esta fase constitui duas escolas de comércio: Escola de Comércio Álvares Penteado, atual Fecap, e a Academia de Comércio, atual Universidade Candido Mendes – UCAM. Ambas inauguradas em 1902 e em funcionamento de forma regular até a atualidade.

Como o objetivo do presente estudo é compreender a trajetória do ensino comercial e seu papel no desenvolvimento do ensino de Marketing, no próximo capítulo, será apresentada uma narrativa historiográfica a respeito da evolução do ensino comercial, no país, que tratará Fases AC, IC, Pré-EC e EC. Este trajeto é uma opção que se adotou para que o leitor acompanhe mais facilmente nosso entendimento a respeito da evolução do ensino comercial no Brasil.

3. INVESTIGAÇÃO HISTORIOGRÁFICA

O presente capítulo tem a função e o propósito de apresentar fatos relacionados ao ensino comercial organizados de forma cronológica, a partir da trajetória das instituições de ensino comercial e as regulamentações oficiais que contribuíram para estruturação do ensino comercial no Brasil. O percurso do ensino comercial brasileiro se inicia com a Aula do Commercio, em Portugal, que foi transferida para o Brasil por D. João VI, em 1808. Este curso foi a principal fonte de formação dos profissionais ligados à gestão dos negócios públicos e privados, no Brasil, até meados do Século XIX e início do Século XX. A trajetória do ensino comercial chegou até as Escolas de Comércio, antes da criação da disciplina de Marketing, nos cursos de graduação em Administração, no país, por volta de 1950.

Esse percurso somente foi possível com base no conhecimento acumulado por outros autores e também na investigação do que ainda não é conhecido na trajetória do ensino comercial no país. No próximo item, será apresentada a Aula do Commercio.

3.1 Aula do Commercio

O Império Português perdurou de 1415 até 1999, esse período compreende desde a conquista de Ceuta (enclave da Espanha na costa do Marrocos) até a transferência da soberania de Macau para China. Para Araújo et al. (2017), o auge do Império Português aconteceu, entre 1494 e 1580, e fez parte da sua abrangência globalizada as colônias: Brasil, Angola, Moçambique, Guiné-Bissau, Cabo Verde, São Tomé; bem como os postos de comércio: Goa, Malaca, Macau e Nagasaki, com o acúmulo de riquezas geradas pelo comércio de produtos agrícolas e minerais, tais como: especiarias, açúcar, café, ouro e diamantes. Apesar da extraordinária expansão, para Disney (2009, p. 333), o Império Português era “mantido unido por sua notável lealdade a certas instituições de base, particularmente, à coroa e a uma marca, especificamente portuguesa, o catolicismo”. A ordem religiosa católica, Companhia de Jesus, instituída por padres jesuítas, fundada em 1534, por Inácio de Loyola, foi uma “poderosa e eficiente congregação religiosa”, resultado, fundamentalmente, dos seus princípios norteadores (MACIEL; SHIGUNOV NETO, 2006, p. 467), são eles:

Busca da perfeição humana por intermédio da palavra de Deus e a vontade dos homens; obediência absoluta e sem limites aos superiores; disciplina severa e

rígida; hierarquia baseada na estrutura militar; valorização da aptidão pessoal de seus membros (MACIEL; SHIGUNOV NETO, 2006, p. 467).

A “lealdade” da coroa ao catolicismo foi além das fronteiras do palácio, dominou o processo de ensino português. Boschi, Barros e Sauerbronn (2016, p. 903) afirmam que “o ensino de orientação religiosa católica e doutrinadora passou a ser praticado em todo Império Português”. No entanto, a Ordem dos Jesuítas não foi criada somente com a finalidade de promover a educação, entre seus objetivos estavam a confissão, a pregação e a catequização. No entanto, a educação ocupou a centralidade das suas atividades (MACIEL; SHIGUNOV NETO, 2006). Segundo os autores, a Companhia de Jesus foi fundada “em pleno desenrolar do movimento de reação da Igreja Católica contra a Reforma Protestante, podendo ser considerada um dos principais instrumentos da contrarreforma” (p. 468). Ainda, nesse sentido, Boschi, Barros e Sauerbronn (2016) afirmam que o objetivo da fundação da Ordem dos Jesuítas foi sustar o avanço da Reforma Protestante. Para isso, a ordem católica se utilizou de duas estratégias: “a educação dos homens e dos indígenas; bem como a ação missionária, por meio das quais procuraram converter os povos das regiões que estavam sendo colonizadas à fé católica” (MACIEL; SHIGUNOV NETO, 2006, p. 468). O domínio jesuítico sobre a educação, em Portugal, e suas colônias perdurou “por mais de dois séculos, até o início o Período Pombalino” (BOSCHI; BARROS; SAUERBRONN, 2016, p. 903).

A denominação Reforma Pombalina se deu em função do nome do seu responsável, Sebastião José de Carvalho e Mello, primeiro Conde de Oeiras e depois Marquês de Pombal. Foi ele embaixador de Portugal, na Inglaterra, de 1738 a 1743. Segundo Araújo (2015, p. 181), durante o período que esteve, em Londres, o Marquês de Pombal ficou “impressionado com a soberania inglesa em relação ao comércio e a indústria”. A Inglaterra, responsável pela Revolução Industrial, era o centro das transformações econômicas e políticas internacionais, no século XVIII, tendo como consequência a “ascensão do capitalismo em contraposição à nobreza e ao regime absolutista” (MELO, 2012, p. 16).

Ainda para Araújo (2015, p. 181), durante o período que esteve em terras inglesas, o Marquês absorveu conhecimentos, em especial, sobre comércio, matérias econômicas e educacionais, pela leitura de livros comerciais e convívio com pessoas “conhecedoras sobre matérias econômicas e educacionais”. Segundo Rodrigues e Craig (2004), além da influência mercantilista inglesa, também teve preponderância sobre as ideias de Pombal, o conjunto de práticas econômicas francesas. Conclui-se que o período em que Marquês de Pombal esteve

morando, em Londres, adquiriu “experiência política e diplomática muito valiosa para a inteligência dos assuntos administrativos, políticos, econômicos e diplomáticos em Portugal” (ARAÚJO, 2015, p. 181).

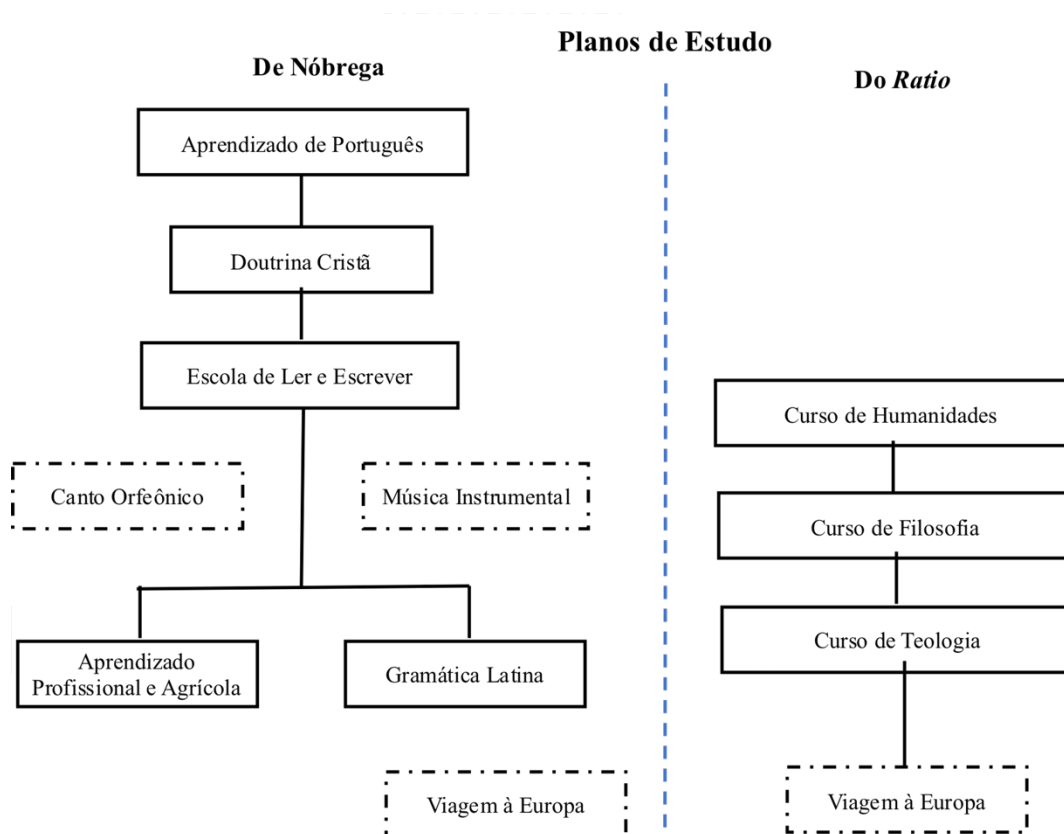
De volta a Portugal, Marquês de Pombal assumiu os cargos de Secretário de Estado e depois Primeiro Ministro, no reinado de D. José I (ARAÚJO 2015). Conjuntamente, tornaram-se “representantes do despotismo esclarecido”, assim como, os reis da Prússia, Áustria, Rússia, Espanha, conhecidos como “déspotas esclarecidos”, por defenderem “reformas modernizadoras” pelo “progresso e melhoria da qualidade da vida humana, através do desenvolvimento da razão, da ciência (química, física e matemática) e da tecnologia” (MELO, 2012, p. 16-17). As “reformas modernizadoras”, em Portugal, promovidas, no período pombalino, aconteceram em um período de declínio econômico de Portugal com o extrativismo mineral, objetivaram o fortalecimento do Império, independência econômica, redução da “influência da nobreza e “principalmente dos jesuítas” (MELO, 2012, p. 17). Do ponto de vista educacional, no século XVIII, o ensino jesuítico estava solidamente instalado, em Portugal (RIBEIRO, 1984), considerado atrasado em relação ao que estava ocorrendo, no restante da Europa. Por exemplo, a Universidade de Coimbra era considerada “medieval”, quando comparada “à filosofia moderna (de Descartes), à ciência físico-matemática, aos novos métodos de estudo da língua latina” (MELO, 2012, p. 18).

Dessa forma, pode-se afirmar que, enquanto o Marquês de Pombal foi ministro da Fazenda de D. José I (MACIEL; SHIGUNOV NETO, 2006), as medidas da Reforma Pombalina estavam orientadas em recuperar Portugal da crise econômica, principalmente, após dominação espanhola (1580-1640), adequar-se às mudanças sociais e políticas que aconteciam, na Europa (Revolução Industrial), por meio da concentração do poder real, redução do poder da nobreza e do clero. Além disso, acabar com o domínio educacional dos jesuítas, objetivando, prioritariamente, a modernização da cultura portuguesa por meio da razão, da ciência e da tecnologia, ideais atrelados ao Iluminismo (RIBEIRO, 1984; MELO, 2012). Para Rodrigues e Gomes (2002), os atrasos da indústria e também do comércio eram decorrentes, além da falta de cultura, da ausência de formação técnico-profissional dos portugueses.

3.1.1 Reforma Pombalina no Brasil e Portugal

No Brasil-Colônia, em 1549, com a chegada dos jesuítas chefiados por Manoel da Nóbrega, a organização escolar era, diretamente, relacionada à política colonizadora portuguesa, através da instrução e da catequese efetuadas pelos jesuítas, únicos educadores de profissão à época, os quais receberam como missão que “educassem os mamelucos, os órfãos e os filhos dos principais caciques, filhos dos colonos brancos” (RIBEIRO, 1984, p. 20-23). O Plano de Ensino elaborado por Nóbrega, segundo Ribeiro (1984, p. 23), era múltiplo e não intencionava atender de um lado a população indígena e do outro os “brancos”. A autora informa que, o aprendizado era iniciado pelo ensino de Português, que incluía a doutrina cristã, seguido por escola de ler e escrever. Desse ponto em diante, o ensino era de caráter opcional, com ensino de canto orfeônico e de música instrumental. Além disso, uma bifurcação: de um lado aprendizado profissional e agrícola; do outro, aula de gramática e viagem de estudos à Europa” (p. 23), conforme apresentado, na Figura 4, a seguir.

Figura 4: Plano de Estudo da Nóbrega



Fonte: Elaborado pela autora com base em Ribeiro (1984, p. 24)

O Plano de Estudo de Nóbrega vigorou, no período de 1570 a 1759, a autora esclarece que esse modelo sofreu objeções, inclusive com a ordem religiosa a que ele pertencia (RIBEIRO, 1984). Em 1599, passou a vigorar a proposta de Inácio de Loiola, o *Ratio Institutio*

Studiorum, chamado de *Ratio Studiorum* (RIBEIRO, 1984; MELO, 2012). Segundo os autores, o *Ratio* centralizava, em sua estrutura de ensino, elementos da cultura europeia, mais especificamente de Portugal, deixando de lado o ensino dos indígenas e favorecendo os filhos dos dirigentes da sociedade da época (RIBEIRO, 1984; MELO, 2012). Percebe-se, também, que foi excluído do *Ratio* as fases iniciais de estudo apresentadas no modelo de Nóbrega. Segundo Rosa e Gomes (2014, p. 42), o ensino jesuítico estava localizado nos níveis médio e superior, sendo excluído o ensino fundamental, ensinar a ler e escrever era considerado “obra de caridade”, somente efetuada, se houvesse jesuítas disponíveis para a aludida missão.

A Ordem Jesuítica fundou suas próprias escolas públicas, desenvolveram-se ao longo do século XVI, abrangeu todo território de Portugal e suas colônias (ROSA; GOMES, 2014). No Brasil, segundo Ribeiro (1984, p. 25), os colégios jesuíticos foram um importante “instrumento de formação da elite colonial” moldada para o trabalho intelectual, enquanto os indígenas eram catequisados para serem aproveitados como mão de obra “dócil” e obediente. Apesar da relevância da formação humanística jesuítica, essa orientação educacional teve consequências graves para vida intelectual, no Brasil-Colônia, assim como para a própria metrópole que também se encontrava distante das influências modernas do conhecimento relativos à filosofia da ciência (RIBEIRO, 1984).

Com a Reforma Pombalina, os jesuítas foram expulsos de Portugal e de todas as colônias, em publicação oficial de 12 de janeiro de 1759, em decorrência disso, perderam a incumbência da educação escolar, tendo em vista, que a intenção era tornar o ensino laico (MELO, 2012). Segundo a autora, a ascendência da igreja católica sobre assuntos educacionais ainda permaneceu, em Portugal e nas suas colônias, por exemplo, os bispos continuaram realizando indicações de pessoas para a função de professor (p. 19).

Além de privar os jesuítas do ensino, o Alvará Régio regula sobre as “novas metodologias”, inicialmente, nas “Escolas Menores”¹ (ROSA; GOMES, 2014, p. 45). Segundo Melo (2012, p. 19), apesar dos problemas, a reforma educacional de Pombal, se comparada ao ensino jesuítico, apresentava “avanços”, entre eles estavam: 1) a formação do perfeito nobre (negociante); 2) simplificação e abreviação dos estudos, motivando o ingresso em cursos

¹ Escolas Menores ou Ensino Menores o que chamamos hoje de ensino secundário ou ensino médio.

superiores; 3) melhoria do aprendizado da Língua Portuguesa; e 4) inclusão de conhecimentos científicos.

Com a expulsão dos jesuítas por “crime lesa-majestade”, considerado um crime de traição, tendo seus bens confiscados, ocasionou o fechamento das escolas da ordem de todo território português. Como consequência dessa medida, Pombal teve que lidar com a ausência de escolas para acolher os estudantes dos colégios jesuítas (ROSA; GOMES, 2014, p. 46). Os esforços de Pombal viabilizaram a criação de duas “escolas especializadas”, o Real Colégio dos Nobres² e a Aula do Commercio (CABRAL, 2011).

Foi nesse contexto, que várias medidas foram tomadas por Pombal, no sentido de reverter o cenário à época, entre elas, a criação da Aula do Commercio de Lisboa, sob a responsabilidade da Junta de Comércio. No próximo subitem, faremos considerações a respeito da Aula do Commercio de Lisboa.

3.1.2 Aula do Commercio de Lisboa

A Aula do Commercio para guarda-livros, mercadores, caixeiros, entre outros, passou a ser obrigatória (CHAVES, 2012; ARAÚJO, 2015) e recomendada para negociantes, a partir da Carta Lei de 30 de agosto de 1770, expedida por D. José I (1750-1777), bem como, obrigatoriedade de matrícula dos negociantes, na Junta do Comércio (DE MENDONÇA, 1982; CHAVES, 2012). Isso visava regulamentar o comércio do Reino e seus Domínios que, até aquela época, era dominado por práticas fraudulentas introduzidas pela “Mesa dos Homens de Negócio” (DE MENDONÇA, 1982, p. 75). A Carta Lei objetivava “proteger e animar” a Aula do Commercio, como por exemplo, mandando contratar, exclusivamente, para órgãos públicos os “ex-aulistas” (DE MENDONÇA, 1982, p. 75). A Aula do Commercio foi vinculada à Junta do Comércio, no Estatuto de 12 de dezembro de 1756, depois confirmado pelo Alvará de 19 de abril do mesmo ano, ambos sobre a gestão de Pombal. No Estatuto de criação da Junta do Commercio, em seu Capítulo XVI, faz referência à necessidade de uma Aula do Commercio, conforme transcrição abaixo:

² Criado em 1761 com objetivo de dotar a nobreza de uma educação moderna, semelhante a outras escolas europeias. Disponível para informações <<https://agenda.uc.pt/eventos/colégio-real-dos-nobres-o-primeiro-modelo-de-ensino-experimental-do-iluminismo-pombalino/>>.

Porque a falta de arrecadação de livros, redução de dinheiros, de medidas e de pesos, intelligencia de câmbios, e das mais partes, que constituem hum prefeito Negociante, tem sido de grande prejuizo ao commercio destes Reinos, se deve estabelecer por esta Junta, huma Aula, em que, pelo rendimento das sobreditas contribuições, se faça presidir hum, ou dois Mestres, dos mais peritos, que se conhecerem, determinando-lhes ordenados competentes, e as obrigações, que são proprias de tão importante emprego (ESTATUTO, 1756; DE MENDONÇA, 1982, p. 129, mantida a grafia da época).

Como já visto, anteriormente, Pombal foi influenciado pelas ideias mercantilistas inglesas e francesas, bem como investido em estruturar Portugal para chegar ao mesmo patamar da Inglaterra (RODRIGUES; CRAIG, 2004; ARAÚJO, 2015). O ensino comercial, com a valorização da instrução técnica e profissional, constituía seu conjunto de reformas administrativas (CHAVES, 2012). Vale salientar, que ainda, em Londres, Pombal reuniu as primeiras ideias para a estrutura da grade curricular e a criação da Aula de Commercio de Lisboa (ARAÚJO, 2015).

A principal função da Aula do Commercio era preparar os comerciantes portugueses, no século XVIII, para as práticas contábeis e mercantis, em modelo de ensino, exclusivamente, prático (CABRAL, 2011; ARAÚJO, 2015; BOSCHI, BARROS, SAUERBRONN, 2016). E ainda, “ensinar elementos até então ignorados pela maior parte dos portugueses, que somente praticavam o comercio, no interior do Reino e suas colônias”, portanto, limitados à prática comercial em mercados estrangeiros (ARAÚJO, 2015, p. 182). No Capítulo XVI do Estatutos da Aula de Commercio para criação da Aula, o Rei, em seu texto oficial dirigida a todos os interessados, analisa a situação “precária do comércio lusitano” e chama atenção para carência no preparo dos homens portugueses que se dedicavam à prática comercial “na distribuição, e ordem dos livros” (DE MENDONÇA, 1982, p. 196). Por exemplo, cita que estes desconheciam “elementos de pesos e medidas com câmbio”, ficando em desvantagens nas relações comerciais com outros países (DE MENDONÇA, 1982, p. 196). Acrescenta Cabral (2011) que a criação da Aula de Commercio, em Portugal, com educação laica, submissa ao poder monárquico, alinhava-se aos ideais da Reforma Pombalina.

A Aula do Commercio já existia em “nações civilizadas” que compreendiam, há muito tempo, a “grande” utilidade do ensino comercial (VEIGA FILHO, 1901, p. 59). Nos países da Europa, a Aula de Commercio, existia desde meados do século XVII, embora tenha adquirido

maior força e visibilidade somente a partir de meados do século XVIII (CHAVES, 2009). Ainda nesse sentido, Veiga Filho (1901, p. 59) exemplifica que o primeiro país a compreender a importância do ensino comercial foi a Rússia, que fundou, em 1755, a Escola de São Petersburgo; seguida pela Alemanha que, em 1793, criou o Instituto Commercial de Lubeck; depois a França, estruturando em 1820, a Escola Superior de Commercio de Paris. Seguidas pelos demais países, como: Áustria com a Escola de Praga; Itália com a Escola de Veneza; Bélgica com a Escola de Anvers. Ainda segundo o autor, na Inglaterra e nos Estados Unidos, em 1901, “encontram-se numerosos estabelecimentos de ensino comercial que funcionavam, regularmente, prestando os mais notáveis serviços”. Na Argentina, América do Sul, foram criadas, em 1892, “três importantes estabelecimentos-modelo”: o Instituto Mercantil de Buenos Ayres, a Escola Superior do Comercio do Rosário e a de Córdoba (VEIGA FILHO, 1901, p. 60).

Mesmo após o ensino comercial funcionar, em outros países da Europa, as Aulas do Commercio de Portugal são consideradas por historiadores como sendo o “primeiro curso técnico profissionalizante na Europa”, em função da sua estrutura (CHAVES, 2012, p. 268). As Aulas funcionaram com “tanto sucesso”, qualificando pessoas e facultando acesso prioritário aos formandos da Aula para assumirem funções de “guarda-livros, caixeiros, caixas e escriturários de navios, escrivães da armada, empregados das companhias privilegiadas, bem como para os ofícios da administração da Fazenda Pública” (ARAÚJO, 2015, p. 183). Apesar do “sucesso” da Aula do Commercio de Lisboa, a autora identifica dois aspectos para redução “significativa” das matrículas de alunos, após a transferência da Família Real para o Brasil. O primeiro é a abertura da Aula, em outras cidades portuguesas, como por exemplo, Faro, em 1791, e Porto, em 1803; o segundo, a redução do comércio português com a transferência do Império para o Brasil, com isso, a Junta de Comércio de Portugal ficou sem recursos financeiros para custear as despesas da Aula (p. 183). Como evidência da redução de matrículas, no encerramento da Aula, segundo Rodrigues e Gomes (2002), a segunda turma recebeu 163 matrículas e a quinta turma recebeu 307 alunos matriculados. Segundo os autores, isso indicou uma progressão, na quantidade de matrículas, enquanto, nos últimos 10 anos, houve uma “decadência” na quantidade de matrículas efetuadas (p. 5).

O encerramento da Aula do Commercio de Lisboa se deu, em 1844, depois de 85 anos de funcionamento, quando esta foi integrada ao Liceu Nacional de Lisboa (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013; RODRIGUES; GOMES, 2002). Durante o período em que a Aula esteve

em funcionamento, aconteceram rupturas políticas e econômicas, as quais culminaram com a invasão francesa a Portugal pelo Exército Napoleônico, que levaram a Família Real e muitos cortesãos, bem como membros do governo a fugirem para o Brasil, em uma viagem “árdua e perigosa” (ARAÚJO et al. 2017, p. 43). Ainda segundo os autores, a decisão de escapar para a colônia Brasil não foi uma decisão espontânea ou precipitada. Pelo contrário, seguiram deliberações cuidadosas e sofisticadas da diplomacia portuguesa (MANCHESTER, 1969).

As motivações que levaram ao deslocamento do centro administrativo do Império Português para o Brasil Colônia são diversas e complexas, no entanto, Araújo et al. (2017) argumentam que houve, em especial, três razões principais para o deslocamento da corte portuguesa para a colônia Brasil. Em primeiro lugar, a elite portuguesa, há muito tempo, estava preocupada com as possíveis consequências de uma invasão francesa: os portugueses estavam com “medo” de sofrer o mesmo destino (humilhação e execuções terríveis) que a elite francesa passou durante a Revolução Francesa, 1789-1793 (ARAÚJO et al., 2017, p. 43). Em segundo lugar, desde 1580, vários portugueses proeminentes, como por exemplo, D. Luís da Cunha, diplomata português, na Europa, e Rodrigo de Souza Coutinho, diplomata e ministro do governo, defenderam o deslocamento para “os trópicos”, em especial para o Rio de Janeiro, do centro da Metrópole do Império Português, em função dos recursos abundantes que existiam na colônia brasileira (ARAÚJO et al., 2017, p. 43). A terceira razão, foi a persistente “ambição geopolítica” da Grã-Bretanha (WILCKEN, 2005, p. 253), pois estava ansiosa para que Portugal abrisse seus portos (especialmente do Rio de Janeiro) ao livre comércio, tendo em vista que estavam proibidos o comércio e a indústria, na Colônia, para que pudesse se beneficiar das concessões comerciais subsequentes (ARAÚJO et al. 2017; ARAÚJO, 2015).

Cabe ressaltar que, quando a corte portuguesa desembargou, o Brasil Colônia era governado por Vice-Reis enviados de Portugal com autonomia total para governar. O contexto social, na Colônia, era de “descontentamento e revoltas” derivadas dos conflitos políticos e econômicos estabelecidos entre a relação Portugal e a Colônia, bem como “entre o trabalho escravo e os detentores do poder” (MELO, 2012, p. 21). O desafio de D. João, ao desembarcar, no Brasil, era transformar a Colônia na Metrópole portuguesa.

No próximo subitem, trataremos a respeito de como ocorreu a transferência do Império português para a colônia Brasil.

3.1.3 A Transferência do Império Português para o Brasil

Apesar do desencontro de informações em relação a quantidade de navios e pessoas, a viagem D. João é considerada como “um dos mais importantes eventos da História Luso-Brasileira”, estavam, na viagem, em torno de 12 mil a 15 mil pessoas e ocupavam uma frota de 36 navios (LIGHT, 2008) escoltados por navios ingleses que tinham o compromisso de garantir a segurança dos viajantes até o Brasil (SILVA, 2020). Em função da quantidade de pessoas e materiais levados, nos navios, indica a intenção da Corte Real, em permanecer por um longo período na Colônia, desde o embarque (ARAÚJO et al., 2017).

O navio de D. João chegou ao Brasil pela Bahia, em janeiro de 1808 (ARAÚJO et al., 2017). Light (2009) explica que “o tédio da viagem” influenciou na decisão de D. João de fazer uma breve passagem, em Salvador, tendo em vista que os tripulantes dos navios estavam cansados e queriam descansar dos balanços no mar. Segundo Moura (2000, p. 77), com a transferência do Império e do Governo Português, o Brasil deixou de ser na “prática e de forma definitiva” uma Colônia, como evidencia os atos promulgados na Bahia. Nesse sentido, Araújo et al. (2017) esclarecem que, na Bahia, foram proclamadas as primeiras legislações expedidas pela corte portuguesa em terras brasileiras. Segundo os autores, por meio de Carta Real, a primeira medida foi oficializar o compromisso firmado entre portugueses e britânicos em abrir os portos brasileiros “para nações amigas”, a fim de permitir o fluxo de exportações e importações, diretamente, da colônia (ARAÚJO et al., 2017). A abertura dos portos foi uma tentativa de atender as “pressões dos ingleses e aos interesses dos grupos coloniais”, tendo como consequência para o Brasil a extinção do “monopólio do comércio externo” e as transformações das estruturas econômica, política e social (MELO, 2012, p. 22). Além de fomentar a concorrência entre as firmas inglesas com os comerciantes já estabelecidos, na Corte, exigiu desses uma “organização mais racional dos negócios” (MARTINHO; GORENSTEIN, 1993, p. 73).

A segunda medida legislativa emitida pelo D. João (ainda temporariamente na Bahia) foi um Decreto de 23 de fevereiro, com a criação de uma escola de Ciência Econômica, no Rio de Janeiro (Araújo et al., 2017), patrocinada pelo governo. Saes e Cytrynowicz (2001) informam que a cadeira de Ciência Econômica³ e a Aula de Comércio foram mantidas ao longo

³ “O estudo da Ciência Econômica – sob o título de Economia Política – era efetuado nas faculdades de direito (fundadas em 1827 em São Paulo e Pernambuco) e também na Escola Politécnica do Rio de Janeiro (que incluía

do Império. Esta segunda medida sinaliza a importância da educação contábil e comercial que teria, no Império (Araújo et al., 2017), bem como no tratamento dos negócios públicos e privados. Este tema será discutido mais adiante novamente.

Depois da breve estadia, na Bahia (de 28 de janeiro até 7 de março de 1808), D. João embarcou com sua comitiva, em direção à cidade do Rio de Janeiro. Ao chegar, iniciou as transformações para tornar a pequena cidade, naquela época, com um pouco mais de 50.000 habitantes, sendo mais da metade escravos, na nova Metrópole do Império Português (LIGHT, 2009). As primeiras medidas tomadas por D. João no Rio de Janeiro visavam restabelecer a burocracia real e o gerenciamento do Império aos moldes da corte portuguesa. Entre as primeiras instituições criadas estavam: Superintendência Geral de Polícia da Corte no Brasil; Ordem de Cavalaria (denominada como Ordem da Espada); Capela Real (no Palácio Real); Tesouro Real (que levou a criação do Banco Nacional, mais tarde denominado Banco do Brasil); e a Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação (ARAÚJO et al., 2017). Os autores analisam que todas as instituições criadas eram réplicas do Império Português, assim como foi na era pombalina.

A seguir, discutiremos sobre a criação da Aula do Commercio iniciada na Corte.

3.1.4 A Criação da Aula do Commercio no Brasil

Antes da transferência do Império Português para a colônia, em 1808, o Brasil era considerado “a Colônia mais lucrativa de Portugal” (ARAÚJO, 2015, p. 183). Mesmo sendo a Colônia fecunda, a transferência da corte teve um papel fundamental, na transformação de um novo centro urbano, pois surgiram novos consumidores com padrões e exigências distintas que levaram uma maior “especialização do comércio e a necessidade do reaparelhamento da cidade” com a construção de mercados, sistema de iluminação, aberturas de lojas, trapiches, etc. (MARTINHO; GORENSTEIN, 1993, p. 74). Além disso, novos órgãos públicos e privados foram institucionalizados, gerando a necessidade de profissionalizar o grupo comercial. O Império precisava reorganizar as finanças públicas locais e apoiar os procedimentos contábeis (ARAÚJO et al., 2017), em função desse novo contexto, novos postos de trabalho surgiram,

a cadeira de Economia Política em 1864 quando ainda se chamava Escola Central” (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 39).

tanto na esfera pública como na privada, demandando preparação das pessoas para desempenharem o papel que as novas funções exigiam.

D. João decidiu estabelecer a primeira escola brasileira de comércio, logo após a chegada, no Brasil, isso facilitou o desenvolvimento do comércio local (ARAÚJO et al., 2017). Segundo os autores, D. João destacou, no Decreto de 23 de fevereiro de 1808, sobre a importância da educação comercial, ressaltando que “sem aprender [comércio], só podemos andar às cegas ou com passos muito lentos (...)” (p. 44). Saes e Cytrynowicz (2001, p. 38) informam que D. João, ao criar a Aula do Commercio dentro da Real Junta de Comércio e Agricultura, Fábricas e Navegação, designada como “deste reino do Brasil e seus domínios ultramarinos”, por meio do Alvará de 15 de julho de 1809, anunciou sua preocupação com a gestão dos negócios, bem como formalizar a “constituição do ensino comercial no Brasil”.

Até a chegada da corte portuguesa, no Brasil, a atividade comercial interna resumia-se à venda dos bens produzidos ao mercado internacional (PELEIAS et al., 2007). O comércio e as grandes organizações eram subdesenvolvidos, à época (ARAÚJO et al., 2017). Em função do novo contexto político e comercial, exigia dos negociantes brasileiros uma melhor instrução mercantil (CHAVES, 2009; ARAÚJO; RODRIGUES, 2013). Chaves (2009, p.179) salienta ainda que, segundo Hipólito José da Costa, redator do jornal *Correio Braziliense* (circulou em Londres entre 1809 a 1822), “o negociante brasileiro era indolente e tímido na condução de seus negócios”. Naquele momento, em 1809, “os comerciantes brasileiros seriam ‘tapeados’ por instruídos negociantes ingleses”. Ainda segundo a autora, por isso era necessário estimular a formação e ação da classe mercantil brasileira (p. 179) que algumas vezes não sabiam nem ler, bem como pouco conheciam sobre técnicas mercantis (MARTINHO; GORENSTEIN, 1993).

Por outro lado, Araújo e Rodrigues (2013) revelam que antes da chegada de D. João à colônia já havia negociantes, no país, com conhecimento em contabilidade adquirido na Aula de Commercio de Lisboa. Isso porque a Coroa Portuguesa negou repetidos pedidos para estabelecer, no Brasil, uma universidade, o que levou os estudantes brasileiros, filhos de negociantes, a buscarem formação em universidades na Europa (ARAÚJO et al., 2017; ARAÚJO; RODRIGUES, 2013). Para os autores, havia apenas 37 estudantes brasileiros de um total de 2.140 de todas as nacionalidades que frequentaram a Aula de Lisboa, entre 1767 e 1808 (ARAÚJO et al., 2017). Em suma, apesar do conhecimento das práticas contábil não ser inédito,

na Colônia Brasil, foi somente com instalação do Império Português que os “problemas de gestão dos negócios públicos e privados passaram a ser considerados de modo mais consistente” (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 38). Nesse contexto de concorrência inglesa e instalação do aparelho de Estado português, subverteram a ordem das atividades mercantis, que passou a receber o mesmo tratamento e importância análogos ao recebido em Portugal (CHAVES, 2009).

Na Colônia Brasil, segundo Araújo e Rodrigues (2013, p. 19), a Aula do Commercio “foi uma das primeiras escolas a serem criadas, no Governo de D. João, antes mesmo da Academia Real Militar (1810), Academia de Belas Artes (1816), Curso de Direito (1827) e Colégio Pedro II (1837)”. Ao implementar o Método das Partidas Dobradas nas contas do governo central como uma forma de ajudar a controlar o Império, a Aula do Comercio do Rio de Janeiro foi fundamental, no ensino dos conhecimentos em contabilidade, para instruir e formar contadores para assumirem cargos, no governo, bem como posições na comunidade mercantil (ARAÚJO et al., 2017).

Para Araújo et al. (2017); Saes e Cytrynowicz, (2001), a evidência da importância da educação contábil e gestão de negócios, no Brasil, é demonstrada por meio da segunda medida legislativa promulgada (Carta, 23 de fevereiro de 1808) com a criação da Aula de Comercio do Rio de Janeiro e a nomeação do seu primeiro lente (professor). O incentivo às Aulas do Commercio, no país, com ensino de Contabilidade, Direito Mercantil e condutas de mercado ocorreu no momento em que propagavam, em Portugal, os princípios de Economia Política com “traduções e adaptações da obra de Adam Smith” (CHAVES, 2009, p. 180). Araújo et al. (2017, p. 45) comentam que D. João afirmou que era “...absolutamente necessário estudar Ciências Econômicas [...] e como sei que José da Silva Lisboa [...] é muito habilidoso para ensinar a ciência [...], dou permissão a ele para ocupar uma cátedra nesta Escola Pública, no Rio de Janeiro, que estou criando com esta Carta”. No entanto, José da Silva Lisboa⁴, o Visconde de Cairu, decano dos economistas brasileiros, não aceitou a nomeação (SOUZA, 2006). O lente, Lisboa, reivindicou salário mais alto para ocupar o cargo, segundo Araújo et al. (2017), o lente considerou baixo o salário ofertado em função do cargo a ser exercido, com isso, atrasando o início da Aula na Corte. Em 1809, Silva Lisboa foi nomeado para primeira diretoria da Junta

⁴ “José da Silva Lisboa, o visconde de Cairú, nasceu na Bahia, era formado em grego, hebraico, Direito Canônico e Filosófico pela Universidade de Coimbra, Portugal. Em 1804 publicou sua obra *Princípios de Economia Política*. Em 1807, publicou dois livros em Portugal, um sobre *Direito Comercial* e outro sobre *Liberalismo Econômico*. Ele foi um forte defensor das ideias de economia política e economia de livre mercado do filósofo Adam Smith” (ARAÚJO et al., 2017, p. 45).

do Comércio. Consta que ele desempenhou um papel importante, na preparação da Carta Real de 8 de fevereiro de 1808, na abertura dos portos brasileiros, em virtude de seus conhecimentos teóricos e práticos (ARAÚJO et al., 2017; SOUZA, 2006). Observa Chaves (2009) que, inicialmente, a intenção era ter um curso separado de Economia Política, tendo como professor José da Silva Lisboa, como não foi possível ser concretizado, a disciplina foi incorporada a Aula do Commercio. Dessa forma, esse foi o primeiro aparecimento concreto de ensino de Economia, no Brasil, e o ramo do conhecimento que deu origem ao ensino de Economia foi o ensino Comercial, em especial, a Aula do Commercio (SOUZA, 2006; SAES; CYTRYNOWICZ, 2001). No próximo subitem apresentaremos sobre o funcionamento da Aula do Commercio.

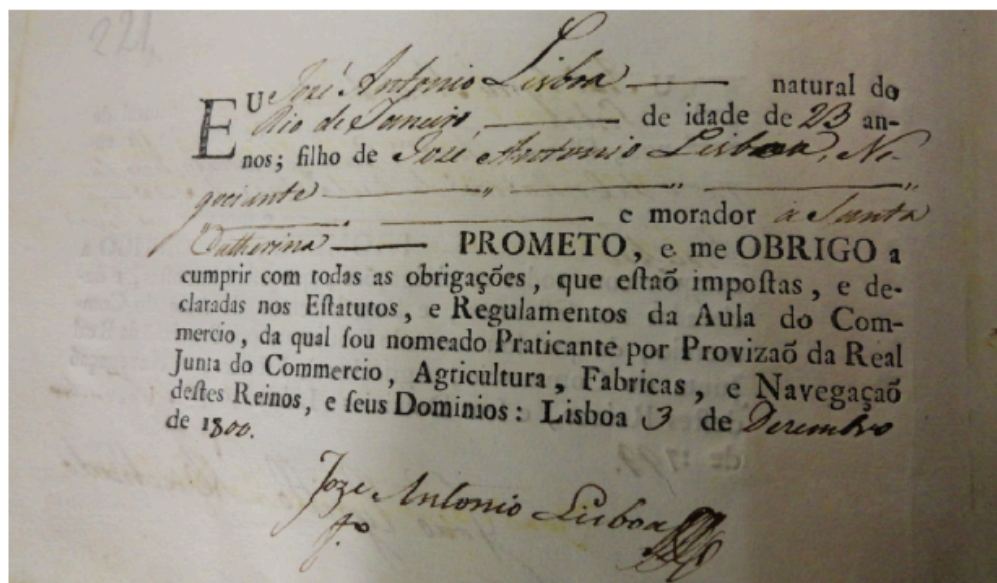
3.1.5 Funcionamento da Aula do Commercio

A Aula de Commercio criada, em 1809, no Governo D. João, segundo Estatuto 1759, considerada de utilidade pública, existiram em três importantes praças mercantis do Brasil: Rio de Janeiro, Salvador, Recife e Maranhão (ARAÚJO et al. 2017; GUIMARÃES, 2016; ARAÚJO; RODRIGUES, 2013, ARAÚJO, 2015; CHAVES, 2009; PELEIAS et al., 2007).

José Antonio Lisboa (sem nenhum parentesco com José da Silva Lisboa, Conde Cairú, mencionado anteriormente) foi o primeiro lente (professor) da Aula de Commercio, no Rio de Janeiro (ARAÚJO et al., 2017; CHAVES, 2009). O professor Lisboa (1777-1850), nasceu e iniciou seus estudos, no Rio de Janeiro, e continuou sua formação escolar, no Colégio dos Nobres, em Portugal. Graduou-se em Matemática e Filosofia na Universidade de Coimbra. Em 1802, continuou seus estudos, em Londres, retornou ao Brasil, em 1809 (CHAVES, 2009). Segundo Araújo et al., (2017), Lisboa frequentou, em Portugal, aulas de francês e inglês. Ainda segundo os autores, antes de viajar para Londres, Lisboa participou em Paris durante um ano de vários cursos de literatura.

Por meio de consultas ao Arquivo da Escola Secundária Passos Manuel em Lisboa, Araújo et al., (2017), constataram que Lisboa foi aluno da Aula do Commercio de Lisboa, conforme registro datado de 3 de dezembro de 1800, documento no qual ele se compromete em cumprir os estatutos e regulamentos da escola, conforme a Figura 5, a seguir.

Figura 5: Inscrição de José Antônio Lisboa na Aula de Comércio de Lisboa



Fonte: ARAÚJO et al. (2017, p. 47).

Lisboa foi professor da Aula de Comércio, no Rio de Janeiro até por volta de 1820, elaborou sucessivos planos de aula, inclusive em 1846, foi responsável pela proposta de uma Escola Central de Comércio (CHAVES, 2009; CHAVES, 2012). Segundo Araújo et al., (2017; Araújo; Rodrigues, 2013), ao nomear Lisboa como lente (professor) da Aula do Commercio do Rio de Janeiro, D. João levou em consideração seus conhecimentos como ex-aluno da Aula do Commercio de Lisboa e sua larga experiência na área, também, como negociante.

Mesmo não sendo usual, segundo Araújo et al., (2017), ainda como professor, Lisboa fundou duas seguradoras e definiu os estatutos da Companhia de Seguros Providente (em 1814, trabalhou por quatro anos); e da Companhia Tranquilidade (em 1818, trabalhou por oito anos). Após sua aposentadoria como professor, Lisboa desenvolveu outras atividades, entre elas: deputado da Junta de Comércio; Inspetor Geral de Fábricas Nacionais; Ministro da Fazenda (por um mês), em 1830; membro fundador do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro; participante do comitê que preparou o Código Comercial (escreveu o capítulo sobre letras de câmbio); escreveu várias monografias, por exemplo, “Reflexões sobre o Banco do Brasil”, “Notas sobre como melhorar a circulação de dinheiro no Império do Brasil”, “Esboço da lei sobre o sistema monetário” e “Estatísticas do Brasil” (ARAÚJO et al., 2017, p. 46).

As Aulas do Commercio, no Brasil, funcionaram, de 1809 até 1845, orientadas pelo mesmo Estatutos de Portugal, estabelecido, em 1759, por Pombal. Dessa forma, fica clara sua influência na criação e no funcionamento da Aula (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013; ARAÚJO

et al., 2017). A Aula do Brasil apresentava um diferencial em relação a Aula portuguesa: a introdução da disciplina Economia Política (CHAVES, 2009).

Assim como a Aula do Commercio de Lisboa, a Aula do Brasil era financiada pela Junta de Comércio⁵, que coletava impostos sobre transações comerciais que custeavam as despesas da Aula (ARAÚJO et al. 2017). A Junta do Comércio era responsável por aprovar os Programas da Aula, os quais sofriam revisões periódicas, com a finalidade de adaptar o ensino ao contexto brasileiro, que suscitavam formas de gestão diferenciadas, em função das novas relações comerciais, principalmente, as mantidas com a Inglaterra (CHAVES, 2009; CHAVES, 2012). A Aula do Commercio, no Brasil, durante seu funcionamento (1809 até 1845), teve 21 cursos e, aproximadamente, 900 alunos. A primeira Aula foi criada, no Rio de Janeiro, pelo Alvará de 15/09/1809, estabelecida na sua criação à Rua da Alfândega, nº 15, 2º andar, no período diurno, com 37 alunos matriculados, na primeira turma, em 1811, excedendo a quantidade permitida no Estatuto de 20 alunos (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013).

As Aulas visavam o ensino profissionalizante técnico voltado para práticas mercantis modernas. Pode-se citar, como exemplo, a “técnica das partidas dobradas, método italiano, considerada essencial para o aprendizado em contabilidade, era o ponto alto dos novos estudos” (CHAVES, 2012, p. 268). Apesar da autora considerar como o estudo de “partidas dobradas ser essencial”, também outras disciplinas faziam parte da formação comercial, abrangiam aptidão em matemática, compreensão das diferenças cambiais, pesos e medidas, conhecimento sobre seguros, bem como a habilidade com línguas estrangeiras (CHAVES, 2012, p. 268). Segundo a autora, além de moldar o ensino prático, a produção literária (textos, impressos, apostilas, traduções) fazia parte das atribuições dos professores, por exemplo, a tradução para português do “*Dictionnaire Universel de Commerce, de Jacques Savary des Brûlons*, publicado, em 1723, em Paris”, trabalho realizado pelo segundo professor da Aula de Lisboa, Alberto Jacqueri de Sales (p. 268).

Os alunos candidatos ao ingresso, na Aula do Commercio, com duração de três anos, deveriam primeiro se inscrever na Junta Comercial e expressar seu interesse em participar do curso, deveriam ter idade superior a 14 anos de idade (não havia idade máxima), era obrigatório

⁵ Carta de 15 de julho de 1809, na qual D. João autorizou a Real Junta Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação a arrecadar impostos sobre transações comerciais, para que esta tivesse, na qual afirma, “rendimentos próprios” e também “construção de uma Praça de Comércio” e o estabelecimento de aulas de comércio para “doutrinar aqueles Meus Vassallos que quisessem entrar nesta útil profissão, instruídos nos conhecimentos próprios dela” (De Mendonça, 1982, p. 349).

saber ler e escrever e ter conhecimentos de cálculo aritmético (ARAÚJO et al., 2017; CHAVES, 2012; CHAVES, 2009).

Na busca para entender sobre o que era ensinado, na Aula do Commercio, buscou-se respostas na apreciação dos Programas da Aula. Verificou-se que existia uma lacuna em relação ao funcionamento da Aula do Commercio, entre 1810, ano de implantação da Aula do Rio de Janeiro, e 1815, data do primeiro Plano de Curso e que havia, no Brasil, diversos planos de aula e métodos de ensino. Para melhor entendimento, no próximo tópico, serão apresentados os Planos de Curso da Aula do Rio de Janeiro, Bahia e Pernambuco. A seguir apresentaremos os programas de curso das Aula do Commercio.

3.1.6 Programas de Curso da Aula do Commercio

Na tentativa de entender o funcionamento da Aula do ponto de vista do que era ensinado, nesta seção, serão apresentados os Planos de Curso com base, principalmente, nas pesquisas realizadas pela historiadora Cláudia Maria das Graças Chaves, da Universidade Federal de Ouro Preto, com diversos trabalhos (artigos, livros, revistas, entre outros) publicados sobre os Impérios Portugal e Brasil, nos séculos XVIII e XIX, em especial dedicação a Aula do Commercio. Também com base, nas pesquisas da contadora Wilde Gomes Araújo, que apesar das suas pesquisas terem o objetivo na sua área de interesse, muito contribuiu com o presente estudo com publicações acadêmicas dedicados em desvendar a origem da área de Contabilidade, no Brasil, e, em Portugal. As duas autoras foram priorizadas, tendo em vista que ambas desenvolveram suas pesquisas com base em dados primários obtidos, no Arquivo Nacional do Rio de Janeiro, através de documentos da Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação (JCAFN).

Como informado, anteriormente, a primeira Aula do Commercio do Brasil foi criada, na cidade do Rio de Janeiro, em 1809, e funcionamento, em 1810; seguida da aprovação, em 1812⁶, da Aula da Bahia, na cidade de Salvador, com início de funcionamento somente do primeiro curso, em 1815-1817, depois da contratação do lente; a Aula de Pernambuco também foi aprovada, em 1812, com abertura do curso, em 1816; e a Aula do Maranhão iniciou o

⁶ Aprovação para abertura das aulas Bahia e Pernambuco em 1812. CHAVES, 2012, Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação (JCAFN). Arquivo Nacional do Rio de Janeiro (ANRJ). Caixa 452, Pacote 1, Fundo 7x.]

primeiro curso, em 1816-1818, em seguida fica suspensa de 1820 a 1831, pois se encontrava sem lente para conduzir o ensino (CHAVES, 2012; ARAÚJO; RODRIGUES, 2013). O descasamento entre criação e funcionamento das Aulas ocorreu, principalmente, em função da dificuldade de contratação de professores, tendo em vista, não existirem, no Brasil, naquela época, pessoas habilitadas para assumirem a docência das Aulas (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013). Os candidatos ao concurso para lente (professor) eram submetidos a exames sobre o conteúdo a ser ensinado (CHAVES, 2012; ARAÚJO; RODRIGUES, 2013).

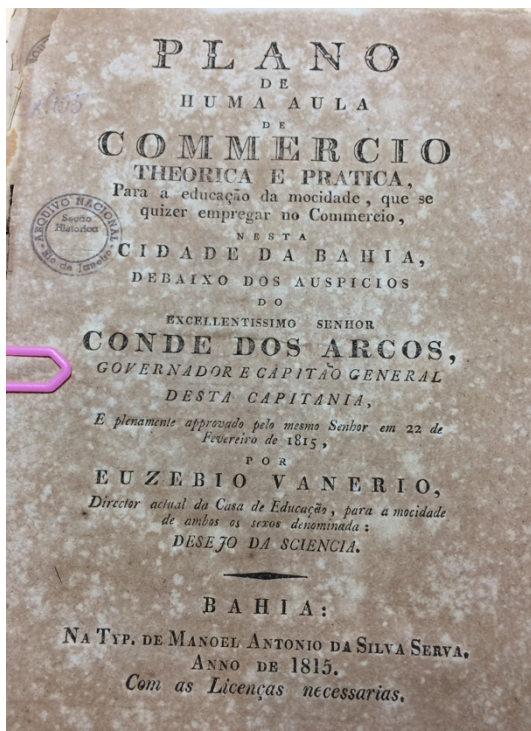
Em termos de funcionamento do ensino serão apresentados os Planos de Curso da Aula do Comercio submetidos à Junta do Comércio para aprovação e/ou revisão, a fim de serem atualizados ou adaptados ao contexto mercantil, no qual o Brasil estava inserido em função das “novas relações que os tratados comerciais impunham” (CHAVES, 2012, p. 270). O currículo das Aulas, no Brasil, era diferenciado do trazido de Portugal e estabeleceu inovações nas práticas de ensino, em especial, a inclusão do ensino de Economia Política (CHAVES, 2012).

Os Planos de Cursos serão apresentados em ordem cronológica de apresentação à Junta do Comércio do Brasil e não por data de criação e/ou funcionamento das Aulas. Nesta sequência de apresentação, estão os Planos de Cursos dos lentes: 1) Euzébio Vanerio, Plano de Curso de 1815 (reapresentado em 1818), lente da Aula de Salvador. Esse foi o único plano que foi possível ser analisado, conforme demonstrado, na Figura 6, a seguir; 2) Manoel de Veiga Plano de Curso de 1816, lente da Aula de Pernambuco; 3) José Antonio Lisboa, Plano de Aula de 1820, lente da Aula do Rio de Janeiro (CHAVES, 2012).

Na cidade de Salvador, Bahia, a Aula iniciou, em 1815, com 23 alunos matriculados na segunda turma, com somente 5 alunos aprovados (ARAÚJO; RODRIGUES, 2013, p. 10-11). O lente responsável era Genuíno Barbosa Bettânio que permaneceu no cargo até 1818, quando foi substituído por Euzébio Vanerio, o substituto ficou no cargo de 1818 a 1820 (CHAVES, 2008, p. 270). Segundo a autora não foi possível acessar o material didático do lente Genuíno, pois, quando deixou o cargo e voltou para Portugal, levou consigo todo material didático do curso, deixando seu substituto em “apuros” (p. 270). Euzébio Vanério e sua esposa, Angélica Vanério, abriram uma escola particular, em Salvador por volta de 1810, denominada “Desejo da Ciência”. Euzébio lecionava em sua escola as “primeiras letras, aritmética, gramática portuguesa, inglês, francês e comércio prático”, enquanto sua esposa lecionava às mulheres as “primeiras letras e trabalhos domésticos”, também ajudava o marido nas aulas de comércio “no

quesito moda” (p. 270-271). Segundo Chaves (2008, p. 270), Vanério afirmava que formou em sua escola particular diversos “caixeiros, guarda-livros e negociantes” que operavam em Salvador.

Figura 6: Plano de Aula de Euzébio Vanerio para Aula da Bahia



Fonte: ANRJ, Junta de Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação (JCAFN), Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x.

Em seu **Plano de Curso para a Aula de Commercio de 1815**, apresentado à Junta do Comércio para Aula de Salvador, Euzébio Vanério defendeu um curso com algumas diferenças em relação ao Estatuto da Aula de Lisboa. Ele considerava que o comércio “é uma ciência do comércio mais complicada do que, à primeira vista, parece, e os conhecimentos que deve possuir um perfeito negociante abrangem muitos ramos (...)” (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x). O lente propôs em seu Plano de Curso duração de dois anos (no Estatuto era três anos) e carga horária dividida em prática e teórica (1ª e 2ª Partes, vide Quadro 2). Vanerio defendia que prática e teoria “se ajuntam”, o lente defendia que:

(...) diversos conhecimentos de pouco, ou nada aproveitarão a um negociante, se a eles não juntar a prática. Se em todas as artes e ciências a mais longa e laboriosa teoria imperfeitamente nos ilumina, quanto mais na ciência do Comércio? Um homem que nunca dançou inutilmente possuiria as regras da dança. Em todas as ciências pois, e particularmente no Comércio, raras vezes

o estudo é útil, se não for acompanhado com a prática. Não devemos separar estas duas coisas; uma nos ensina a pensar, a outra a obrar; uma a falar outra a escrever; um a dispor as nossas ações, a outra a fazê-las fáceis (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x).

Sobre as condições da Aula, em linhas gerais, o lente declarou que seu funcionamento deveria ser diário, de 9:00 às 12:00, e, de 15:00 às 17:30 horas (tarde de quintas-feiras livres), ou seja, propunha aumento da carga horária; direcionada para ambos os sexos; deveria ter no mínimo 20 alunos (conforme Estatuto de Portugal); como pré-requisitos de admissão, os candidatos deveriam saber ler e escrever, corretamente; ter conhecimentos em aritmética (até proporções); pagar mensalidade de 4\$800 réis mais despesas com material escolar, tais, como, papéis, penas, lápis, compassos, borrachas, jornais, etc. (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x). Vanério ainda propunha, no seu Plano de Curso, que os alunos deveriam realizar as lições, em casa, a fim de otimizar o tempo das aulas; defendia que fossem distribuídas bolsas de gratuidade a três alunos, sendo esses escolhidos pelo Governador, Inspetor da Mesa e pelo Diretor da Aula e, também, que os melhores alunos fossem reconhecidos pelo seu esforço por meio de premiação (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x).

Ainda sobre o aprendizado voltado para prática comercial, o professor informou que criaria uma Sociedade de Comércio com dois sócios, um residente, em Londres, e outro, na Bahia; aquele arrumaria seus livros por partidas dobradas e este por singelas. A Sociedade fictícia teria transações comerciais “com a maior parte do Globo”, simulando as operações de saques e remessas. Dessa forma, os alunos eram divididos em dois grupos que alternariam de papéis dos sócios da Sociedade. Um grupo utilizaria partidas dobradas, e o outro, partidas singelas; os alunos mais hábeis representariam o papel de Caixas da Sociedade; os demais alunos à proporção dos conhecimentos que fossem adquirindo, seriam Guarda-livros, Caixeiros. Os papéis entre os sócios de Londres e Bahia eram alternados.

Para aumentar a veracidade da atividade, na “Câmara onde se derem as lições estará adornada”, assim como nos escritórios de negociantes, com “gazetas nacionais e estrangeiras”, com informações sobre variação cambial, “concorrência dos negócios políticos entre nações civilizadas” que afetam o comércio; amostras de tecidos, “para terem conhecimentos da qualidade das fazendas”, e amostras de todos os “gêneros coloniais” (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x).

Além da simulação de uma Sociedade fictícia, os alunos eram orientados a visitarem “trapiches, alfândegas e casas de negociantes”, como atividade extraclasse, a fim de reunirem “documentos ou amostras” para serem utilizados, nas simulações orientadas na aula (CHAVES, 2009, p. 188). Vanerio argumenta que por meio de faturas de exportação e importação os alunos teriam conhecimento a respeito dos gêneros de consumo nos diferentes mercados, e também, poderiam conhecer direitos, despesas, ancoragens, comissões etc. pagas nas diversas praças, tanto nacionais como estrangeiras (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x).

Com base nas informações do Plano de Aula de Vanerio e Chaves (2008, p. 271), para fins de compreensão e comparação entre os demais Planos dos outros lentes, foi elaborado o Quadro 2, a seguir, com a descrição das disciplinas e autores recomendados pelo lente.

Quadro 2: Plano de Curso de Manuel Euzébio Vanerio em 1815

Partes	Disciplinas	Autores/Atividade
1^a	Francês Inglês Geografia História Moderna do Comércio Direito Mercantil	Magens Savary Mr. Millar Blucher Emerigon Allan-Park Helly (Escrituração) Peres de Milão (Escrituração) José da Silva Lisboa Manoel Luis da Veiga
2^a	Prática de ensino	Criação de uma sociedade comercial fictícia entre comerciantes ingleses e baianos.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x e Chaves (2008, p. 271)

Observa-se, em relação ao Plano de Aula do lente Vanério, a ausência na distribuição das disciplinas por anos, talvez por ainda seguirem o modelo do Estatuto das Aulas de Portugal, somente foi especificado que o curso iniciaria com o estudo de línguas estrangeiras (Inglês e

Francês). Em relação ao conteúdo, Vanerio defendia que os conhecimentos de um negociante deveriam abranger muitos ramos, por exemplo, saber: de Geografia a História Moderna Comercial, para adquirir conhecimentos dos tratados e das alianças de todas as nações civilizadas; “dos usos e costumes dos diferentes povos para onde faz suas especulações; prever de algum modo a fome e a guerra; saber os caprichos, as modas dos seus vizinhos, ter conhecimento dos pesos, das medidas, das moedas, bem como das produções de todos os países do Globo” (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x)

Além disso, para Vanerio um “perfeito” negociante, deveria saber Aritmética e Álgebra para sua escrituração ser clara, “onde ao primeiro golpe de vista possa conhecer, perfeitamente, o estado dos seus negócios” (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x). Para a Aula da Bahia, segundo o lente, o estudo deveria ser iniciado pelas línguas francesa e inglesa, objetivando “não só para melhor entender os autores mercantis, como porque são indispensáveis a um perfeito negociante” (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x). Especificamente sobre a disciplina Geografia, mínimo uma vez por semana, o lente afirma que essa disciplina tinha como objetivo apresentar todos dos portos do globo para os alunos poderem “formar juízo exato do maior e do menor risco das viagens marítimas”, seguros em geral, natureza das avarias, arbitragens, câmbios, etc. (ANRJ, JCAFN, Caixa 452, Pacote 02, Fundo 7x).

Chaves (2008, p. 271) observa que o Plano de Aula de Vanério é o mais completo. Argumenta, ainda, que a principal “inovação” do Plano foi ser baseado em atividades práticas, 2ª parte do curso, por meio de simulações da realidade de um escritório de negociante.

No **Plano de Curso de 1816 para Aula de Pernambuco**, o professor Manuel Luis da Veiga⁷ afirma que o ensino comercial era fundamental para todos que desejavam se tornar “perfeitos negociantes” (CHAVES, 2012, p. 273). Assim como o Plano de Salvador, o requisito básico para entrar, na Aula, era saber ler, escrever e ter conhecimentos em cálculo aritmético. Deveriam ser ministradas as seguintes matérias: “História do Comércio (todas as fontes do comércio como agricultura, artes da manufatura); Escrituração (dobrada e singela); Câmbios;

⁷ Manoel Luis da Veiga, “personagem pouco conhecido do público brasileiro. No início do século XIX, Veiga escreveu duas obras importantes, Escola Mercantil sobre o Comércio e o Novo Método das Partidas Dobradas, muito utilizadas na formação dos negociantes da época” (CHAVES, 2012, p. 273).

Direito Mercantil; Geografia Comercial e Náutica; Conhecimento básicos de Inglês e Francês (CHAVES, 2009, p. 183-184; CHAVES, 2012, p. 273).

Segundo a autora, em Direito Mercantil, era ensinado sobre sistemas de seguro (e as possibilidades de avarias) e tratados comerciais firmados pelo Brasil, tendo em vista, que, no país, ainda não existia Código Comercial (criado somente em 1826), como já existia em nações com as quais o Brasil comercializava (CHAVES, 2009). Ainda segundo a autora, esse conhecimento era fundamental para negociantes que operavam em mercados externos (CHAVES, 2012). Outra matéria era considerada “indispensável”, Geografia Mercantil, para que os alunos aprendessem sobre os países com os quais tinham relações comerciais. De forma geral, era ensinado sobre tamanho dos países e as potencialidades de mercado, portos marítimos (existência e capacidade), costumes e hábitos, a existência de rios (internos navegáveis), clima, bem como a compreensão das leis (CHAVES, 2009, p. 185; CHAVES, 2012, p. 274). A mesma autora, afirma que o lente defendia o estudo de Línguas Estrangeiras, as quais eram fundamentais para instrumentalizar a aula com a leitura do material didático que tinham publicação em francês, inglês ou italiano e, também, para não necessitar de “nocivos” tradutores (p. 274).

Apreende a autora, a partir do Plano de Curso de Veiga, que a estrutura da Aula era simples, porém deveria estar em observância aos estatutos das Aulas de Lisboa (CHAVES; 2009; CHAVES, 2012). A partir das informações de Chaves, (2008 e 2009) foi elaborado o Quadro 3, a seguir, para fins de compreensão e comparações entre os Planos de Curso. A autora explica que, no Plano de Curso de Veiga, o lente sugere que, para os estudantes “não perderem tempo”, não precisariam “postilar”, ou seja, “anotar todas as explicações orais ditadas pelos professores”, tendo em vista que já existiam “impressos”, em língua portuguesa e estrangeira, nos quais os alunos poderiam estudar (CHAVES, 2009, p. 185).

Quadro 3: Plano de Curso de Manuel Luis da Veiga em 1816

Disciplinas	Compêndios e Autores
Princípios de Álgebra	Não especificado
Princípios de Geometria	Não especificado
História do Comércio	<i>História do Comércio</i> (autor Veiga)

Direito Mercantil	Princípios de Direito Mercantil (autor José da Silva Lisboa) ⁸
Geografia Comercial	Manuais com cartas geográficas e mapas-múndi
Escrituração	<i>Novo Método das Partidas Dobradas</i> (autor Veiga)
Câmbios	Não especificado
Inglês e Francês	Não especificado
	Cópias da <i>Escola Mercantil</i> (autor não especificado)

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Chaves (2009, p. 184-185 e Chaves 2008, p. 273-274)

Conforme Quadro 3, observa-se que não foi possível dividir as disciplinas pelos três anos de duração do curso, tendo em vista que os autores não especificaram a distribuição. No plano de curso de Veiga, diferentemente, do Plano de Vanério da Aula de Salvador, as aulas iniciaram com o ensino dos Princípios de Álgebra e Geometria.

Sobre o **Plano de Curso de 1820**, para Aula do Rio de Janeiro, do professor José Antônio Lisboa, a historiadora considera que é o Plano de Curso mais completo que teve acesso⁹ (CHAVES, 2009). Segundo a autora, Lisboa atuou como lente durante 11 anos, de 1809 a 1820, quando foi jubulado. Ao sair do cargo, reportou à Junta de Comércio o seu Plano de Curso detalhado, inclusive, demonstrando as metodologias utilizadas, em sala. Além disso, solicitou o arquivamento do material de aula, tais como: compêndios e manuscritos (apostilas); além de solicitar que aos responsáveis na Junta realizassem avaliações e sugestões em relação ao seu curso (CHAVES, 2009).

Chaves (2008, p. 272) afirma que o Plano de Curso de Lisboa era “bastante ousado”, assim como o Plano de Curso de Veiga para Aula de Salvador, no qual ambos defendiam a redução do tempo do curso. Lisboa considerava ser desnecessário três anos para as matérias “costumeiras”, por isso, solicitou alteração da distribuição das disciplinas, justificava a redução do tempo de aula, tendo em vista que os alunos não precisam “postilar” as aulas - mesmo argumento apresentado por Manuel Luís da Veiga (CHAVES, 2009, p. 186). A autora afirma

⁸ Apesar de Luis da Veiga indicar o livro Princípios de Direito Mercantil de José da Silva Lisboa, ele criticava a obra do autor (Chaves, 2012, p. 274).

⁹ A autora acessou dados primários, nesse caso, a carta de José Antônio Lisboa com a estrutura do curso, caixa 452, pc1, fundo 7x, Junta de Comércio, Fábricas e Navegação, no Arquivo Nacional do Rio de Janeiro – ANRJ.

que Lisboa, mesmo seguindo os Estatutos obrigatórios da Aula de Lisboa, lecionava conteúdos adicionais, tais como: Economia Política e Geometria Plana (CHAVES, 2008). A autora, ainda, esclarece que, Lisboa havia “aproveitado o tempo livre de um ano para ensinar mais do que era obrigado” (CHAVES, 2008, p. 272). Por outro lado, Araújo et al, (2017) afirmam que, somente depois de ser jubulado, Lisboa recomendou a alteração do currículo com inclusão de princípios de Geometria Plana, de Geografia e de Economia Política.

Ao terceiro ano do curso, Lisboa adicionou a disciplina de Economia Política (vide Quadro 3), o lente justificou esta adaptação, tendo em vista a ausência de aulas públicas de Economia, na corte, com a finalidade de preparar os alunos para assumirem “empregos públicos, casas de negócios e sobrecargas de navios”, propiciando, também, “melhoria da sociedade” (CHAVES, 2008, p. 272).

Em relação ao modo de ensino, Lisboa assim como o lente, Euzébio Vanerio, da Aula de Salvador, no ensino de escrituração, simulava a prática de uma Casa de Comércio estabelecida no Rio de Janeiro (ARAÚJO; RODRIGUES, 2103; CHAVES, 2012). As bibliografias utilizadas, nas Aulas, segundo Araújo et al, (2017, p. 47), para assuntos matemáticos, a sugestão era o livro de Etienne Bezout (Tratado de Bezout – tradução livre); sobre operações do comércio, assuntos do segundo e terceiro anos, foi recomendado o livro de Manoel Teixeira Cabral de Mendonça (O Guarda-Livros Moderno, I e II Volumes); e as Apostilas ou “Postilas” compostas das notas ditadas, nas aulas, que tinham como função complementar, os livros didáticos e/ou substituir obras caras ou raras sobre o comércio. Ainda segundo os autores, entre 1810 e 1816, sendo essa a data de publicação do livro O Guarda-Livros Moderno, o professor Lisboa ditou a seus alunos notas de aula (ARAÚJO et al., 2017).

O livro O Guarda-Livros Moderno, “ou curso completo de instruções elementares sobre as operações do comércio, tanto em mercadoria como em banco” (Da Silva, 1815, p. 118), o livro De Mendonça, publicado, em 1816, no primeiro volume traz um resumo da História do Comércio, em geral, definição, origem, progresso e utilidades sobre: Comércio, Geografia, Agricultura, Artes Mecânicas, Pesca, Navegação, Seguros, Letras de Câmbio (redução das moedas, pesos e medidas estrangeiras de Portugal), Comércio Marítimo, Navegação, Obrigações de Capitães e Proprietários de Navio, Bancos e Ágio (ARAÚJO et al, 2017). O segundo volume do livro descreve os métodos modernos de escrituração dos livros de negócio para partidas dobradas usados, na Europa (Da Silva, 1815), considerados “indispensáveis” aos

comerciantes, como: livro razão, livro diário, livro de contas gerais e livro de contas auxiliares, balanços, bem como um glossário de abreviaturas de escrituração contábil (ARAÚJO et al, 2017, p. 47).

Chaves (2008, p. 273) afirma que os livros *O Guarda Livros Moderno* (autor Manoel Teixeira Cabral de Mendonça) e *Princípios de Economia Política* (autor José da Silva Lisboa) eram o conjunto de obras literárias mais “importantes para o curso”, além disso, as publicações serem em português facilitava a compreensão dos alunos. A autora salienta que a obra de Lisboa sobre Economia Política era uma “referência dentro do pensamento econômico luso-brasileiro (...)”, pois “revelava suas perspectivas de irrestritas liberdades comerciais para a colônia (...)”. Complementa, ainda, que Lisboa era um “defensor do pensamento liberal”, participando da dinâmica de solidificação dessas ideias entre as elites comerciais durante a “(...) formação do novo Império do Brasil” (CHAVES, 2012, p. 273). Na prática, verifica-se a liberação na Junta Comercial, no Brasil, das restrições ao livre comércio, estendendo-se aos vendedores ambulantes que, segundo a autora, causou irritação dos brasileiros (CHAVES, 2006).

Araújo et al, (2017) e Chaves (2008), com base em fontes primárias, apresentam um resumo das matérias e compêndios sugeridos, no Plano de Curso do professor José Antônio Lisboa, apresentado a Junta do Comércio do Brasil. Para Araújo et al, (2017), as disciplinas são distribuídas, em anos, enquanto Chaves (2008) não informa os anos, por outro lado, detalha melhor as matérias ensinadas. O Quadro 4, a seguir, foi elaborado com base nas duas referências.

Quadro 4: Plano de Curso de José Antônio Lisboa em 1821

Anos	Disciplinas	Compêndios
1º	Aritmética	Bezout
	Álgebra	Bezout
	Regra Conjunta	Postila
2º	Geometria	
	Geografia	
	História do Comércio: o que compreende.	

	Fontes: agricultura, mineração, artes mecânicas, artes liberais, pesca e caça. Meios: Colônias, navegação, moedas, câmbios e seguros. Regras: Leis gerais, usos e máximas.	1º Tomo do compêndio de Manuel T. Cabral de Mendonça
3º	Escrituração quanto às regras	2º Tomo do compêndio de Manuel T. Cabral de Mendonça
	Escrituração quanto às práticas	Postila
	Economia Política	José da Silva Lisboa

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Araújo et al, (2017, p. 272-273); Chaves (2008, p. 273)

Por outro lado, Souza (2006) informa que, na Aula do Commercio do Rio de Janeiro, com duração de três anos, no primeiro ano, eram ensinadas: aritmética, geometria e álgebra; no segundo ano em diante: contabilidade, escrituração mercantil e geografia. A autora não faz menção ao ensino de Economia Política, no terceiro ano, de acordo com o que foi apresentado por Araújo et al, (2017); Chaves (2008).

De forma oficial, em 1846, o Ministério da Educação incluiu a disciplina Economia Política à Aula de Commercio, por meio do Decreto-Lei nº 1.763 de 14 de maio de 1856, sendo este considerado como criação do ensino superior de Comércio que, além de reorganizar o ensino comercial, definiu a ementa de Economia Política (SOUZA, 2006). Segundo Decreto, o professor de Economia Política, aplicada ao comércio e a indústria, deveria ensinar noções gerais da ciência, teorias do valor, produção, salário, renda, moeda, bancos, impostos, importação, exportação, comércio e suas relações, bem como outras fontes da riqueza pública de forma aplicada (BRASIL, 1856). Em função disso, temos os primeiros diplomados em Ciência Econômica (CASTRO, 2001).

Percebe-se que existia diversidade, nos Planos de Aula e métodos pedagógicos, nas Aulas do Rio de Janeiro, Bahia e Pernambuco. No entanto, Chaves (2008, p. 275) afirma que,

possivelmente, o “ensino técnico e profissionalizante de instrução mercantil” foi a primeira experiência do “ensino mútuo”¹⁰ (ou lancasteriano) no Brasil.

Apresentados os planos de curso da Aula do Rio de Janeiro, Salvador e Recife, no próximo item, serão apresentados alguns dados numéricos referentes às entradas e saídas de alunos.

3.1.7 Estatística das Aulas

A Aula do Commercio tinha um caráter oficial do Governo, porém não era a única, existiam outras Aulas particulares, em funcionamento, na corte (CHAVES, 2012; MARTINHO; GORENSTEIN, 1993). Mesmo não sendo possível acessar à estatística geral de entrada e saídas de alunos da Aula do Commercio existente, naquela época, foi possível observar o relatório apresentado à Junta de Comércio de alunos matriculados e formados, no período de 1811 a 1822, na Aula do Commercio da Corte. O lente Lisboa informa que o número de inscritos, no curso, cresceu da primeira turma, em 1811 (inaugurada em 1810, conforme informado anteriormente) de 37 alunos, para 65 alunos a partir de 1820; a quantidade de alunos formados da primeira turma foi de 11 alunos, e 26 na quarta turma (ARAÚJO et al., 2017), conforme apresentado, no Quadro 5, a seguir.

Quadro 5: Matriculados e Formados na Aula do Commercio do Rio de Janeiro

Entradas	Anos	Matriculas 1º ano	Final 1º ano	Matrículas s 2º ano	Graduados	Lentes (professor)
1	1º ano – 1811	37	2			Lisboa
	2º ano – 1812		23 ¹¹	11		
	3º ano – 1813					
2	1º ano – 1814	31	16			Lisboa
	2º ano – 1815			14	7	
	3º ano – 1816					
3	1º ano – 1817	66	38			Lisboa

¹⁰ O ensino mútuo é o método de ensino no qual prevalecia o ensino prático.

¹¹ Um aluno foi matriculado com a condição de fazer o exame no final do segundo ano.

	2º ano – 1818			37	28	
	3º ano – 1819					
4	1º ano – 1820	65	55			Lisboa
	2º ano – 1821			52	26	
	3º ano – 1822					Ferreira e Da Silva
	Total	199	131	126	72	

Fonte: ARAÚJO et al., (2017, p. 48)

Apreende-se, do Quadro 5, que apesar da quantidade de matrículas aumentarem, ao longo dos anos, a quantidade de formandos é reduzida em relação as entradas. Com base em dados primários do Arquivo Nacional do Rio Janeiro, os autores analisaram o perfil dos alunos matriculados, na primeira turma da Aula do Rio de Janeiro em 1810. Segundo os autores, pelo menos 7 (sete) dos 37 (trinta e sete) alunos inscritos, na primeira turma, trabalhavam, nas Juntas da Real Fazenda (*Royal Treasury*), principalmente, como escriturários e copiadores de manuscritos; 3 (três) alunos eram funcionários da Marinha do segundo e terceiro escalões; 2 (dois) eram escrivães do Banco do Brasil; 1 (um) era comerciante (ARAÚJO et al., 2017).

Ainda segundo os autores, em relação aos professores, Lisboa foi substituído por João Theodoro Ferreira que foi substituído por José Gomes da Silva, ex-aluno da Aula de Commercio do Rio de Janeiro, formado na terceira turma (p. 48). Percebe-se que os alunos formados eram aproveitados como professores da Aula, atuando como transmissores de conhecimento aos moldes do modelo português. Os autores, concluem que os estudantes foram formados com uma nova mentalidade de contabilidade, a qual ajudou a desenvolver a infraestrutura do governo. Segundo Lisboa, os formandos eram de “grande utilidade do Estado e do bem público” (ARAÚJO et al., 2017, p. 49).

As Aulas eram consideradas de “utilidade pública”, segundo Araújo e Rodrigues (2013), além de funcionavam como espaço de socialização, difusão e construção de práticas, bem como costumes da atividade mercantil entre mercadores e negociantes (CHAVES, 2009). Em especial, no Rio de Janeiro, a Aula do Commercio foi essencial, na qualificação dos funcionários que trabalhavam em postos-chave do Tesouro Real (os alunos da Aula tinham prioridade no preenchimento dessas vagas), áreas burocráticas, bancos privados e forças armadas (ARAÚJO et al., 2017).

Além de preparar funcionários para assumirem cargos privativos ou públicos, as Aulas do Commercio tinham papel importante, na formação e na distinção social de mercadores e comerciantes que se dedicavam a entender todos os mecanismos necessários, para comercializar, administrar, conduzir grandes negócios (CHAVES, 2009; MARTINHO; GORENSTEIN, 1993). O ensino comercial técnico e profissionalizante, característica da Aula do Commercio, funcionou como uma forma de distinção social e hierarquização pelo enobrecimento dos comerciantes que pretendiam ter acesso aos privilégios políticos e sociais (CHAVES, 2009, p. 191). Segundo a autora, o “bom negociante” era o indivíduo que detinha conhecimento técnico formal que a profissão requeria (p. 192).

Segundo palavras de José Antônio Lisboa, fica clara a valorização da profissão comercial:

(...) o desejo de colocar a Aula de Comércio desta Corte em melhor estado, e ordem possível, não para criar unicamente caixeiros e mercadores de retalho, mas sim para formar negociantes instruídos em todos os ramos da sua profissão; foi para criar homens capazes de bem desempenharem, os importantes lugares na administração da Fazenda Pública (LISBOA, 1950 *in*: MARTINHO; GORENSTEIN, 1993. p. 56).

A Aula do Commercio funcionou até 1856, data de publicação do Decreto nº 1.763 que criou o Instituto Comercial do Rio de Janeiro, em substituição a Aula. Dessa forma, segundo Amon (2017), iniciando, no Brasil, o ensino técnico comercial de forma sistemática. Observou-se que alguns aspectos do ensino introduzidos pela Aula do Commercio se mantiveram, na prática pedagógica, no ensino comercial, por exemplo, ensino voltado a prática comercial; estudo de Economia Política (origem do curso de Economia); estudo do método das partidas dobradas (origem do curso de Contabilidade); premiação dos alunos que se destacavam; bolsa de estudos para alunos, forma de diferenciação social.

Dando continuidade à apresentação das instituições de ensino comercial, o próximo capítulo será dedicado ao estudo do Instituto Comercial do Rio de Janeiro, que substituiu a Aula do Commercio.

3.2 Instituto Comercial do Rio de Janeiro

Na tentativa de reformular o ensino comercial que teve sua gênese na Aula do Commercio, em 1856, novos Estatutos (Decreto-Lei Decreto nº 1.763, de 14/05/56) criaram o Instituto Comercial do Rio de Janeiro (IC). O Instituto Comercial do Rio de Janeiro funcionou, no atual edifício do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ – localizado, no Largo São Francisco, no centro do Rio de Janeiro. Segundo Souza (2006, p. 378), o Instituto Comercial do Rio de Janeiro foi inspirado na Escola de Comércio de Paris.

Segundo Ribeiro e Terra (2018), as necessidades de mudanças do ensino comercial decorreram, principalmente, das transformações educacionais ocorridas, no ensino primário e secundário, no período que, talvez, tenham levado o governo imperial repensar também a organização do ensino comercial; mudanças na economia brasileira, após a proibição do tráfico de escravos, em 1850. Com isso, o capital financeiro destinado ao comércio de escravos foi direcionado para outras atividades mercantis; e também a criação do Código Comercial Brasileiro, no mesmo ano, que aparelhou a classe mercantil para constituir negócios.

O novo Estatutos indica que o Diretor do Instituto era subordinado ao Ministro e Secretário de Estado dos Negócios do Império. O curso permaneceu com duração de dois anos, porém sofreu grandes mudanças na sua grade curricular. Foi alterada a distribuição das disciplinas em quatro cadeiras. As disciplinas que compunham a grade de ensino estão relacionadas, no Quadro 6, a seguir.

Quadro 6: Grade Curricular do IC em 1856

Anos	Cadeiras	Disciplinas
1º	1ª	Contabilidade e Escrituração Mercantil
	2ª	Geografia e Estatística Comercial
2º	3ª	Direito Mercantil
	4ª	Economia Política (com aplicação especial ao comércio e a indústria)

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Brasil (1856, p. 203)

Ainda segundo os Estatutos, os alunos deveriam ter formação em Caligrafia e Desenho Linear, estas aulas deveriam ocorrer, em dois anos, no horário que não atrapalhasse as outras aulas.

O Estatutos regula que, em **Contabilidade e Escrituração Mercantil**, o lente deveria iniciar a aula, recordando os cálculos aritméticos aplicados ao comércio; em seguida, eram ensinadas noções de probabilidade; pesos e medidas (metrologia) nacional e internacional; estereometria; contabilidade e escrituração por partidas dobradas; saques de praça a praça; arrumação de livros; e principais operações do comércio. Além disso, o Estatutos determinava que o professor desenvolvesse um ensino comercial prático por meio de simulações de escrituração de uma “casa comercial” fictícia, o resultado da simulação deveria ser apresentado, diariamente, e fazer parte dos exames de finais.

Em **Geografia e Estatística Comercial**, eram ensinados sobre Geografia Geral, do Brasil e Comercial, em especial os seguintes tópicos: Estados e lugares mais importantes do Globo; sua organização política; suas rendas e seus meios circulantes; suas dívidas; movimento comercial interno e externo; principais produtos comercializados internos e externos; progressos industriais; meios de comunicação; distâncias de praça a praça; e importância comercial das praças (BRASIL, 1856). Em **Direito Mercantil**, eram ensinados sobre História Geral do ponto de vista comercial; seus elementos, objetos de relação e dependência; Código Comercial Brasileiro em comparação aos estrangeiros; Legislação das Alfândegas e Consulados; Tarifas e Leis sobre propriedade. Em **Economia Política**, o professor deveria ensinar noções gerais da ciência; teoria do valor da produção, do salário, da renda, da moeda, dos bancos; caixas econômicas; empréstimos; relações entre comércio; e outras fontes de riqueza pública. Em **Caligrafia**, tinha como objetivo aperfeiçoar a escrita dos alunos, em **Desenho Linear** com aplicação a indústria.

Sobre o ensino comercial, Ribeiro e Terra (2018, p. 528) observam que, apesar da “Aula se destinar, desde o início, à formação de quadros do Governo, o Estatuto de 1856 – que criou o Instituto – enfatizou ainda mais esta finalidade”, embora as evidências, no ensino, com simulação de escrituração mercantil determinada como prática pedagógica do curso.

Conquanto a intenção em reformular o ensino comercial, as evidências demonstram que não foi capaz de atrair um contingente maior de alunos. Ribeiro e Terra (2018) apresentam com base nos Relatórios da Repartição dos Negócios do Império à Assembleia Geral Legislativa do

Rio de Janeiro que, em 1856, foram realizadas 19 matrículas; em 1857, foram realizadas 13; em 1959, somente 4 matrículas foram efetuadas. Ribeiro; Terra (2018) e Bieliski (2000) apontam como prováveis motivos para o decréscimo, nas matrículas, a complexidade do processo de matrícula e o ensino comercial não atender as demandas de quem se dedicava ao comércio.

Em função da reforma do ensino de 1856 não ter alcançado êxito, em 1861, o Governo reestrutura o IC novamente. O Decreto-Lei 2.741 de 1861 definiu que o curso comercial do Instituto passaria a ter dois cursos: Um Curso Profissional e outro Curso Preparatório. O Preparatório visava facilitar a entrada de mais alunos, no Instituto, tendo em vista a dificuldade de ingresso, ainda com esta intenção, extinguiu o pagamento da taxa de matrícula.

O Curso Preparatório para o Curso Profissional tinha quatro cadeiras, conforme demonstrado, no Quadro 7, a seguir.

Quadro 7: Grade Curricular IC em 1861 (Curso Preparatório)

Cadeiras	Disciplinas
1ª	Gramática Nacional, Caligrafia e Desenho Linear
2ª	Francês
3ª	Inglês
4ª	Alemão

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Brasil (1861, p. 124)

O Curso Profissional, também, com quatro cadeiras, conforme demonstrado, no Quadro 8, a seguir.

Quadro 8: Grade Curricular IC em 1861 (Curso Profissional)

Cadeiras	Disciplinas
1ª	Aritmética Completa (com aplicação ao comércio); Álgebra (até equações do 2º grau); Geometria (“planimetria e stereometria”).

2 ^a	Escrituração Mercantil e Legislação da Fazenda
3 ^a	Geografia e Estatística Comercial
4 ^a	Direito Comercial e Economia Política

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em BRASIL (1861, p. 124)

Os alunos deveriam mostrar aproveitamento, no curso, após três meses do início, se reprovados, tinham a matrícula cancelada. Os alunos aprovados recebiam Diploma de Habilitação Comercial e vantagens para provimentos de cargos públicos sem necessidade de realização de concurso público. Tinham preferência para ocuparem cargos, no próprio IC, empregos de corretores, de despachante da Alfandega e de leiloeiro.

Ribeiro e Terra (2018, p. 530) informam “ao que tudo indica, a reorganização, em 1861, teve efeito, pois se, no ano anterior, somente quatro alunos haviam se matriculado, em 1861, passaram a 350, maior número de matriculados da história da instituição”. No ano seguinte, o número de matriculados continuou grande, com 160 matriculados, se comparado aos anos anteriores, porém “diminuiu consideravelmente” em relação a 1861.

Em 1863, o IC foi reorganizado mais uma vez. O contexto de complexidade econômica com expansão cafeeira; criação do Código Comercial; estabelecimento de estradas de ferro e de empresas de serviços urbanos; investimentos estrangeiros estimularam a valorização do ensino comercial que se tornou fundamental na gestão dos negócios (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001; PELEIAS et al. 2007). O Decreto de 1863 pode ser considerado uma resposta a valorização do ensino comercial em função da demanda por formação comercial.

O novo Estatutos ampliou a duração do curso comercial de dois para quatro anos e incluiu disciplinas à grade curricular. A disciplinas foram distribuídas por anos, conforme apresentadas, no Quadro 9, a seguir.

Quadro 9: Grade Curricular IC 1863

Anos	Disciplinas
1 ^o	Francês (compreendendo terminologias comerciais) Inglês (compreendendo terminologias comerciais) Aritmética (com aplicação as operações comerciais)

	Álgebra (até equações do 2º grau)
2º	Francês (compreendendo terminologias comerciais) Inglês (compreendendo terminologias comerciais) Aritmética e Álgebra (como no 1º ano) Geometria Plana e no Espaço Geografia e Estatística Comercial
3º	Alemão (compreendendo terminologias comerciais) Geografia e Estatística Comercial Direito Comercial e Legislação de Alfândegas e Consulados (comparada com as praças de maior comércio com o Brasil) Escrituração Mercantil
4º	Alemão (compreendendo terminologias comerciais) Direito Comercial e Legislação de Alfândegas e Consulados (comparada com as praças de maior comércio com o Brasil) Escrituração Mercantil

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em BRASIL (1863, p. 81)

No que tange à quantidade de alunos matriculados, no curso comercial, Ribeiro e Terra (2018, p. 530) informam que, em 1865, havia 39 alunos matriculados, “número bem abaixo dos 161, em 1862; e dos 350, em 161”; em 1866, havia 53 alunos; e 63 em 1867. Os autores acrescentam sobre o baixo interesse dos alunos, no curso comercial do IC, que “o curso não era frequentado apenas pelos que almejavam cargos, no comércio e na administração pública”, também compareciam ao curso alunos já empregados que desejavam “aprimoramento” e que não havia “incentivos” para os alunos se matricularem (p. 350).

Os alunos formados recebiam Carta de Habilitação (vide Figura 41), com este documento os alunos teriam preferência, em ocuparem cargos, sem concurso ou exame prévio, em Alfândegas e Consulados, Secretárias de Estado, Tesouro Nacional, Corretor e Leiloeiro (BRASIL, 1863). No entanto, segundo Ribeiro e Terra (2018, p. 531), levantaram, no relatório da Repartição de Negócios do Império, esta “vantagem”, mas na prática não foi cumprida.

Outro motivo para o IC não atingir o propósito da sua criação, de formar comerciantes, não estava localizado somente no ordenamento do Governo. Segundo Ribeiro; Terra (2018) e Bieliski (2000), o horário de funcionamento diurno do IC não favorecia a classe mercantil que trabalhava durante o dia. Para Ribeiro e Terra (2018, p. 531), em 1877, o IC já era considerado uma instituição “morta”.

Em 1879, o ensino comercial do IC é novamente reformulado. O Decreto de 1879 extinguiu as disciplinas Francês, Inglês, Alemão, Caligrafia e Matemáticas que haviam sido criadas no Decreto de 1863. Também eliminou os cargos de Diretor, Secretário e Porteiro do Instituto Comercial do Rio de Janeiro. Outra reforma aconteceu em 1880. O Decreto de 1880 determinou que o IC continuaria sendo regido pelo Decreto nº 3.058 de 1863. Além disso, para mais, reduziu o curso comercial de quatro para dois anos e extinguiu a função de Comissário do Governo.

No que diz respeito à grade curricular, o Decreto de 1880 não apresenta distribuição das disciplinas pelos anos, somente descreve a grade curricular, conforme Quadro 10, a seguir, mas houve redução na quantidade de disciplinas. O “sistema” de organização das disciplinas passou a ser de responsabilidade do Inspetor Geral da Instrução Primária e Secundária com participação dos professores, bem como a aprovação do Governo (BRASIL, 1880, p. 212).

Quadro 10: Grade Curricular IC 1880

Disciplinas do 1º e 2º
Geografia e Estatística Comercial
Direito Comercial, Legislação de Alfândegas e Consulados (comparado com as praças com comércio com o Brasil)
Escrituração Mercantil
Economia Política

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em BRASIL (1880, p. 212)

Peleias et al. (2007, p. 25) argumentam que, independentemente da aparente diminuição das disciplinas do curso, “é possível considerar a hipótese de que o nível de exigência para ingresso tenha se mantido ou mesmo aumentado”, tendo em vista que as disciplinas estabelecidas, no exame de admissão, faziam parte dos programas anteriores.

A derradeira tentativa de salvar o IC ocorreu, em 1880, mas o IC encerrou suas atividades de ensino comercial em 1882. Entre as razões para encerramento do curso, pode-se citar: excesso de papelório para matrícula, plano de estudo extenso e horário de funcionamento diurno, impossibilitando a participação dos comerciantes que trabalhavam no mesmo período (RIBEIRO; TERRA, 2018; BIELISNKI, 2000).

Apesar das várias tentativas do Governo em reformular o ensino comercial (vide Decretos, 1856, 1861, 1863, 1879, 1880), para Ribeiro e Terra (2018, p. 532), o modelo de ensino do Instituto Comercial se mostrou “inviável” e que “deveria estar voltado principalmente para atuação no comércio”, o que não ocorreu.

No início desta pesquisa de tese, observou-se que havia uma lacuna por volta de 20 anos na trajetória do ensino comercial brasileiro, entre 1882, ano do encerramento do Instituto Comercial, e 1902, ano de criação da Academia de Comércio no Rio de Janeiro. No entanto, com base em pesquisas bibliográficas (vide Ribeiro e Terra, 2018; Peleias et al., 2007), constatou-se que, após extinção do Instituto Comercial, houve outro curso comercial, na cidade do Rio de Janeiro ofertando curso comercial: o Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

Os Liceus de Artes e Ofícios surgiram, no final do século XIX, em diversas cidades do Brasil, bem como se relacionaram diretamente aos avanços mecanicistas do trabalho com o advento da Revolução Industrial. O Decreto nº 7.247, de 19 de abril de 1879, reforma os ensinos Primários e Secundário do Município da Corte e o Superior, em todo o Império. Especialmente, o Artigo 8º, parágrafo 9º, que instituiu a criação de “escolas profissionais, e escolas especiais e de aprendizado”, destinadas a “instrução técnica” que mais interessa às indústrias; e criar e desenvolver “ensino prático das artes e ‘offícios’ de imediato proveito para população e para o Estado, conforme as necessidades, bem como as condições das localidades” (BRASIL, 1879).

O próximo tópico é dedicado ao funcionamento do curso comercial do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

3.3 Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro

Em relação ao curso comercial do Imperial Liceu de Artes e Ofícios, Bielisnki (2000, p. 4 e 10) afirma que esta instituição de ensino merece o reconhecimento por ser a primeira a “ministrar o ensino comercial, no Brasil, com sucesso, de forma regular e metódica, em curso de 4 (quatro) anos, noturno e gratuito, visando à profissionalização dos caixeiros ou dos que quisessem entrar nesse ramo profissional”, desde do final do século XIX. Também o mérito por ser uma instituição a receber o título de Imperial, caracterizando o reconhecimento oficial do Governo, além de manter a gratuidade dos cursos até 1958.

Segundo informa o próprio Liceu de Artes e Ofícios, em seu site¹², a instituição educacional é precursora do ensino profissionalizante do Brasil, visando “proporcionar a todos os indivíduos, independentes de nacionalidade, raça ou religião, o estudo das artes e sua aplicação necessária aos ofícios e indústrias”. Na sua fundação, eram ofertados pelo Liceu os cursos: Profissional Livre, Comercial e Comercial Feminino. Uma evidência da relevância dessa instituição, na qualificação da força de trabalho nacional e, também, estrangeiro, para o mercado de trabalho, nesse período, Bieliski (2000, p. 9) informa que “seus ex-alunos formavam a maior parte de operários que integravam as oficinas particulares e os arsenais do Estado”, esses mesmos ex-alunos, após darem continuidade a seus estudos, alcançavam “altos postos na vida pública do país”.

O Liceu é uma instituição de ensino que continua em funcionamento, na cidade do Rio de Janeiro, à Rua Frederico Silva, 86 – Centro, mantida desde sua fundação pela SPBA (Sociedade Propagadora das Belas Artes). A SPBA criada, em 1856, com recursos particulares, deve ao pioneirismo de Francisco Joaquim Béthencourt da Silva, seu idealizador e fundador, com objetivo de profissionalizar população desfavorecida economicamente pela educação técnica (BIELISNKI, 2000, p. 1). Ainda segundo a historiadora, Béthencourt esteve envolvido com a classe mercantil na execução do projeto da construção da terceira Praça do Comércio (atual Centro Cultura Banco do Brasil – CCBB) e no contato com representantes comerciais. Dessa forma, despertando para necessidade da implantação de um Curso Comercial regular e profissionalizante, no Rio de Janeiro (p. 11). A historiadora informa que, de acordo com o relatório do Liceu de 1882, é informado o que motivou a criação do Curso Comercial, para que:

(...) jovens aspirantes achassem sem prejuízo de seus trabalhos diurnos, em horas adaptadas ao estudo, o ensino que necessitam para o elevado desempenho de sua tão complexa carreira quanto árdua carreira (...) (BIELISNKI, 2000, p. 4).

Complementando a oferta de cursos técnicos do Liceu, a implementação do Curso Comercial se deu em grande solenidade, no salão principal da instituição de ensino, em 26 de junho 1882, com anuência do Governo e da imprensa local (BIELISNKI, 2000). O ensino comercial, ao contrário do ensino de ofícios, recebeu atenção dos governantes (MARTINS, 2013). Uma evidência da importância do Curso Comercial do Liceu foi que compareceram à

¹² Para mais informações sobre o Liceu de Artes e Ofícios consultar em: <<https://www.liceudearteseoficios.com.br/>>

inauguração do Curso Comercial o Imperador D. Pedro II, pessoas ilustres ligadas ao comércio e à política, tais como, Visconde de Tocantins, os senadores Rodolfo Dantas e Silveira da Motta, bem como os Ministros do Império (BIELISNKI, 2000). A autora informa que os discursos da solenidade de inauguração foram proferidos pelos:

Vice-presidente da Sociedade Propagadora das Belas Artes, Comendador Victorino de Barros; o Vice-diretor do Liceu, Dr. Diniz; e o Comendador Ramalho Ortigão, representante da classe comercial (BIELISNKI, 2000, p. 9).

O curso noturno e gratuito foi criado visando, principalmente, não atrapalhar as atividades laborais diurnas dos alunos, buscava atrair uma quantidade maior de alunos comparada às matrículas das Aulas do Commercio e do Instituto Comercial do Rio de Janeiro, nesse mesmo período. Para Bieliski (2000, p. 5), os esforços em manter os cursos comerciais do Governo foram “infrutíferos”, pois não atendiam as necessidades, tendo em vista que este possuía o horário de funcionamento impossível à frequência dos alunos, além do “peso oficial de uma escola do Governo”. Martins (2013) afirma que o Governo Imperial extinguiu o Instituto Comercial, após a criação do Curso Comercial do Liceu.

Uma evidência da afirmativa da autora é a quantidade de matrículas no curso comercial do Liceu em 1882. Segundo Bieliski (2000) e Martins (2013), no primeiro ano de funcionamento, o Liceu recebeu 478 (quatrocentos e setenta e oito) candidatos interessados, no Curso Comercial, após exame de seleção foram matriculados 261 (duzentos e sessenta e um) alunos para o 1º ano. Martins (2013) informa que, no exame de admissão, era exigido que os candidatos soubessem ler, escrever e contar. Os candidatos não aprovados foram convidados a realizar Curso Preparatório para matrícula no próximo curso (BIELISNKI, 2000). A título de comparação aos demais cursos ofertados, neste mesmo ano, o Liceu recebeu o total de 3.044 (três mil e quarenta e quatro) alunos: sendo 1.898 (um mil e oitocentos e noventa e oito), no Curso Profissional; 885 (oitocentos e oitenta e cinco), no Curso Feminino, somados aos matriculados do Curso Comercial (BIELISNKI, 2003).

Desde a fundação do Liceu até a Década de 30 do atual século, o corpo docente era formado por pessoas eminentes que se dedicaram a transmissão do conhecimento sem receberem remuneração, alguns dedicaram até 30 (trinta) anos à educação popular. As contribuições para manutenção da escola eram oriundas de doações (BIELISNKI, 2000), no Curso comercial não foi diferente. A autora acrescenta que, em reunião promovida pelo Diretor

do Liceu, Béthencourt, com representantes do comércio, das artes e da imprensa, a fim de apresentar o projeto, para a instalação do Curso Comercial do Imperial Liceu de Artes e Ofícios se ofereceram para lecionar no Curso Comercial: Dr. Lopo Diniz, Dr. H. Augusto Ribeiro e Dr. Carlos de Carvalho, Direito Mercantil; Dr. Luiz Raphael Vieira Souto, Economia Política; e Srs. Gregório de Almeida e Jeronymo Simões, Escrituração Mercantil (p. 6-7). A Associação Comercial do Rio de Janeiro participou na aprovação do programa de estudos do curso particular (BIELISNKI, 2003; BIELISNKI, 2000). O Plano de Estudo do Curso Comercial era composto das seguintes disciplinas, conforme Quadro 11, a seguir.

Quadro 11: Currículo Curso Comercial do Liceu do RJ

Disciplinas
Português (1º ano do curso)
Francês (1º ano do curso)
Aritmética (1º ano do curso)
Desenho Linear (1º ano do curso)
Caligrafia (1º ano do curso)
Inglês
Alemão
Álgebra
Noções Gerais de Geometria Aplicada a Estereometria (cálculo do volume dos sólidos)
Geografia
Contabilidade
Escrituração Mercantil
Elementos Primordiais das Ciências Econômicas
Redação e Estilo Comercial
História Comercial
Estatística Comercial
Economia Política
Direito Comum e Mercantil

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Bieliski (2000, p. 7, 9 e 10)

Apesar da autora não evidenciar a distribuição das disciplinas do 2º e 3º anos, ela informa que o Curso Comercial tinha duração de quatro anos, sendo três anos de Curso Normal e um ano de Curso Superior, além disso, havia um ano de Curso Preparatório (BIELISNKI,

2000). Dessa forma, o ensino completo do curso comercial do Liceu totalizava cinco anos de estudo. A autora também não evidencia quais as disciplinas faziam parte do Curso Preparatório.

O corpo docente do 1º ano de ensino era formado por: Candido Elias Mendonça de Carvalho, Joaquim Borges Carneiro, Dr. Antônio Zeferino Candido, Dr. Vicente de Souza, Luiz da Silva Reis, Alberto Madei, Luiz Paulo Leal Nabuco de Araújo, Dr. Licinio Chaves Barcellos, E. Gambaro, Eugenio Barros Raja Gabaglia, Dr. Alfredo de Paula Freitas e Theophilo Coelho Dias (BIELISNKI, 2000). Observa-se que a quantidade de professores excede o número de disciplinas do 1º ano, logo, entende-se que havia mais e uma turma do Curso Comercial.

A historiadora destaca que, para efetuar matrícula, no curso comercial do Liceu, não havia quaisquer exigências, “requerimentos ou certidões inúteis”, tampouco exame de admissão (BIELISNKI, 2000, p. 7). Os interessados deveriam apresentar somente os seguintes dados: nome, nacionalidade, idade, estado civil e profissão, a fim de compor a estatística anual realizada pelo Liceu (p. 7). Segundo a autora, o Relatório do Liceu de 1882 traz as informações, conforme a Quadro 12, a seguir, sobre o perfil dos candidatos:

Quadro 12: Dados Demográficos dos Inscritos em 1882

Nacionalidade		Idade (anos)		Estado Civil		Profissão	
Brasileiros	373	De 12 a 15	45	Solteiros	433	Empregados do Comércio	350
Portugueses	95	De 16 a 20	183	Casados	42	Estudantes	56
Italianos	3	De 21 a 25	151	Viúvos	3	Artistas	48
Espanhóis	2	De 26 a 30	66			Empregados Públicos	17
Franceses	1	De 31 a 35	21			Empregados do Foro	2
Austríacos	1	De 36 a 40	4			Militares	2
Argentinos	1	Maiores 40	8			Empregados Municipal	1
Paraguaios	1					Farmacêutico	1
Total	478		478		478		478

Fonte: Bieliski (2000, p. 7)

Apreende-se do Quadro 12 que a maioria dos interessados eram de nacionalidade brasileira, seguida dos portugueses. A concentração da idade dos candidatos ao Curso Comercial estava entre 16 (dezesseis) e 25 (vinte e cinco) anos, eram empregados do comércio em busca de qualificação profissional. Também se verifica a existência de empregados do setor público. Do total de 478 (quatrocentos e setenta e oito) candidatos, 261 (duzentos e sessenta e

um) alunos foram matriculados na primeira turma do curso comercial do Liceu. Observa-se um aproveitamento de 54%. A autora não informa o motivo da recusa dos candidatos. No Quadro 13, a seguir, são demonstrados o perfil dos alunos matriculados.

Quadro 13: Dados Demográficos dos Matriculados em 1882

Nacionalidade		Idade (anos)		Estado Civil		Profissão	
Brasileiros	214	De 12 a 15	16	Solteiros	236	Empregados do Comércio	198
Portugueses	40	De 16 a 20	104	Casados	25	Estudantes	24
Italianos	3	De 21 a 25	86			Artistas	24
Espanhóis	1	De 26 a 30	44			Empregados Públicos	11
Franceses	1	De 31 a 35	4			Farmacêutico	1
Ingleses	1	De 36 a 40	4			Militares	1
Austríacos	1	Maiores 41	3			Empregados Municipal	1
						Professores	1
Total	261		261		261		261

Fonte: Bielisnki (2000, p. 8)

Como informado, anteriormente, depois de passarem por avaliação os candidatos foram matriculados, totalizando o número de 261 (duzentos e sessenta e um) alunos na primeira turma do Curso Comercial do Liceu em 1882. No Quadro 13, é demonstrado o perfil dos alunos matriculados, observa-se que o perfil é similar ao dos candidatos inscritos. Também foi informado que os alunos foram matriculados, no primeiro ano, nas disciplinas Caligrafia, Português, Francês, Aritmética. Em Desenho Geométrico, foram matriculados 361 (trezentos e sessenta e um alunos), ou seja, 100 (cem) alunos a mais que as demais disciplinas. Tal fato talvez se deva ao aproveitamento de algumas disciplinas do ensino profissional que já funcionavam no Liceu no Curso Comercial.

A quantidade de alunos superou as expectativas do Liceu, que foi obrigado a efetuar obras estruturais para acomodar os novos alunos do Curso Comercial. Apesar de ter em funcionamento, na inauguração do Curso Comercial, 40 (quarenta) salas de aulas e 15 (quinze) gabinetes, o que gerou despesas não previstas que contribuíram para o agravamento da situação financeira da instituição entre 1882 e 1890 (BIELISNKI, 2000). Para a autora a crise financeira, pela qual o Liceu passou, foi acentuada pela ausência de auxílio financeiro prometido pela Associação Comercial do Rio de Janeiro e pela crise econômica, na qual o país vivia à época

(p. 8). No entanto, o Liceu não esmoreceu diante das dificuldades financeiras e deu andamento às obras de ampliação, buscando doações para completá-las.

No Quadro 14, a seguir, são apresentadas algumas das doações espontâneas recebidas pelo Liceu para aplicação nas obras de expansão da quantidade de salas de aula.

Quadro 14: Doações Particulares Aplicadas as obras do Liceu RJ

Doador	Valor
Conselheiro Rodolpho Epiphany de Souza Dantas (Ministro dos Negócios do Império à época)	19:500\$
Barão da Vargem (indicação do Visconde de Tocantins)	10:000\$
Sr. Alexandre Wagner (indicação do negociante Comendador José Mendes de Oliveira Castro)	5:000\$

Fonte: Bieliski (2000, p. 9)

A maior parte das doações tiveram origem particular. Consta, no relatório do Ministro do Governo Imperial, que “entendendo que o Lycêo prestava um alto serviço, crendo nesse novo curso, julgou acertado extinguir de todo o Instituto Commercial, onde não havia um só alumno matriculado, embora passasse para o auxílio do Lycêo alguma cousa da verba votada para aquelle estabelecimento” (BIELISNKI, 2000, p. 9, mantida a grafia da época). No entanto, a autora não faz referência ao valor das “verbas” recebidas do Governo pelo Liceu.

Segundo Bieliski (2000), a instituição, entre os anos 1858 e 1883, recebeu o total de 23.026 (vinte e três mil e vinte e seis) alunos e formava 50 (cinquenta) profissões. Além disso, o Curso Commercial do Liceu foi o único a funcionar de forma regular, desde o encerramento do Instituto Commercial, em 1822, e da criação da Academia do Comércio do Rio de Janeiro, em 1902.

Nos anos seguintes, a instituição sofreu transformações para se adequar as legislações do ensino comercial e fiscalizações dos órgãos oficiais do Governo, como do Ministério da Educação e Saúde (órgão responsável pela fiscalização à época). Em 1933, o Liceu passou a ser denominado Escola de Comércio do Liceu; na década de 40, mudou para Escola Técnica de Comércio Béthencourt da Silva, ofertando dois cursos comerciais: Curso Básico (4 anos de

duração) e o Técnico em Contabilidade (4 anos de duração); nos anos 70, além do Curso Comercial a instituição inaugurou novos cursos, nas áreas do comércio e serviços, tecnologia e saúde; em 1981, foi aprovado o funcionamento da Faculdade Béthencourt da Silva (FABES) com licenciatura em Técnicas do Comércio e Serviços, habilitações em Administração e Comércio, Técnicas Industriais, Eletrônica e Construção Civil. Mesmo com a inauguração da Faculdade, Curso Comercial da Escola Técnica de Comércio Béthencourt da Silva, funcionou de forma regular até 1998 (BIELISNKI, 2000; MARTINS, 2013).

A autora concluiu que a instituição de ensino conseguiu introduzir de maneira sólida e “com pleno sucesso os estudos mercantis à classe dos comerciantes”, no Rio de Janeiro, além de ser reconhecida como a “primeira escola profissional da América do Sul” (BIELISNKI, 2000, p. 10). Atualmente, o Liceu de Artes e Ofícios ministra os seguintes cursos: Educação Infantil (Ensino Fundamental I) e Cursos Livres (Desenho e Pintura; Futsal; Capoeira; Dança; Gravura; Escultura em Isopor; Marcenaria). Já a Faculdade Béthencourt da Silva (FABES) foi descredenciada por medida de supervisão, em despacho Nº 65, DOU 21/10/2019.¹³

Como verificado até aqui, a trajetória do ensino comercial, na cidade do Rio de Janeiro, seguiu na seguinte direção: a Aula do Comercio da Corte inaugurou a educação comercial, no Brasil-Colônia, posteriormente, as Aulas foram transformadas em Curso do Comercio do Instituto Comercial, buscando atender as necessidades econômicas e sociais da época, porém não conseguiu atrair alunos. Por outro lado, o Curso do Comércio do Imperial Liceu de Artes e Ofícios por ser um curso noturno atendia as demandas da classe mercantil, tendo seu curso comercial funcionado durante muitos anos. Na cidade de São Paulo, que no período Imperial era uma “acanhada cidade”, fica o questionamento de como se deu o ensino comercial da atual metrópole do Brasil.

Na próxima seção, serão efetuadas considerações a respeito da trajetória do Liceu de Artes e Ofício de São Paulo, a fim de compreender o papel do instituto de ensino popular para o ensino comercial na cidade.

¹³ Informação retirada no sítio do Ministério da Educação e Cultura (MEC), disponível em <<https://emec.mec.gov.br/emec/consulta-cadastro/detalhes-ies/d96957f455f6405d14c6542552b0f6eb/NzEw>>. Consulta em: 13/05/2021.

3.4 Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo

O Liceu de Artes e Ofício da cidade de São Paulo foi reorganizado também, em 1882 (assim como o Liceu do RJ), mas nasceu, em 1873, na Sociedade Propagadora de Instrução Popular, uma instituição privada de ensino popular, noturno e gratuito, idealizada e dirigida pelo Conselheiro Leôncio de Carvalho para ministrar os “conhecimentos necessários ao cidadão e ao operário” (CARVALHO, 2019, p. 82-83).

Nos primeiros anos de funcionamento da Sociedade, eram ofertados os cursos Primário, Secundário e Superior. Segundo Carvalho (2019), no Curso Primário as disciplinas eram Português (leitura), Caligrafia, Princípios Gerais de Gramática, Conhecimentos Úteis, Geografia, Noções Elementares de Cosmografia e Aritmética Prática (até os decimais); no Curso Secundário as disciplinas eram Português (composição e gramática), Geografia, Matemática, Física, História do Brasil, Francês, Escrituração Mercantil e Música Vocal; os Cursos Superiores, com dois anos de duração, eram Arquitetura e Construção, Agrimensura, Mecânica Industrial, Agricultura, Higiene e Moral, Direito Natural e Público. Ainda segundo a autora, a Sociedade habilitou mais de 800 (oitocentos) alunos nas “primeiras letras” (p. 87). Conforme Estatutos da Sociedade, também foram previstos a oferta dos cursos: Mecânica, Física, Química e Ciências Naturais (CARVALHO, 2019).

Segundo Carvalho (2019, p. 95), para se adequar ao “Decreto do Ensino Livre”¹⁴ e atender ao objetivo do Liceu em “ministrar gratuitamente ao povo os conhecimentos necessários às artes e ofícios, ao comércio, à lavoura e às indústrias, através de cursos profissionalizantes”, em 1882, a Sociedade mudou sua denominação para Liceu de Artes e Ofícios, além de serem criados o Curso Especial de Artes e Ofícios, Curso de Comércio, Agricultura e Ciências, entre outros.

Ainda sobre a trajetória do Liceu, segundo a autora, no Relatório da instituição encaminhado à Assembleia Provincial, que consta do Almanaque Administrativo, Comercial e Industrial da Província de São Paulo, de 1884, consta que o Liceu se autodenomina “escola industrial” com mais de 600 (seiscentos) alunos (p. 96). Nesse mesmo ano, foi realizada a 1ª

¹⁴ Para Carvalho (2019, p. 94) o “Decreto do Ensino Livre”, em referência ao Decreto nº 7.247, institui “o método intuitivo” praticado nos Liceus. Sobre método intuitivo, a autora argumenta que “as lições serviam, sobretudo, para que se aprendesse a observar, perseverar na observação, saber olhar, analisar, comparar e descrever metodicamente o mundo para compreendê-lo, mantendo contato com a variedade atraente da realidade ao invés de catalogá-la maquinalmente” (p. 94), dessa forma, o ensino intuitivo introduzia nas escolas uma forma diferente de aquisição do conhecimento por meio da prática dos alunos.

Exposição de desenhos litógrafos e cópias de modelos de gesso de autoria dos alunos, na qual estiveram presentes, entre outros, a Princesa Isabel, que ao final da visita doou 500 mil réis ao Liceu (CARVALHO, 2019).

O Liceu apesar de ficar distante, geograficamente, do Rio de Janeiro, seguia a “revolução educacional” patrocinada pela corte, faziam parte do Liceu de São Paulo uma Biblioteca (com mais de três mil volumes) e Museu Pedagógico (composto por quadros, mapas, modelos, exemplares, amostras, aparelhos, maquinismo, reproduções, etc.), sendo este, inaugurado por D. Pedro II, em 1885 (CARVALHO, 2019, p. 101-102). Nos fins do XIX e meados do XX, os ex-alunos do Liceu de São Paulo foram responsáveis por diversos projetos arquitetônicos da cidade (p. 121).

A autora informa que o Liceu se estabeleceu como uma intuição educacional com destaque ao “ensino do desenho”, em 1902, começou de fato o ensino artístico e industrial com cursos práticos de Fundição, Escultura e Marcenaria facilitados pela implementação de oficinas-escolas que contribuíram na formação de mão-de-obra, para indústria das artes decorativas e da arquitetura da cidade de São Paulo (CARVALHO, 2019, p. 134-150).

O Liceu de São Paulo, atualmente, disponibiliza os seguintes cursos: Ensino Médio, Técnico em Automação Industrial (com ênfase em tecnologias de construção) e Técnico em Multimídia¹⁵. Percebe-se que a instituição não perdeu sua tradição, no ensino prático, desenvolvendo capacidades de construir competências.

Em edição comemorativa de 100 Anos da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, Fecap, informa que, em 1895, Ramos de Azevedo “fez professor” de Contabilidade do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo, o Prof. Horácio Berlink (FECAP, 2002, p. 33). Mesmo que o Liceu incluísse em sua grade de ensino “Finanças e Contabilidade Pública”, a instituição “não outorgava aos seus alunos o diploma de Contador” (MARTINS; DA SILVA; RICARDINO, 2006, p. 6).

Tendo em vista que o objetivo da dissertação da autora, Fernanda Maria das Chagas Carvalho e também do artigo de Eliseu Martins, Amado Francisco da Silva e Álvaro Ricardino, não serem especificamente sobre o ensino comercial, não foi possível apreender informações

¹⁵ Para mais informações consultar o sítio da instituição em: <<https://www.liceuescola.com.br/>>.

específicas sobre o tema. Por isso, recomenda-se outras pesquisas que tenham o objetivo a trajetória do ensino comercial nessa instituição de ensino.

Mesmo assim, percebe-se que a ênfase, no ensino comercial do Liceu de São Paulo, difere do Liceu do Rio de Janeiro. Ante ao exposto, que caminhos o ensino comercial seguiu, na cidade de São Paulo? Especificamente, nesta cidade, segundo Polato (2008, p. 15), no século XIX, não existiu nenhuma instituição do Governo de ensino comercial. Destacam-se, nesse período, três instituições de ensino responsáveis em abrigar o ensino comercial: 1) Colégio Atheneu Paulista; 2) Mackenzie; e 3) Escola Politécnica de São Paulo. Em relação ao Atheneu, não foi possível encontrar informações sobre o funcionamento do ensino comercial desta instituição de ensino. Nas seções seguintes, serão tecidas considerações a respeito do Mackenzie e da Escola Politécnica de São Paulo.

3.5 MACKENZIE

O Mackenzie, instituição que teve origem, na igreja Presbiteriana de São Paulo, iniciou suas atividades, em 1870, motivada pela “intolerância religiosa e pela falha cultural das massas humildes que caracterizava uma séria deficiência do Império (...)” (GARCEZ, 1970, p. 3). Segundo o portal da instituição¹⁶, foram recebidos na escola: meninos e meninas, filhos de escravos e de famílias tradicionais. Na fundação da “escolinha”, precursora do Mackenzie, a província de São Paulo era ainda uma “pequenina capital” com 25 mil habitantes, porém, a cidade se desenvolveu e se tornou a “Grande São Paulo”, o Mackenzie acompanhou o crescimento da cidade (GARCEZ, 1970, p. 3 e 15). Visando atender “os surtos cafeeiro e canavieiro que tomavam corpo, no país, gerando forte corrente comercial em moedas estrangeiras”, o Mackenzie criou, em 1886, o Curso Superior de Comércio (GARCEZ, 1970, p. 138).

O autor informa que o Curso Superior de Comércio do Mackenzie College, denominado Instituto de São Paulo ou Escola Americana à época, foi introduzido pelo Dr. Horário Lane¹⁷, sucedendo à “Classe de Commercio” existente, desde 1880 (GARCEZ, 1970, p. 138 e 139).

¹⁶ Para mais informações consultar: <https://www.mackenzie.br/instituto/historia-do-instituto>.

¹⁷ “Dr. Horário Lane, versado em práticas comerciais, foi criador e primeiro diretor do Curso Superior do Comércio, em 1893 a direção passou para Rev. Modesto de Carvalhosa, perito em Contabilidade e autor do compêndio *Escrituração Mercantil*” (GARCEZ, 1970, p. 139).

Porém, não foi possível encontrar informações sobre o funcionamento deste curso. Segundo o autor, o Curso Superior de Comércio do Mackenzie College tinha o objetivo de:

(...) preparar profissionais adestrados para altos cargos do Comércio Cafeeiro de Santos e São Paulo, notadamente nas casas Comissárias. Deveria também atender os escritórios das Fábricas de Tecido, Metalúrgicas, Cerâmicas e Curtumes que davam início ao complexo industrial paulistano (GARCEZ, 1970, p. 138).

Ainda segundo o autor, o Curso Superior de Comércio tinha duração de 2 (dois) anos e as disciplinas demonstradas faziam parte da grade de ensino comercial, conforme Quadro 15, a seguir:

Quadro 15: Currículo Curso Comercial do MACKENZIE

Anos	Disciplinas
1º	Elementos de Escrituração Mercantil Geografia Comercial Matemática Comercial
2º	História do Comércio Direito Comercial Economia Política

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Garcez (1970, p. 139)

Mesmo o autor não especificando os conteúdos, a descrição das disciplinas fornece um panorama geral do Curso Superior de Comércio do Mackenzie. Mendonça Neto et al. (2009) explicam que este curso corresponde, na atualidade, ao Curso de Ciências Econômicas, portanto, não sendo um curso técnico.

Garcez (1970, p. 138) explicita que “para prosseguir em estudos acadêmicos” era necessário “preparo intelectual que dava ao estudante o necessário para enfrentar a vida prática e, ainda, prosseguir em estudos acadêmicos” (GARCEZ, 1970, p. 138). Logo, para estudar, no Curso Superior de Comércio, os interessados deveriam antes cursar o Curso Preparatório. O Preparatório ou “Gymnasio” era um curso de grau médio, com 4 (quatro) anos de duração, “abrangia todas as disciplinas necessárias aos estudos profissionais ou clássicos”, mais tarde passou a ser denominado “Curso de Madureza” ou Geral de Preparatórios do Mackenzie College (GARCEZ, 1970, p. 138).

No entanto, a experiência demonstrou que o Curso Superior de Comércio não era atrativo aos alunos da época, principalmente, com o início do Curso de Engenharia, levando o Mackenzie a transformar, em 1902, o antigo Curso Comercial (“de nível acadêmico”) em um curso de grau médio, na Escola de Comércio, visando atender melhor a formação de Guarda-Livros e Contadores (GARCEZ, 1970, p. 139).

Garcez (1970, p. 139) afirma que a grade curricular que a Escola de Comércio seguiu foi, em linhas gerais, a do antigo Curso Comercial, porém, agora com 4 (quatro) anos de duração, sendo o primeiro ano comum com o Curso Geral de Preparatórios. Ainda segundo o autor, a primeira turma da Escola do Comércio formou, em 1903, guarda-livros e contadores, transferidos do antigo Curso Superior do Comércio. Entre os formandos estavam: Georg D. M. Schneider, Humberto Rabello, Joaquim Koercher e Raphael Masini (GARCEZ, 1970, p. 139-140).

Dessa forma, o Mackenzie começou, no século XX, com as Escolas de Engenharia e de Comércio. A Escola de Comércio seguiu “adquirindo grande fama pelo desempenho profissional de seus ex-alunos” (GARCEZ, 1970, p. 143). Em 1914, na gestão do Dr. William Waddell, foi dada ênfase ao ensino Comercial e Industrial para atender o progresso empresarial de São Paulo (p. 151).

Segundo dados levantados pelos autores Mendonça Neto et al. (2009, p. 25), no jornal “O Mackenzie” de 1960, ilustrados, no Quadro 16, a seguir, comprovam a quantidade de alunos matriculados, no período 1952 a 1960, demonstrando a importância da Escola de Comércio na formação do ensino técnico comercial.

Quadro 16: Matrículas no Mackenzie de 1952 a 1960

Grau Médio	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
Escola Técnica	25	13	36	58	81	37	76	98	10
Escola de Comércio	52	97	33	31	79	54	2	58	68
Colégio	45	93	72	54	83	173	137	127	125
Ginásio	255	297	301	318	331	333	340	343	361
TOTAL	377	500	442	461	574	597	555	626	564

Fonte: Jornal O Mackenzie, v. 20, n 61, 1960 (*Apud* Mendonça Neto et al. 2009, p. 25)

Apreende-se, a partir do Quadro 16, ao comparar a quantidade de matrículas da Escola Técnica com a Escola de Comércio, que as quantidades são similares, com exceção do ano 1958. Não foi possível averiguar até que ano a Escola de Comércio funcionou, no Mackenzie, porém, percebe-se que esteve em operação do ensino comercial durante muitos anos. Atualmente, a instituição centenária, oferece desde a educação básica até a pós-graduação, em níveis de especialização (*lato sensu*), mestrado e doutorado (*stricto sensu*) em diversas cidades do Brasil e também na modalidade a distância.

No próximo item, examinaremos a instituição Escola Politécnica de São Paulo.

3.6 Escola Politécnica de São Paulo

A Escola Politécnica de São Paulo foi fundada, em 1893, baseada no modelo de ensino alemão das grandes escolas tecnológicas de orientação prática. Em 1934, foi incorporada à Universidade de São Paulo, USP (BELOTTI, 2013).

A Poli, como é carinhosamente reconhecida, transformou-se, ao longo dos anos, em uma das mais importantes escolas de engenharia da América Latina (BELOTTI, 2013). Além disso, foi pioneira, no Estado de São Paulo, no ensino contábil, ao conceder o diploma de contador oficialmente reconhecido pelo Governo (Decreto nº 727 de 08/12/1900) aos alunos que concluíssem o “Curso Preliminar”, com duração de um ano, mesmo que esses não exercessem a profissão (MARTINS; DA SILVA; RICARDINO, 2006). Entre os anos 1895 a 1900, a instituição de ensino formou 77 (setenta e sete) alunos que finalizaram o Curso Preliminar tendo direito ao título de Contador, se assim requeressem (MARTINS; DA SILVA e RICARDINO, 2006). Por outro lado, Polato (2008, p. 16) argumenta que, apesar da Escola Politécnica de São Paulo fornecer o título de contador, “tratava-se de cursos, e não de uma escola regular dedicada ao ensino comercial propriamente dito.”

O primeiro professor da aula de Escrituração Mercantil da Politécnica de São Paulo foi o Prof. Horário Berlinck, que publicou, em 1896, a obra “Contabilidade Aplicada às Empresas Comerciais, Industriais, Agrícolas e Financeiras” (MARTINS; DA SILVA; RICARDINO, 2006, p. 16). O referido docente foi anos depois professor e um dos fundadores da Escola Prática de Comércio de São Paulo, como veremos detalhadamente em outro capítulo.

Belotti (2013) e Martins, Da Silva e Ricardino (2006) informam que, em 1918, foi extinta a Escola Politécnica de São Paulo. Dessa forma, admitindo-se a relevância das três instituições, no contexto do ensino comercial e contábil, na cidade de São Paulo, e levando em consideração a expansão do ensino comercial, entre 1889 e 1931, motivada pelas mudanças, no contexto econômico e social, tais como: crescimento econômico causado pelo aumento na produção e no crescimento da urbanização, principalmente, da cidade de São Paulo.

O tópico seguinte é dedicado, exclusivamente, ao estudo da Escola Prática de Comércio de São Paulo, atualmente, conhecida pela sigla e tratada, aqui em todos os períodos, como Fecap, tendo em vista, sua relevância em ser a primeira instituição dedicada exclusivamente ao ensino comercial de forma regular.

3.7 Escola de Comércio de São Paulo (Fecap)

A criação de uma escola de ensino comercial, na cidade de São Paulo, aconteceu em um contexto favorável do ponto de vista social e econômico. No final do século XIX e início do século XX, período, no qual muitos historiadores chamam de “viragem” (vide Fazoli, 1992, p. 11), São Paulo desenvolveu-se em vários sentidos. Entre as principais transformações ocorridas, na metrópole paulista, destacam-se: crescimento das produções cafeeira e têxtil; construção das estradas de ferro para escoar as produções; célere processo de urbanização; chegada de imigrantes em busca de empregos; supressão do trabalho escravo; e ainda pode-se adicionar a esses aspectos a evolução dos meios de transporte, na cidade; a geração de energia elétrica; a ampliação dos serviços financeiros, casas comerciais importadoras, bem como exportadoras (POLATO, 2008; SAES; CYTRYNOWICZ, 2001; FAZOLI, 1992).

O crescimento da economia cafeeira e a construção da primeira estrada de ferro, em São Paulo, estão imbricadas economicamente. Segundo Silva (1980, p. 56), “o desenvolvimento da economia cafeeira não teria sido possível sem as estradas de ferro. As antigas tropas de mulas não podiam escoar uma grande produção espalhada por milhares de quilômetros”. O café dominava as exportações brasileiras favorecido pela ampliação do mercado mundial. Segundo Fazoli (1992, p. 13) “o mercado internacional estava ‘tomador’, principalmente, os mercados da Europa e Estados Unidos”.

Cabe ressaltar a conjuntura da imigração europeia para o desenvolvimento do Brasil, na década de 1920. Conjuntamente ao avanço das exportações, o governo paulista incentivou a imigração para suprir a carência de mão-de-obra. Segundo Silva (1980, p. 44), o governo paulista instituiu agências governamentais, em vários países da Europa, em especial na Itália, com a missão de viabilizar a imigração massiva de trabalhadores para fazendas de cafeeiros e indústrias, inclusive se responsabilizou pelo “pagamento da viagem dos trabalhadores e de suas famílias” que se disponibilizaram em encarar essa empreitada em busca de uma vida mais promissora.

Com a acentuada oferta de mão-de-obra oriunda de outros países, segundo Fausto (2000, p. 24), “em 1890, o número de imigrantes já ultrapassava a demanda das fazendas de café”. Como um processo orgânico, o excedente da mão-de-obra, oriundas dessas fazendas, migraram para cidade, em busca de oportunidade de trabalho assalariado, nas indústrias em desenvolvimento. Segundo Polato (2008, p. 78), “no final do século XIX, São Paulo começa a se desenvolver como um importante polo industrial”. Os trabalhadores buscavam, na metrópole paulista, melhores salários e condições sociais. Essa força de trabalho “transfere-se para os centros urbanos, criando ali os verdadeiros bolsões humanos que constituíram a base da força de trabalho, tanto no setor industrial como no setor de serviços” (POLATO, 2008, p. 10). Ambas as migrações, europeia e rural, são os principais pilares da constituição e do avanço econômico em São Paulo (FAUSTO, 2000). Segundo Fazoli (1992, p. 12), no início do século, “já havia, em São Paulo, aproximadamente, 600 indústrias e um total de operários oscilando em torno de 40.000 pessoas”. São Paulo tornou-se o maior produtor industrial do país nesse período.

Houve um acentuado aumento da população de São Paulo, no final do século XIX. Segundo Polato (2008, p. 10):

Em apenas 18 anos, a população da cidade dobrou. A explosão demográfica apontava para o desenfreado processo de urbanização de São Paulo, que, em 1900, já contava com mais de 239 mil habitantes, ou 7,64 vezes a população em 1872, em crescimento muito superior à média do estado (2,72 vezes) e do país (1,77 vez).

O deslocamento dessa grande massa de pessoas gerou significativas transformações urbanas em São Paulo. Polato (2008, p. 10) afirma que os “imigrantes que traziam consigo novos hábitos de consumo” criaram um novo perfil populacional a São Paulo, necessitando de

atividades comerciais. Em decorrência desse processo, houve “a ampliação de empreendimentos para atender a nova demanda de consumo e serviços com consequente aumento das ofertas de empregos”. Nesse mesmo sentido, Moraes (1990, p. 357) afirma que “a expansão da economia cafeeira, a riqueza gerada pelo café e a série de empreendimentos decorrentes ampliaram o setor de serviços urbanos, os empregos no comércio, na indústria nascente e na burocracia”.

De 1885 a 1889, em apenas cinco anos, foram inaugurados mais estabelecimentos industriais, na cidade, do que nos 25 anos anteriores, de 1850 a 1884 (POLATO, 2008). “As indústrias têxteis eram as mais importantes, não somente pelo número de fábricas, mas também pelo número de operários que empregavam: mais de 20.000” (PEREIRA, 1967, p. 19). As firmas de atividade comercial, segundo Marson (2015, p. 11), que desenvolviam atividades econômicas como “comércio de fazendas (como era conhecido tecidos vendidos no varejo) e armarinhos”, “comercio de secos e molhados”, “comissões e consignações”, “comércio de importações e exportação” de diversos produtos representavam 80,6% das firmas comerciais (4.767 de um total de 5.915) registradas, na Junta Comercial de São Paulo, entre 1911 e 1920.

Durante esse período, também, houve expansão da máquina estatal que ganhou novas dimensões, multiplicando a criação de novos órgãos administrativos mais especializados, após a Proclamação da República e promulgação da Constituição Federal de 1891, na qual os Estados passaram a ter autonomia, em relação ao Governo Federal, exigindo a criação de funcionários qualificados (POLATO, 2008; SAES; CYTRYNOWICZ, 2001).

Em suma, o processo acelerado de urbanização produziu uma parcela da população identificada como “classe média”, que ambicionava uma formação como forma de ascensão social, pois não tinham acesso aos cursos superiores tradicionais, como por exemplo, Direito, Medicina e Engenharia (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001).

Tendo como pano de fundo esse contexto de grandes transformações econômicas e sociais, cresce a necessidade da gestão das atividades produtivas pelos setores privados e públicos nas suas relações comerciais e administrativas, demandando pessoas aptas a exercer as atividades comerciais.

3.7.1 Idealizadores da Fecap

Muitos personagens influenciaram e ajudaram, na criação da Escola de Comércio de São Paulo, Fecap, motivados por aspectos políticos, econômicos e pessoais. Certamente, não se pode precisar a verdadeira intenção dos idealizadores da Fecap, no entanto, percebe-se que não era apenas econômica, mas de visão de mundo daqueles que se dedicaram a levar à frente o projeto de criação de uma escola dedicada ao ensino comercial, na cidade de São Paulo. Os quatro destacados, nesta seção, são considerados os principais responsáveis pela criação da escola e, até hoje, possuem lugar de destaque, na história, no ensino comercial brasileiro.

A obstinação de introduzir uma escola de comércio, em São Paulo, reuniu esforços de várias personalidades, destacaram-se quatro personalidades: Conde Antônio de Álvares Leite Penteado; senador Antônio de Lacerda Franco; Dr. João Pedro da Veiga Filho; e Prof. Horário Berlinck. Serão apresentados perfis bibliográficos dos quatro ilustres fundadores da Escola de Commercio Álvares Penteado.

Figura 7: Conde Antônio de Álvares Leite Penteado (Cafeicultor e Industrial)

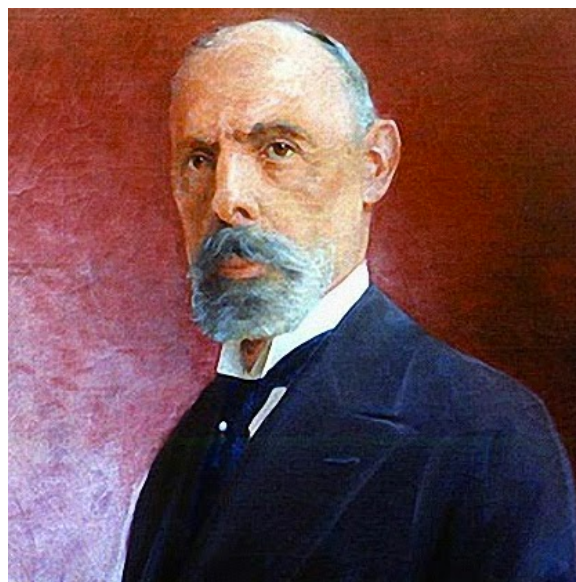


Fonte: site da FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado. Disponível em: <<http://www.faap.br/linha-do-tempo.asp>>. Consulta em: 21/09/2020.

1) Conde Antônio de Álvares Leite Penteado: O Conde Álvares Penteado, como era conhecido, nasceu em Mogi Mirim-SP, em 1852, e morreu em Paris, em 1912, com sessenta anos de idade. Enviou seus filhos à Inglaterra para adquirirem instrução comercial, pois acreditava ser fundamental, para o século XX, ter essa formação. Já demonstrando sua preocupação com o tema educação. Foi um famoso cafeicultor, na fazenda Palmares, e fez transição do setor agrário para o industrial, pois acreditava, à época, ser mais promissor. Em 1890, mudou-se com a família para São Paulo e somente dois anos depois, em 1892, fundou a

fábrica de juta “Sant’Anna” e manufatura de lã “Penteado”, exportador para países como Inglaterra, França e Alemanha. Empreendeu em outros setores como cultural e hoteleiro, em 1900, nas construções do Teatro Sant’Anna e, em 1901, no grande “Hotel Rotisserie Sportsman”, considerado o mais importante hotel de São Paulo, na época. Foi o quarto presidente da Associação Comercial de São Paulo, durante a gestão de 1899/1901 e, também, presidente da companhia “Mogyana” de estradas de ferro. Em 1908, assina a doação do terreno e do edifício à Sociedade Escola de Comércio Álvares Penteado (Desenvolvido com base em Fecap, 1907, e pesquisas em sítios da web).

Figura 8: Senador Antônio de Lacerda Franco



Fonte: Famosos que partiram. Disponível em: <<http://www.famososquepartiram.com/2014/06/antonio-de-lacerda-franco.html>> Consulta em: 21/09/20.

2) Senador Antônio de Lacerda Franco: O ilustre nasceu, em Itatiba-SP, em 1853, e morreu, em São Paulo-SP, em 1936. Ainda muito jovem foi para Araras/SP, onde inicia sua carreira como agricultor e se dedica à política local. Defensor das ideias republicanas e abolicionistas, fundou nessa cidade, o Partido Republicano. Foi eleito vereador e presidente da câmara em várias legislaturas. Mais tarde, foi eleito senador estadual, em 1892, conservou-se nesse posto por longos anos, só o deixando quando eleito para senadoria federal, cargo exercido, de 1924 a 1930. Para além do âmbito da política, dirigiu a casa comissária Lacerda Franco & Cia., em Santos/SP. Foi um dos fundadores do Banco União, da Companhia Telefônica Brasileira, do Conservatório Dramático e Musical, da Escola Livre de Sociologia e Política, do Automóvel

Clube de São Paulo, bem como da Sociedade Hípica Paulista. Presidiu, ainda, várias companhias industriais e dirigiu o Correio Paulistano e O Commercio de São Paulo, à Santa Casa de Misericórdia de Santos e de São Paulo. Prestou notáveis serviços como mesário, escrivão e provedor, cargos que desempenhou, sucessivamente, desde 1894 até os últimos dias de sua vida. Foi também o primeiro vice-presidente da Associação Comercial de São Paulo. Além de um dos idealizadores da Fecap, Lacerda Franco, foi o primeiro diretor-presidente (Desenvolvido com base em Fecap (1907) e pesquisas em sítios da web).

Figura 9: Dr. João Pedro da Veiga Filho (Advogado, acadêmico e político)



Fonte: Página de Fecap no Facebook. Foto ilustrativa em homenagem ao aniversário do Dr. João Pedro da Veiga Filho. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Fecap/photos/dr-jo%C3%A3o-pedro-da-veiga-filho-foi-diretor-vice-presidente-da-fecap-at%C3%A9-seu-faleci/1175799362454627/>> Consulta em: 21/09/20.

3) Dr. João Pedro da Veiga Filho: Doutor Veiga Filho nasceu, em Campanha-MG, em 1862, e morreu, em São Paulo-SP, em 1911. Em 1886, recebeu o grau de bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito de São Paulo. Escreveu notas diárias para o jornal “Diário Mercantil” e, também, colaborou com outros periódicos. Estabeleceu seu escritório de advocacia, na capital paulista, exercendo continuamente essa profissão. Em 1893, foi nomeado professor substituto da Faculdade de Direito de São Paulo; em 1894, recebeu o grau de doutor em ciências jurídicas e sociais; em 1897 foi nomeado professor catedrático da Faculdade de Direito de São Paulo. Durante 1895, foi secretário da Associação Commercial e Praça do Commercio de São Paulo. Além disso, foi integrante da Sociedade Paulista de Agricultura, da

Sociedade Humanitária dos Empregados do Comércio de São Paulo. Foi eleito vereador e deputado estadual constituinte de São Paulo. Segundo Polato (2008, p. 29), ainda como vereador, “foi procurado por representantes do comércio, tendo à frente o presidente do Grêmio dos Guarda-Livros de São Paulo - Prof. Horário Berlinck, com um memorando solicitando a abertura de uma escola de comércio, a qual restou infrutífera em razão da falta de verbas municipais”. Em 1901, publicou um livro “Escola de Comércio de São Paulo”, no qual exprime todo o pensamento da classe comercial sobre a necessidade da fundação da escola. Foi autor do livro “Manual das Ciências das Finanças”, uma importante publicação sobre finanças (Desenvolvido com base em Fecap (1907) e pesquisas em sítios da web).

Figura 10: Horário Berlinck Cardoso (Dedicou sua vida ao magistério)



Fonte: Página na web: São PauloCity. Disponível em: <<https://spcity.com.br/serie-avenida-paulista-da-casa-dos-berlinck-e-bunducki-ao-edificio-scarpa/>> Consulta em: 22/09/20.

4) Sr. Horário Berlinck Cardoso: Berlinck nasceu, em Florianópolis-SC, em 1868, e morreu, em São Paulo-SP, em 1948. Concluiu seus primeiros estudos, no Rio de Janeiro, iniciados em Florianópolis. Em 1888, mudou para São Paulo para trabalhar, no governo, a fim de cuidar dos assuntos relacionados à imigração europeia. Trabalhou, na capital paulista, na contabilidade e na administração em empresas comerciais e industriais. Na Fábrica Penteado, aprendeu Contabilidade com o Contador da empresa David Justice, profissional de origem escocesa,

também, trabalhou, no Banco União, como contador. Em 1895, foi nomeado professor de Contabilidade Geral da Escola Politécnica de São Paulo, onde lecionou por 32 anos até a sua aposentadoria, em 1927. Foi um dos idealizadores da constituição da Fecap, exerceu em diferentes cargos desde a sua fundação, em 1902, até chegar à presidência. Outros papéis desempenhados foram: em 1919, representou o Brasil, no 1º Congresso Americano de Expansão e Ensino Comercial, ocorrido, em Montevideú; em 1922, recebeu o grau de Doutro Honoris Causa em Ciências Econômicas pela Universidade Nacional de Buenos Aires; atuou como conselheiro da Sociedade Humanitária dos Empregados do Comércio de São Paulo; foi presidente do Grêmio dos Guarda-Livros de São Paulo; membro do Instituto de Contabilidade da França; teve suas obras premiadas com medalha de ouro e adotadas, nas escolas, na Itália; e presidente de honra em vários congressos internacionais. Colaborou nas reformas do ensino comercial brasileiro de 1905, 1926 e 1931. Entre o seu legado literário, relaciona-se: “Contabilidade Aplicada às Empresas Comerciais, Indústrias, Financeiras e Agrícolas”, “Tratado de Seguros” e “Matemática Comercial e Financeira (Desenvolvido com base em Fecap (1907) e pesquisas em sítios da web).

Percebe-se ao analisar as quatro biografias das ilustres personalidades, que, apesar das trajetórias e formações distintas, reuniram-se em torno de um ideal comum: a ênfase na educação comercial para fundação da Escola Prática de Comércio de São Paulo. A seguir daremos continuidade analisando a rede de relacionamento dos idealizadores da Fecap.

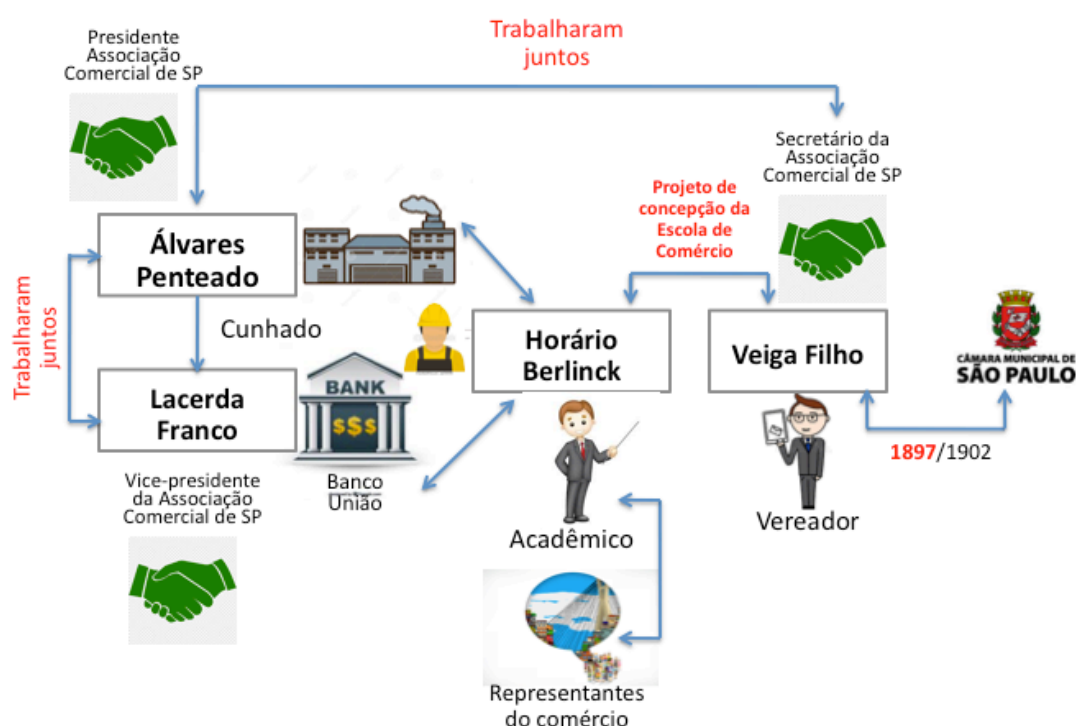
3.7.2 Rede de Relacionamento dos Idealizadores

Em seu trabalho de pesquisa de mestrado, Polato (2008), chama a atenção para a rede de relacionamentos que uniu os quatro personagens idealizadores da Fecap, conforme esquematizado, na Figura 11, a seguir.

Desde 1897, Horário Berlink e João Pedro de Veiga Filho iniciaram, conjuntamente, a força tarefa junto ao poder público municipal, objetivando a criação de uma escola de comércio, em São Paulo (GODOY, 2000). Veiga Filho, à época vereador pela cidade paulista, foi procurado por uma comissão de representantes do comércio capitaneada por Horário Berlink, nessa época, presidente do Grêmio de Guarda-Livros de São Paulo (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001). Convencido da importância da escola, o vereador municipal, Veiga Filho, defendeu o

projeto para a criação da escola do ensino comércio (FECAP, 1907). No entanto, essa primeira iniciativa foi rejeitada pela câmara dos vereadores. A justificativa para negação foi “falta de recursos orçamentários” (GODOY, 2000, p. 1). Em função da derrota dessa primeira tentativa, Berlinck não desistiu da empreitada e buscou “sensibilizar empresários da cidade para implementar seu projeto” (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 43)

Figura 11: Rede de Relacionamento entre os idealizadores da Fecap



Fonte: Desenvolvida pela autora a partir de Polato (2008) e Oliveira (2016).

Vale ressaltar, que Horário Berlinck trabalhou, nas indústrias de Álvaro Penteadado e de Lacerda Franco, um dos fundadores do Banco União. Por sua vez, Álvaro Penteadado foi casado com a irmã de Lacerda Franco, portanto, eram cunhados. Além da relação de parentesco entre Álvaro Penteadado e Lacerda Franco, Veiga Filho, foi vereador e professor da Faculdade de Direito e secretário da Associação Comercial de São Paulo, que tinha como presidente Álvaro Penteadado, quarto presidente, e Lacerda Franco, como vice-presidente.

Conforme demonstrado, na Figura 11, observar-se que a rede de relacionamento construída ao longo do tempo conectou os quatro personagens da história da fundação da Escola. Destaca-se a importância da rede de relacionamento que se estabeleceu, em torno de

ideais compartilhados por esse grupo, e sobre sua importância na criação de uma escola de comércio, no início do século XX, na cidade de São Paulo.

É inegável a contribuição desses quatro personagens para criação da Escola Prática de Comércio de São Paulo, porém “a cooperação veio de diversos indivíduos e instituições” (FAZOLI, 1992, p. 22). Famílias e instituições de diversos setores econômicos da cidade de São Paulo, também, participaram, por meio de cooperação moral, técnica e financeira, para a fundação da Escola de Comércio de São Paulo, fazem parte dessa lista de beneméritos: Conde Álvares Penteado; Rodolpho Miranda; Senador Lacerda Franco, Conde de Prates; Hermann Burchard; Cristiano Peregrino Viana; Horácio Berlinck; Conde Asdrúbal do Nascimento; Prado Chaves e Cia; Dr. Procópio Toledo Malta; Duprat e Cia; Alessandro Vincenzo Siciliano; José Weissohn; Banco Alemão; Banco Comércio e Indústria; Banco União de São Paulo; Banco de Crédito Real; Banco de São Paulo (OLIVEIRA, 2016; POLATO, 2008; FECAP, 2002; FAZOLI, 1992).

Cabe explicar que a ordem de citação foi com base, no registro de subscrição popular, ou seja, tendo em vista que o projeto de criação não foi aprovado pelo Governo, a alternativa viável foi buscar recursos financeiros junto a iniciativa privada. O aporte financeiro realizado por esse grupo de industriais, banqueiros, comerciantes encontra-se, no Quadro 17, a seguir, tendo como fonte a própria Fecap.

Quadro 17: Subscrição popular realizada em 1902

Doador	Valor (Rs)
Conde Álvares Penteado	10:000\$000
Rodolpho Miranda	3:000\$000
Senador Lacerda Franco	1:000\$000
Conde de Prates	1:000\$000
Hermann Burchard	1:650\$000
Cristiano P. Vianna	1:000\$000
Horácio Berlinck	2:050\$000
Conde Asdrúbal do Nascimento	500\$000
Prado Chaves & Cia.	500\$000
Dr. Procópio Malta	500\$000
Duprat & Cia	500\$000
Alexandre Siciliano	500\$000

José Weissohn	500\$000
Banco Alemão	500\$000
Banco Comércio e Industria	500\$000
Banco União de S. Paulo	500\$000
Banco de Crédito Real	500\$000
Banco de S. Paulo	500\$000

Fonte: Fecap (2002, p. 36)

A seguir apresentaremos as motivações para criação da Fecap.

3.7.3 Motivações para Criação da Fecap

“Escola de Comércio em São Paulo” é o título do artigo de Veiga Filho para o editorial do jornal “Paulista” do Grêmio de Guarda-Livros, publicado em 1901, com grande “repercussão”, na cidade (DE OLIVEIRA, 2016; GODOY, 2000). Em seu artigo, ele parece dar voz aos anseios dos entusiastas de uma escola de comércio, em São Paulo, ao usar palavras como: “por estarmos plenamente convencidos”, “parece-nos ser conveniente”, “entusiastas dessa nobre ideia” (POLATO, 2008, p. 31; FECAP, 1907, p. 26-27).

A publicação de Veiga Filho (1901), alertava para mudanças que ocorriam, no ambiente comercial internacional, e salientava o papel de São Paulo como um importante pólo industrial, exportador e comercial em “desenvolvimento”, no contexto de relações comerciais internacionais (DE OLIVEIRA, 2016; GODOY, 2000). Nesse sentido, afirma:

(...) a classe dos lavradores paulistas desenvolveu tanto a sua iniciativa e actividade, que chegou a produzir quasi a metade da exportação brasileira; a classe dos industriaes espalhou, por toda parte, formidaveis usinas, vastas installações, executando melhoramentos materiaes de grande monta, como o cães de Santos que, franqueando o nosso principal porto maritimo ao commercio do mundo, representa talvez o mais gigantesco empreendimento da America do Sul; a classe dos engenheiros estendeu tres mil e quatro centos kilometros de linhas ferreas, prosseguindo na construção de outras tantas neste abençoado solo; a classe dos capitalistas fundou bancos de primeira ordem, que tem, em suas caixas, um lastro permanente de mais de cincoenta mil contos; a classe dos proprietarios levantou ricas e confortaveis vivendas, fazendo como

por encanto, a antiga e academica capital paulista transformar-se em formosissima cidade (...) (FECAP, 1907, p. 27, mantida a grafia da época).

Em seguida, Veiga Filho (1901) interpela a classe dos comerciantes de São Paulo: “(...) a classe dos commerciantes, que tem feito? nada, absolutamente nada! (FECAP, 1907, p. 27, mantida a grafia da época). Em seguida, continua:

Consentiu que os estrangeiros se collocassem á frente das principais casas, tanto do grande como do pequeno commercio, monopolizando já o de alimentação publica! Sem pessoal habilitado e suficiente, não tem o commercio paulista quem venda, no estrangeiro, o nosso principal artigo de exportação – o café! Espera que o estrangeiro venha compra-lo em Santos (...) (FECAP, 1907, p. 27, mantida a grafia da época).

Percebe-se que Veiga Filho (1901, p. 26-30) considerava que a sociedade empresarial paulistana precisava compreender a importância das atividades comerciais para permanecer crescendo e se modernizando. Para o autor, o “monopólio” dos estrangeiros, nas atividades comerciais, foi originado por três aspectos distintos: os governos privilegiarem as operações financeiras, em detrimento das comerciais; a ignorância interna da importância que a atividade comercial assumiu em tempos modernos; e da falta de estímulo aos jovens em “abraçar a nobre carreira”, na ausência de escolas dedicadas ao ensino comercial. Como verifica-se, em seu texto, sobre a ausência de paulistas ocupando cargos no comércio da época:

Percorrendo-se um por um dos estabelecimentos commerciaes desta praça, ter-se-á desagradavel impressão, verificando que na maioria delles, desde o chefe até o mais modesto empregado, quasi todo o pessoal compõe-se de estrangeiros, que não teem a obrigação de ser patriotas (FECAP, 1907, p. 27, mantida a grafia da época).

Veiga Filho não foi o único a interpelar pelo ‘estrangeirismo’ nos postos de trabalho. Acadêmicos e comerciantes, como José da Costa Sampaio, professor da Fecap, em seu artigo “O Ensino Comercial” e Sr. Gervasio Araújo, proprietário da “Rotisserie Paulista”, em discurso proferido por ocasião da festa de lançamento da pedra fundamental da Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap, 1907, p. 14; Weinstein, 2000, p. 50), demonstram preocupação em os estrangeiros “monopolizarem” certas carreiras, em especial, do comércio. Nesse mesmo sentido, percebe-se a defesa na difusão do ensino comercial, como o “único” meio de preparar

os jovens para atuarem, no comércio interno e externo, como verifica-se na fala de Veiga Filho (1901):

“(...) indeclinável necessidade de ministra-se o ensino á nossa mocidade, afim de termos, neste Estado, um certo numero de homens habilitados, inteligentes, capazes de lidar no commercio, e especialmente, no commercio do café, com certo preparo ou sufficientes conhecimento techicos.” (FECAP, 1907, p. 28, mantida a grafia da época).

Impulsionados pelas transformações econômicas e sociais ocorridas, em São Paulo, nos séculos XIX e XX, além do nacionalismo vigente, naquela época, o grupo defendia a relevância da cidade de São Paulo em ter uma escola dedicada ao estudo das práticas comerciais. Segundo Fazoli (1992, p. 13), “era preciso atuar no mercado interno e marcar presença no externo, contatar diretamente o comprador externo, nacionalizar casas comissárias, conhecer outras culturas, romper horizontes.”

Acrescidas a essas questões, também, havia uma demanda por mão de obra especializada. Weinstein (2000, p. 50) expressa que “o fato de as firmas paulistas continuarem a empregar artífices estrangeiros, relativamente, privilegiados indica que havia um déficit de trabalhadores especializados, pelo menos em determinadas indústrias”, ou seja, ter uma formação educacional nacionalizada seria uma forma de conquistar “nossa emancipação da força de trabalho estrangeira”. Em termos ideológicos, entre os princípios norteadores do grupo idealizadores da Escola de Comércio de São Paulo, estavam: o estímulo à “concorrência”, à “expansão”, à “ampliação dos negócios e à disputa de mercados” (FAZOLI, 1992, p. 20).

Em suma, “era preciso fazer escola, esta escola nascida do café e dos teares” (FAZOLI, 1992, p. 13). Percebe-se, dessa forma, que a criação da Escola de Comércio mostrava-se como forma de aliar o desenvolvimento agrícola, a expansão industrial, o desenvolvimento de especialistas internos, capaz de prover a São Paulo a capacidade de encadear o desenvolvimento dos negócios e amplificar as atividades comerciais para além das fronteiras internas (FAZOLI, 1992).

O projeto da Escola de Comércio foi apresentado por seus idealizadores à Sociedade Humanitária dos Empregados do Comércio de São Paulo, um importante órgão representativo, no dia 20 de abril de 1902, recebendo o total amparo do seu presidente Raymundo Duprat e dos sócios, nos quais destacam-se: Horário Berlink, João Pedro da Veiga Filho, Antonio de Lacerda

Franco, Frederico Vergueiro Steidel e Conde Antonio Álvares Leite Penteadó (GODOY, 2000, p. 3).

A seguir serão apresentadas considerações a respeito da fundação da Fecap.

3.7.4 Fundação da Fecap

Nesse contexto social e econômico, foi inaugurada, no dia 01 de junho de 1902, a Escola Prática de Comercio de São Paulo, situada, no prédio nº 36 da Rua São José, atual Rua Líbero Badaró, esquina com a Rua Direita, em um edifício cedido pelo Conde de Prates, conforme imagem da fachada do prédio apresentada, na Figura 12, a seguir:

Figura 12: Escola de Comércio em 1927



Fonte: De Oliveira (2016)

Cabe ressaltar que a Escola Prática de Comércio de São Paulo foi inaugurada durante uma época, no Brasil, conhecida como “República do café-com-leite”, um período, no qual o poder era exercido por um grupo restrito de pessoas, as oligarquias, que substituíam o Estado protetor (FAZOLI, 1992). A Escola não recebeu apoio financeiro do Estado, foi fruto da iniciativa privada por meio cooperação financeira.

As aulas, efetivamente, iniciaram, em 15 de julho do mesmo ano, com 216 alunos matriculados e “um corpo docente formado por aproximadamente trinta pessoas” (POLATO, 2008, p. 40; FAZOLI, 1992, p. 22). Os primeiros docentes contratados eram oriundos de “escolas superiores e centros financeiros” (DE OLIVEIRA, 2018; GODOY, 2000, p. 4). Em 1902, na data de constituição da Escola, a primeira estrutura administrativa teve como: presidente honorário o Conde Antonio Álvares Leite Penteadado; presidente efetivo Rodolfo N. da Rocha Miranda; diretor presidente Antonio Lacerda Franco; diretor vice-presidente João Pedro da Veiga Filho; e diretor-secretário Horário Berlink (GODOY, 2000). “A expectativa era tão grande e a publicidade, em torno da Escola, quer pelas diversas instituições, quer por outras escolas, quer pela imprensa da época (...)”, que a quantidade de alunos matriculados superou o esperado, houve fila para a matrícula (FAZOLI, 1992, p. 22).

Durante os primeiros anos, a Escola ofertava “Cursos Livres”, o que na prática permitia que alunos de outros cursos ou “até que já tivessem concluído o curso secundário” pudessem estudar, no entanto, era exigido “presença e frequência”, gerando “respeitabilidade” da Escola no mercado (GODOY, 2000, p. 4). A grade curricular era simplificada, resumia-se ao ensino prático de línguas, matemática, contabilidade, geografia, estatística, ciências naturais, noções de economia política e finanças e legislação (POLATO, 2008).

Três anos após sua inauguração, em 1904, a escola foi transferida para o anexo da Faculdade de Direito de São Paulo, na qual as salas foram cedidas pelo Ministro do Interior, J. J. Seabra, apesar da sua autonomia de organização e funcionamento, a fim de acolher a demanda crescente dos novos alunos. Como verifica-se, no discurso proferido por Veiga Filho, vice-diretor, ao dar início a solenidade do lançamento da pedra fundamental da Escola de Comércio Álvares Penteadado:

O edificio immediatamente offerecido pelo sr. conde de Prates, onde se installou o instituto que vinha a ser creado, em poucos mezes, tornou-se acanhado para acomodar uma numerosa pleiade de moços que correu ao encontro daquelles que entendem ser a carreira commercial uma das mais nobres, das mais compensadores do trabalho, na moderna civilização.

Os salões do tradicional mosteiro de S. Francisco gentilmente cedido pelo governo federal e pela directoria da Faculdade de Direito, no decurso de tres annos apenas, também attestaram a sua deficiencia para regular o funcionamento dos diversos cursos da Escola, já frequentada por 150 alunos, da

nossa secretaria, bibliotheca e laboratorio de analyses chimicas (FECAP, 1907, p. 12, mantida a grafia da época).

Como demonstrado, no texto de Veiga Filho, pouco tempo depois, o novo espaço já demonstrava “deficiência para regular o funcionamento” dos cursos. Atendendo a pedidos do seu cunhado, senador Lacerda Franco, e do professor, Horácio Berlinck, em 1906, o Conde Álvares Penteadou doou o terreno para edificação da nova sede, situado no Largo de São Francisco e financiou a construção do “Palácio do Comércio”, como ficou conhecida a nova sede, devido a sua grandiosidade, imponência e embelezamento material para cidade de São Paulo (POLATO, 2008; FAZOLI, 1992; FECAP, 1910). Em homenagem ao benemérito, em 5 de janeiro de 1907, em sessão extraordinária por unanimidade de votos, a instituição de ensino passa a ser denominada Escola de Comércio Álvares Penteadou (FAZOLI, 1992).

Como evidência da importância da Escola de Comércio Álvares Penteadou para sociedade paulista, participaram da cerimônia de inauguração da sede própria, em 1908, projetada, bem como dirigida pelo engenheiro e arquiteto Carlos Eckman, representantes das classes política, acadêmica, consular e comercial (POLATO, 2008; FAZOLI, 1992, FECAP, 1907). Os ilustres convidados chegaram em suas carruagens e o povo se acotovelava na curiosidade de ver os que compareciam ao evento de inauguração (FECAP, 1907).

O imponente “Palácio do Comércio” “refletiu as expectativas” que Antônio Álvares Penteadou, presidente honorário; Horácio Berlinck, primeiro secretário; senador Lacerda Franco, diretor da escola; e Dr. Veiga Filho, vice-diretor, “depositaram no ensino comercial e na profissão comercial” (POLATO, 2008, p. 42). Em seu discurso inaugural da obra majestosa, Veiga Filho, proferiu:

(...) a mocidade que, entre nós, se destina à carreira commercial, terá afinal o seu ‘habitat’, onde em magnifica e sumptuosa installação, poderá cultivar e desenvolver a inteligencia, adquirindo proveitosos ensinamentos tendentes a fazer comprehender os grandes interesses commerciaes da pátria e deles tirar partido, na profissão preferida (FECAP, 1907, p. 12, mantida a grafia da época).

Além de ampliar a oferta de cursos, a Escola, na sede própria, recebeu em suas novas instalações outras instituições de ensino, como a Universidade de São Paulo, Escola Paulista de Medicina, Escola Livre de Sociologia e Política (FAZOLI, 1992). Em 1909, estabelecida, no prédio novo, a Escola iniciou as aulas e criou de forma pioneira o curso superior em

Administração e Finanças. Segundo Fazoli (1992, p. 50 e 27) o “Curso Superior de Ciências Comerciais” existiu de 1908 até 1914 e o “Curso Superior de Administração e Finanças” da “Faculdade de Ciências Econômicas, funcionou de 1909 até 1914, ambos os cursos funcionaram de forma regular.

Em 1923, em função da alteração dos estatutos da “Associação Civil Escola Prática de Comércio Álvares Penteado” para Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, originou a sigla FECAP, como a instituição é conhecida atualmente (FAZOLI, 1992, p. 41). Durante os dez anos seguintes, a sua inauguração, a Escola exerceu suas atividades sem nenhuma interrupção. Segundo a Fecap (2002, p. 55) “há referências à influência da Primeira Guerra Mundial na diminuição do número de aspirantes”. Isso devido à crise econômica das atividades comerciais do mercado interno vivenciadas, em São Paulo, principalmente, pela redução das exportações, no país, inclusive durante o conflito mundial. Houve, também, redução na quantidade de firmas inscritas na Junta Comercial paulista (MARSON, 2015).

Vale ressaltar que Veiga Filho e Álvares Penteado faleceram, em 1911 e 1912, respectivamente. Segundo Fazoli (1992), a morte do conde Álvares Penteado enlutou o empresariado paulista e obrigou a Escola a buscar, cada vez mais, uma administração preenchida por seu quadro interno de funcionários, verificado o dinamismo do professor Horário Berlinck, que assumiu o cargo de presidente.

Verifica-se que a industrialização e a internacionalização da economia paulista intercalavam com o desenvolvimento da Escola. A Fecap, ao longo tempo, foi se modificando no contexto de transformações econômicas, sociais, políticas e educacionais, no país, que refletem na trajetória da instituição de ensino comercial. No próximo item, será apresentada a trajetória da Fecap.

3.7.5 Funcionamento da Fecap

A análise da trajetória da Fecap foi estruturada, em períodos temporais, para fins de organização e compreensão, bem como teve inspiração, o trabalho de dissertação de Polato (2008), dedicado ao estudo da Fecap. A determinação dos períodos se deu com base nas datas de publicação dos documentos administrativos analisados, tais como: Estatuto, Regulamentos, Regimentos, Programas de Disciplinas e Publicações Comemorativas da Fecap. Para além dos

documentos administrativos, também, foi analisado o artigo de Veiga Filho de 1901 que serviu para realização de comparações e entendimento da fundação da Fecap.

A seguir, serão apresentados os períodos da trajetória da Fecap, por datas e títulos, estruturados em: 1) De **1901 a 1904**: Criação e implantação de um único curso; 2) De **1905 a 1909**: Reconhecimento oficial e criação do Curso Preliminar; 3) De **1909 a 1920**: Crescimento da Oferta de Cursos; 4) De **1921 a 1931**: Consolidação do Ensino Comercial; e 5) De **1932 a 1949**: Centralização do Ensino Comercial.

O período de **1901 a 1904**, caracterizado, neste estudo, como **Criação e Implantação de Único Curso**. Esse período inicial é compreendido pela apresentação da proposta de Veiga Filho, em seu artigo de 1901; a instauração da Escola Prática de Comércio de São Paulo; definições administrativas como grade curricular, tempo de duração dos cursos, requisitos para matrícula, entre outros.

A Fecap nasceu, no governo federal de Campos Sales, particularizado pela moratória, pelos empréstimos externos, pela deflação e pelo conjunto de ajustes econômicos, no contexto da “República Café-com-Leite”, assim conhecida por assegurar a alternância de poder entre grandes produtores de São Paulo (café) e de Minas Gerais (leite), no controle do país, e na defesa do livre comércio de seus produtos (FAZOLI, 1992, p. 35; MELO, 2012, p. 39).

Em sua proposta de criar uma escola dedicada ao ensino comercial, Veiga Filho (1901) defendia um ensino comercial de ordem mais prática e menos teórico, com duração de 3 anos, com organização de “Escolas Práticas”, de 1º grau, e somente depois, deveriam cuidar das “Escolas Superiores”, de 2º grau, tendo em vista a urgência, na formação dos “soldados para o comércio”, ou seja, foco nos empregados, no primeiro momento, e os “patrões” para momento posterior, direcionado para pessoas maiores de 15 anos de idade (Veiga Filho, 1901, p. 61 e 62). Vale destacar que curso “Superior” é diferente do conceito de cursos superiores que conhecemos, na atualidade, eram considerados como curso superior os cursos de 2º grau, ou seja, de ensino médio.

Polato (2008, p. 15 e 37) demonstra que, ao equiparar as grades curriculares da Escola Prática de Comércio do Pará, fundada em 1899, com a proposta de Veiga Filho de 1901, fica evidente a influência do modelo daquela escola sobre o “grupo que planejava a instauração de uma escola em São Paulo”, apesar do curso comercial da escola do Pará ter duração de 4 anos

e a proposta de Veiga Filho considerar 3 anos de duração, conforme demonstrado, no Quadro 18, a seguir:

Quadro 18: Comparativo Grade Curricular da Escola do Pará e Proposta de Veiga Filho

Escola do Pará	Proposta Veiga Filho
Matemáticas/Matemática superior	Matemáticas
Línguas: Portuguesa, Francesa, Inglês e Alemã	Línguas: Portuguesa, Francesa, Inglês e Alemã
Geografia Comercial	Geografia Econômica e Comercial
História do Comércio	História do Comércio
Escrituração Mercantil	Noções Gerais de Escrituração Mercantil
Mercadorias	Estudo Geral de Mercadorias
Direito Comercial	Legislação
Economia Política	Economia Política e Finanças
Contabilidade	Contabilidade Comercial e Financeira
Estenografia e datilografia	Estenografia e Desenho
Caligrafia	

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Polato (2008, p. 38)

Ao analisar o Quadro 18, fica evidente a inspiração de Veiga Filho, na Escola Prática de Comércio do Pará (1899-1944), na elaboração da grade curricular para criação da Escola de Comércio de São Paulo. Além disso, percebe-se que as disciplinas “Geografia Econômica e Comercial” e “História do Comércio” foram herança do currículo da Aula do Comercio. A disciplina Estudo Geral de Mercadorias é a primeira vez que consta, no currículo do ensino comercial, assim como museu de mercadorias.

Veiga Filho (1901), em seu artigo, detalha sobre os conteúdos a serem ministrados em cada “tema”. Apesar de não ter sido possível acessar o Programa das Disciplinas para comparar a prática com a proposta de Veiga Filho, mesmo assim, pôde-se ter o panorama geral dos conteúdos ensinados em cada ano, conforme relacionado abaixo:

No 1º ano:

Línguas: nacional (na época, não se usava a expressão “Língua Portuguesa), francesa, inglesa ou alemã. (Exercícios orais - conversação).

Matemáticas: Aritmética, elementos de álgebra e geometria. Contabilidade: Noções gerais de escrituração mercantil.

No 2º ano:

Línguas: nacional, francesa, inglesa ou alemã (Exercícios orais). Os alunos continuavam a evoluir nos diversos idiomas iniciados (FAZOLI, 1992).

Contabilidade: curso comercial e financeira.

Estenografia e desenho.

Technologia da composição física e química das mercadorias: sua proveniência, valor e processos, pelos quais se pode conhecer a sua falsificação ou alteração.

No 3º ano:

Geografia Econômica e Comercial: Produtos de cada país e mercados. Produção brasileira. O café. História do comércio e tratados de comércio.

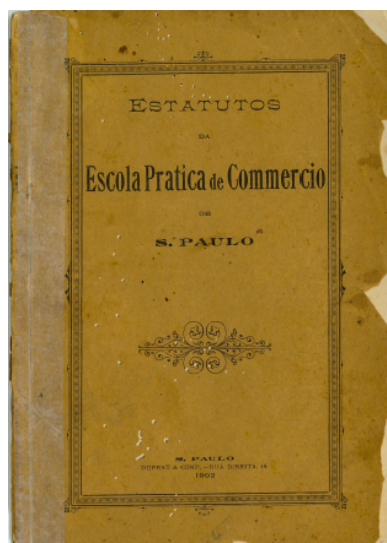
Legislação: Regras gerais do direito. Legislação comercial, industrial e marítima, com especialidade a aduaneira e de falências.

Economia política e finanças: Estatística. Sistemas monetários; operações de bolsa e de bancos.

Fazoli (1992, p. 23) testifica que a disciplina “Technologia”, do 2º ano, conforme projeto original, significa o “estudo geral de mercadorias”, sua proveniência, seu valor e o processo, através dos quais se pode avaliar sua falsificação ou alteração.

Veiga Filho (1901, p. 65), também defendia, um “rigoroso escrúpulo na escolha dos professores ou na organização do corpo docente de um instituto da ordem do que se trata – é de toda a conveniência”. Os professores que iniciaram os cursos, de forma “experimental”, selecionaram o conjunto de disciplinas a serem ministradas, ou seja, não havia qualquer orientação do Governo sobre a Escola Prática de Comércio de São Paulo, sendo assim, aqueles docentes fizeram história, nos primeiros anos, da instituição de ensino comercial (FAZOLI, 1992, p. 26 e 27).

A proposta de Veiga Filho foi aprovada pela comissão que elaborou os estatutos da sociedade de ensino (GODOY, 2000). Verifica-se, na Figura 13, a seguir, a capa do primeiro Estatuto da Escola Prática de São Paulo datado de 1902, que faz parte do acervo digital “Documentos Históricos” da Fecap. Por se tratar do primeiro Estatuto da instituição, os assuntos abordados serão apresentados de forma resumida, ao longo dos seus 84 artigos, distribuídos em 21 páginas.

Figura 13: Capa do Estatuto 1902

Fonte: Estatutos Fecap, 1902.

Conforme indicado, no Estatuto (1902), em seu Artigo 1º, a criação da instituição de ensino tinha por fim “ministrar o ensino técnico necessário a profissão comercial ou preparar empregados, negociantes, administradores, tradutores e agentes consulares, capazes de desenvolver o comércio interior e representar dignamente o Brasil no comércio internacional” (Estatutos Fecap, 1902, p. 3). Percebe-se que, apesar do termo “ministrar o ensino técnico necessário para profissão comercial” prenunciar profissões relacionadas diretamente ao comércio, Polato (2008, p. 60) afirma que “fontes indicam uma possibilidade muito mais ampla de atuação do profissional com formação comercial”. Ainda, nesse sentido, pode-se verificar, na Figura 14, como a Fecap divulgava na imprensa da época seus cursos comerciais. Percebe-se que, desde a sua fundação, a Fecap preparava profissionais para além da categoria “empregados” do comércio, o ensino comercial desenvolvia profissionais para outras carreiras como: consular, tradução e administrativa.

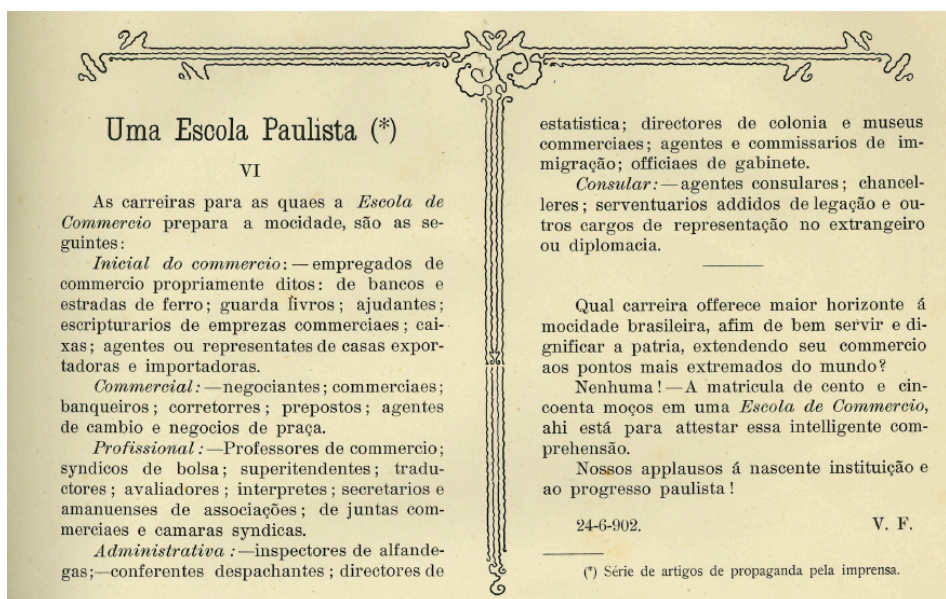
Destaca-se que, em seu Artigo 2º, a determinação da Escola deveria ter a estrutura física composta de:

- a) Um museu de mercadorias;
- b) Um laboratório de análises;
- c) Uma biblioteca.

Do artigo 3º ao 6º do Estatuto rezam sobre as responsabilidades do Diretor e Vice-diretor para o bom funcionamento da instituição de ensino. Do artigo 7º ao 21º estabelecem o

funcionamento da congregação composta pelo diretor, vice-diretor e professores. Do artigo 22º ao 27º são definidas as obrigações do corpo docente formado por professores catedráticos e substitutos. Os professores tinham a obrigação de dirigir trabalhos práticos relativos ao conteúdo de suas aulas.

Figura 14: Conteúdo da série de artigos divulgados pela imprensa



Fonte: Fecap (1907, p. 33)

Do Artigo 28º ao 39º do Estatuto, versavam sobre o período letivo e procedimentos de matrícula na instituição. Os cursos teriam início, em 01 de julho e término em 30 de abril, e o valor da anuidade de 50\$000, dividido em 2 parcelas, sendo a primeira, no ato da matrícula. Especificamente, o artigo 31º do Estatuto, discorria sobre as condições necessárias para a matrícula. O candidato deveria requerer ao diretor da instituição e declarar idade, filiação e naturalidade, em seguida, deveria juntar ao requerimento:

- a) Certidão de idade superior a 16 anos, ou, na ausência, justificação;
- b) Atestado de vacinação;
- c) Certidão de aprovação, em exames de admissão feitos, perante uma banca especial organizada pela Escola, ou outros estabelecimentos a juízo da congregação, ou ainda em qualquer escola complementar do país;
- d) Comprovar pagamento da primeira prestação da taxa de matrícula no valor de 25\$000; e
- e) Prova de identidade de pessoa.

Os demais artigos do Estatuto de 1902 até o Artigo 84, regem sobre as práticas pedagógicas da sala de aula, de forma geral, sobre autorizações para participação de alunos ouvintes, lições orais, provas escritas, exercícios práticos, exame final, presença dos professores, programas das disciplinas, premiação aos melhores alunos (assim como na Aula do Comercio), diplomas e funcionamento da secretaria.

Devido às matrículas terem superados as expectativas, além do curso noturno, também, foram abertas matrículas para um curso diurno (POLATO, 2008; FAZOLI, 1992). Como já mencionado, anteriormente, o curso iniciou, em 15 de julho de 1902, para um grupo de 216 alunos e um corpo docente de mais ou menos 30 pessoas (POLATO, 2008; FAZOLI, 1992).

Em 1903, a Fecap publicou seu primeiro Regulamento com algumas alterações em relação ao Estatuto de 1902. Em relação as profissões, para as quais formariam o ensino comercial, não há qualquer alteração. No entanto, verifica-se alterações, nas datas de início e término dos cursos. O início passou a ser dia 1º de agosto e encerramento dia 31 maio, em relação ao Estatuto de 1902, bem como, na grade curricular, conforme comparativo demonstrado, no Quadro 19, a seguir:

Quadro 19: Comparativo entre Estatuto de 1902 e Regulamento de 1903

Cad eiras	Estatutos 1902			Regulamento 1903		
	1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano	3º ano
1ª	Português e Francês	Inglês, Alemão ou Italiano	Merceologia ou Estudo das Mercadorias	Português	Português	Ciências Naturais: Elementos de História Natural; Noções de Física e Química
2ª	Inglês ou Alemão	Contabilidade de Comercial e Financeira	História do Comércio; Tratados Comerciais	Francês	Inglês e Francês	História do Comércio
3ª	Aritmética e Álgebra Aplicadas ao Comércio	Elementos de Física e Química	Noções de Economia Política e Finanças	Inglês	Contabilidade de Comercial, Industrial e Financeira; Noções de Comércio	Noções de Economia Política e Finanças

4 ^a	Elementos de Desenho Linear Geométrico; Noções de Geometria dos Volumes	Geografia Econômica e Comercial e Estatística	Elementos de Direito Público, Civil e Comercial Brasileiro	Aritmética e Álgebra (aplicada ao comércio); e Noções Práticas de Geometria dos Volumes	Geografia Econômica e Comercial e Estatística	Legislação Comercial, Industrial e Marítima
5 ^a		Estenografia		Contabilidade Fundamental até teoria; e Exposição Gráfica e Numérica das Contas Correntes com Juros		

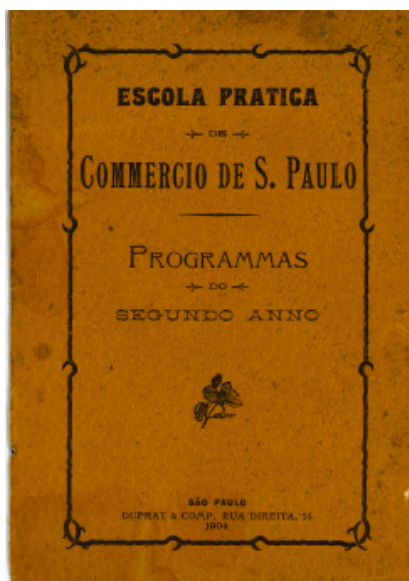
Fonte: Elaborado pela autora com base em Estatuto Fecap (1902) e Regulamento (1903).

Ao comparar o Estatuto (1902) com o Regulamento (1903), observa-se que houve alteração, na grade curricular, quanto à distribuição e à exclusão de disciplinas. Foram eliminadas as disciplinas do Regulamento (1903): Merceologia ou Estudo das Mercadorias (3º ano), Elementos do Direito Público e Civil (3º ano), Estenografia (2º ano), Elementos de Desenho Linear Geométrico e Noções de Geometria dos Volumes (1º ano), bem como o estudo das línguas estrangeiras Alemão e Italiano (ambas do 2º ano).

Também foi analisado o Programa do Curso (1904), conforme a Figura 15, a seguir. Nesse documento, foi possível identificar os conteúdos do que era ensinado nas disciplinas pelos professores do 2º ano do ensino comercial. Observa-se que as disciplinas correspondem as mesmas disciplinas listadas do Regulamento de 1903, conforme demonstrado, no Quadro 19, em fontes marcadas em vermelho para melhor identificação.

No Programa de 1904, também, é apresentada a lista de professores que lecionavam as disciplinas, naquele ano, conforme a Figura 16, a seguir, bem como são detalhados os conteúdos ministrados e o horário das aulas. Dessa forma, foi possível compreender o que era ensinado, nas disciplinas do 2º ano, do Curso Técnico da Fecap.

Figura 15: Capa do Programa de 1904 do 2º Ano



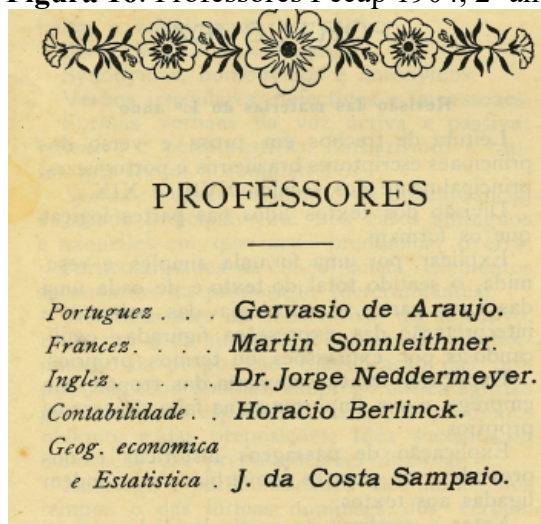
Fonte: Fecap, Programas, 1904.

Conforme apresentado, no **Programa (1904, 2º ano)**, em relação ao conteúdo de **Português**, disciplina da 1ª cadeira, de acordo com o Regimento Interno (1903), deveria ser realizada, no início do ano, revisão do ano anterior, ou seja, do primeiro ano do curso, é indicado que a revisão seja efetuada por meio da leitura de trechos de textos de prosa e verso dos principais escritores brasileiros dos séculos XVIII e XIX, deveriam explicar de forma resumida a importância dos empregos de metáforas, provérbios e particularidades gramaticais. As matérias novas do segundo ano a serem ministradas são: Fonologia; Morfologia; Sinônimos, Homônimos e Antônimos; Verbos Irregulares, Sintaxe (preposição, substantivo, adjetivo, advérbio); Aplicação dos Modos e Tempos Verbais. Os alunos deveriam fazer breves narrativas orais sobre fatos vivenciados ou descreverem de objetos reais e conhecidos. Também deveriam realizar ditado quinzenal.

Em línguas estrangeiras, **Francês e Inglês**, disciplina da 2ª cadeira, de acordo com o Regimento (1903), os conteúdos ensinados eram: 1) Francês, assim como em Português, também indica que o professor deve realizar recapitulação da matéria do 1º ano no início do 2º ano. Deve ser ensinado, no 2º ano, sintaxe em geral (análises comparativas da construção portuguesa com a francesa), no que se refere a substantivos, adjetivos, artigos, pronomes, verbos, advérbios, preposição, conjunção e interjeição. Estudo minucioso da origem, formação e desenvolvimento da língua francesa. Leitura, ditado e tradução do francês para o português e

conversação francesa sobre assuntos comerciais. 2) Inglês, também, deve ser recapitulado a matéria do 1º ano, no início do novo ano. A matéria do 2º ano refere-se ao estudo: Correspondência comercial, nomenclatura das principais mercadorias, sintaxe em geral, gramática, leitura de jornais, revistas, etc.

Figura 16: Professores Fecap 1904, 2º ano



Fonte: Programa (1904, 2º ano)

Em relação à disciplina **Contabilidade Comercial, Industrial e Financeira**; Noções de Comércio, disciplina da 3ª cadeira, de acordo com o Regulamento (1903), o conteúdo é dividido em duas partes. Na **1ª Parte**, deve ser ensinado aplicação dos princípios da partida dobrada as diferentes operações comerciais, movimentadas por uma sociedade em nome coletivo, dividido em 7 itens:

- 1) Desenvolvimento de monografia: a) encerramento da escrituração particular de um dos associados para a constituição do respectivo capital, na nova empresa; b) organização do capital da sociedade; c) abertura dos livros da sociedade; d) instituição das contas coletivas; e) desenvolvimento das operações; f) balanço e encerramento das contas;
- 2) Exposição das regras jurídicas que regem as sociedades em nome coletivo, em comandita simples, em comandita por ações, anônimas, de crédito agrícola, os sindicatos profissionais de agricultura e industrias rurais;
- 3) Conta em Participação: a) método da divisão imediata; b) método social ou de divisão final; c) método misto; d) contas a 1/3;
- 4) Contas de Consignações;

5) Princípios de Contabilidade Industrial: a) matérias primas; b) despesas de fabricação; c) produtos fabricados;

6) Determinação aproximada, sem inventário de mercadorias, do lucro e do estoque pela forma técnica descritiva e numérica; e

7) Princípios de Contabilidade Bancária: a) utilidade e classificação dos bancos; b) operações principais; c) estudos comparados das operações dos bancos nacionais com as dos principais bancos estrangeiros; d) monografia.

Na **2ª Parte**, deveria ser ensinado na disciplina **Noções de Comércio**:

1) Comércio: a) no ponto de vista das quantidades; b) no ponto de vista das relações; c) no ponto de vista do transporte; d) no ponto de vista de sua natureza;

2) Classificação dos comerciantes;

3) Compra e venda mercantil;

4) “Warrant” (títulos de garantia);

5) Obrigações;

6) Ações;

7) Seguro marítimo: a) considerações gerais; b) o que é seguro; c) origem; d) teoria e prática das avarias; e

8) Revisão e desenvolvimento do cálculo das faturas.

Na disciplina **Geografia Econômica e Comercial e Estatística**, disciplina da 4ª cadeira, de acordo com o Regimento (1903), foi dividida em duas partes, sendo a primeira Geografia e na segunda parte Estatística.

Em **Geografia** eram ministradas aulas expositivas dos seguintes conteúdos:

1) Considerações Gerais: a) especialização da geografia; b) o que é a geografia econômica; c) qual é o fim desse ramo científico; d) método de ensino;

2) Relações com a Geografia Física: a) configuração do globo; b) hidrografia; c) orografia (estudo das nuances do relevo); d) flora; e) fauna; f) climas; g) raças humanas;

3) Relações com a geografia matemática: a) cosmografia; b) esfericidade terrestre; c) tempo e espaço;

4) Relações com a geografia política: a) sociedades; b) formas de governo; c) estados; d) religiões; e) cidades, vilas e campos;

5) Vias de Comunicação: a) considerações gerais; b) caminhos vicinais e estradas de rodagem; c) rios; d) mares; e) canais internos; f) canais interoceânicos; g) correios; h) estradas de ferro; i) telégrafos; j) telefones;

6) Atualidades Geográficas: a) expansão germânica; b) imperialismo americano; c) o transiberiano e o transaariano; d) Japão; e) África e China; f) países insuficientemente explorados; g) emigração e imigração; e

7) Quadro da Produção Geral: a) divisão geográfica dos principais produtos; b) demonstrações com auxílio do globo geográfico e cartas parietal (cartografia); c) organização do quadro de produção em geral; d) organização do quadro das vias de comunicação; e) demonstração da importância geográfico-econômica dos diversos estados, especialmente do Brasil; f) projeções luminosas.

No final da disciplina, os alunos deveriam apresentar reprodução escrita da matéria apresentada de forma oral.

Em **Estatística**, eram ensinados:

1) Considerações Gerais: a) seu objeto; b) método; c) leis estatísticas; d) representações gráficas; e

2) Quadros Estáticos: a) produção em geral; b) da produção brasileira.

No final do Programa, é apresentado o horário do 2º ano, vide Figura 17, a seguir, percebe-se que as aulas funcionavam de segunda-feira a sábado.

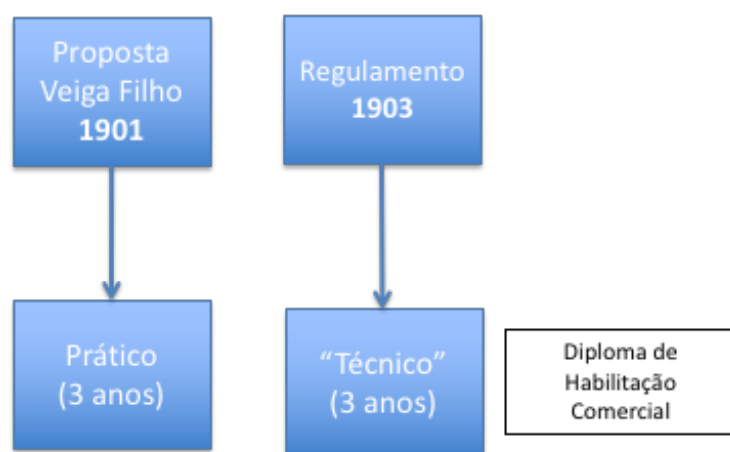
Polato (2008, p. 61) concluiu que, depois de analisadas fontes documentais, tais como: pastas dos alunos, requerimentos, boletins, recibos de pagamentos de matrícula, realizou-se de fato um único curso, “Curso Técnico” com duração de 3 anos, no qual os alunos concluintes recebiam “Diploma de Habilitação Comercial, o qual deveria ser registrado em livro especial”.

Figura 17: Horário Fecap 1904, 2º ano.

HORARIO					
SEGUNDO ANNO					
Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sabbado
Portuguez 6½ ás 7½	Francez 7 ás 8 h.	Portuguez 6½ ás 7½	Francez 7 ás 8 h.	Portuguez 6½ ás 7½	Francez 7 ás 8 h.
Inglez 7½ ás 8½	—	Inglez 7½ ás 8½	—	Inglez 7½ ás 8½	—
—	Contabi- lidade 8 ás 9 h.	—	Contabi- lidade 8 ás 9 h.	—	—
Geogra- phia 8½ ás 9½	—	Geogra- phia 8½ ás 9½	—	Estatistica 8½ ás 9½	—

Fonte: Programa (1904, 2º ano).

Ao comparar as estruturas dos cursos, Polato (2008) elucida que não há diferenças substanciais entre a proposta de Veiga Filho (1901) e o Regulamento (1903), bem como na prática pedagógica. São demonstradas, na Figura 18, a seguir, as estruturas do ensino comercial, nesse período, para fins de comparação.

Figura 18: Comparativo das Estruturas dos Cursos Fecap

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em Polato (2008).

Observa-se, nesse período, a oferta de um único curso técnico comercial, voltado para a prática comercial, particular, ou seja, pago, com duração de 3 anos, e os formandos recebiam diplomas de “Habilitação Comercial”.

Como se nota, na sua criação, a Fecap era uma solução disponível para atender aos anseios dos jovens “letrados provenientes de uma parcela da sociedade que ascendia econômica e politicamente”, que demandavam formação profissional por meio ensino comercial para atuarem em “altos cargos na administração pública e privada” (POLATO, 2008, p. 20). Para Fazoli (1992, p. 24), a Fecap não intencionava implantar um curso rápido ou intensivo, ao contrário, seu curso tinha duração de 3 anos, considerado “bastante razoável para a época, preenchendo aquilo que hoje poderíamos chamar de 2º grau, nível colegial”.

O período seguinte compreende **de 1905 a 1909**, sob o título de **Reconhecimento Oficial e Criação do Curso Preliminar**. Caracteriza esse período a demanda do reconhecimento pelo Governo dos programas dos cursos e diplomas expedidos pela Fecap. Nessa época, o país era governado por Afonso Pena (1906 e 1909), presidente ligado, principalmente, aos cafeicultores e industriais, sob seu Governo foi criada a “Caixa de Conversão”¹⁸, destinada a estabilizar a taxa de câmbio, como parte do plano de valorização do café (FAZOLI, 1992. p. 37), com todo amparo governamental. A produção de café, no final do século XIX, superava a produção mundial, ao mesmo tempo que os cafeicultores encontravam dificuldades para vender suas safras (MELO, 2012, p. 39).

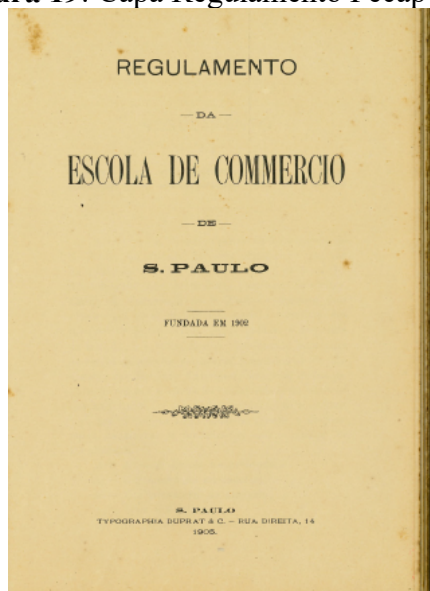
Nesse período, não existia “sistema escolar”, as aulas aconteciam em concordância com a organização de cada instituição de ensino (MELO, 2012, p. 37). Apesar da independência da instituição de ensino dos canais governamentais, as necessidades das escolas de comércio tangenciavam o reconhecimento dos seus programas e diplomas expedidos pelos órgãos oficiais do Governo. As expectativas da Fecap foram supridas com o Decreto Federal nº 1339, de 9 de janeiro de 1905, que reconheceu, em caráter oficial, os diplomas expedidos pela Escola Prática de Comércio de São Paulo, e regeu, de alguma forma, sobre a organização dos cursos.

No Regulamento de 1905, mesmo ano do Decreto-Lei, vide a Figura 19, a seguir, a Fecap anuncia logo em seu Artigo 1º que a Escola passa a ser reconhecida oficialmente pela Lei Federal, nº 1.339, de 9 de janeiro de 1905. Em virtude da sua nova organização, altera sua

¹⁸ “A Caixa de Conversão foi criada pelo decreto n. 1.575, de 6 de dezembro de 1906, sob a imediata superintendência do ministro da Fazenda, a fim de receber moedas de ouro de curso legal, bem como marcos, francos, liras, dólares, além da libra esterlina, “entregando em troca bilhetes ao portador, representativos de valor igual ao das moedas de ouro recebidas”, fixado este valor em 15 pence de libra esterlina por mil réis”. (BRASIL, 1906, p. 94). Disponível em <http://mapa.arquivonacional.gov.br/index.php/dicionario-primeira-republica/752-caixa-de-conversao>.

denominação de Escola Prática de Comércio de São Paulo para Escola de Comércio de São Paulo.

Figura 19: Capa Regulamento Fecap 1905



Fonte: Regulamento Fecap 1905.

Anuncia que instituiria dois cursos: Geral e Superior, com grade curricular demonstrada, no Quadro 20, a seguir. Cabe ressaltar que, nesse Regulamento, passa a detalhar as profissões para as quais habilitaria os formandos de ambos os cursos. O “Curso Geral” preparava para o exercício das funções de guarda-livros, perito judicial e empregos da fazenda; enquanto o “Curso Superior” qualificava os profissionais para exercerem cargos de agentes consulares, funcionários do Ministério das Relações Exteriores, atuários de companhias de seguros e chefes de contabilidade de estabelecimentos bancários, bem como em grandes empresas comerciais. Logo, podemos destacar que o ensino comercial se propunha a formar profissionais para exercerem cargos públicos e privados.

No Regulamento de 1905, as datas de início e término do ano letivo são alteradas para 15 de agosto e 31 de maio, também são esmiuçadas as Lições e Instrução Prática. Os professores deveriam realizar lição oral ou instrução prática. O restante dos artigos do Regulamento trata sobre Conselho Deliberativo, Administração, Congregação, Tesoureiro, Professores, Disciplina, Abertura de Encerramento do Cursos, Tempo de Trabalhos e Exercícios, Exames (forma de aprovação), Premiação aos Melhores Alunos, Diplomas e Secretaria. Tendo em vista o objetivo da presente tese, estes temas não serão detalhados nesta pesquisa.

Quadro 20: Grade Curricular Fecap 1905

Cadeiras	Curso Geral			Curso Superior	
	1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano
1ª	Português	Português	Noções de Direito Usual: Civil, Constitucional, Criminal e Comercial; Prática Jurídico-Comercial	Geografia Comercial e Estatística	Noções de Economia Política, Ciência das Finanças e Contabilidade do Estado
2ª	Francês	Francês	Noções de História Natural (Zoologia e Botânica)	História do Comércio e da Indústria	Noções de Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados; Correspondência Diplomática
3ª	Inglês	Inglês	Contabilidade Mercantil; Legislação da Fazenda e Aduaneira	Tecnologia Industrial e Mercantil; Contabilidade Mercantil Comparada; Banco Modelo	Matemática Superior Aplicada ao Comércio
4ª	Aritmética, Álgebra e Geometria	Física; Química Geral (aplicadas ao comércio e indústria)	Elementos de Direito Público, Civil e Comercial Brasileiro	Noções de Direito Comercial e Marítimo	Alemão
5ª	Geografia	História Geral (especialmente do Brasil)	Estenografia; Datilografia	Italiano	Espanhol
6ª		Contabilidade Mercantil	Desenho Linear e Industrial		

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento Fecap (1905).

Dois anos depois, a Fecap publica novas regras de funcionamento. No Regulamento de 1907, apesar de Fazoli (1992) afirmar que, em homenagem ao benemérito Álvares Penteado, a instituição de ensino sofreu alteração, na sua denominação, não foi possível verificar a mudança, na publicação do Regulamento de 1907. As mudanças verificáveis se referem, em especial, ao funcionamento dos cursos, nos períodos diurno e noturno, além disso, foram excluídas a condicionante de 20 alunos (uma herança do funcionamento da Aula do Commercio) para abertura do curso diurno, bem como as alterações na grade curricular. As

profissões para as quais habilitaria os formandos dos cursos “Geral” e “Superior” continuaram sendo elucidadas e a data de início e de término do ano letivo permaneceram as mesmas.

Ao comparar os Regulamentos de 1905 e 1907, percebe-se que houve alteração, na distribuição das disciplinas pelas 5 cadeiras, conforme Quadro 21, a seguir, para melhor identificação as modificações foram salientadas com fontes em vermelho. Observa-se que, no 1º ano do Curso Geral e no 2º ano do Curso Superior, a distribuição das disciplinas permaneceu sem qualquer alteração. Outro ponto importante verificado foi a exclusão de todas as disciplinas da 6ª cadeira de ambos os cursos, com isso, o curso foi reduzido para 5 (cinco) cadeiras.

Quadro 21: Grade Curricular Fecap 1907

Cadeiras	Curso Geral			Curso Superior	
	1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano
1ª	Português	Português	Noções de Direito Constitucional e Civil	Geografia Comercial e Estatística; História do Comércio e da Indústria	Noções de Economia Política; Ciência das Finanças; Contabilidade do Estado
2ª	Francês	Francês	Noções de Direito Comercial, Prática Jurídico-Comercial e Legislação de Fazenda e Aduaneira	Tecnologia Industrial e Mercantil; Contabilidade Mercantil Comparada; Banco Modelo	Noções de Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados e Correspondência Diplomática
3ª	Inglês	Inglês	Física; Química	Noções de Direito Comercial e Marítimo	Matemática Superior Aplicada ao Comércio
4ª	Aritmética, Álgebra e Geometria	História Geral, especialmente do Brasil	Contabilidade Mercantil: Revisão das Contas Corretes; Contabilidade Aplicada ao Comércio e a Indústria	Italiano	Alemão
5ª	Geografia	Contabilidade Mercantil	Estenografia		Espanhol

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento Fecap 1907.

Observa-se, ao comparar o Decreto-Lei nº 1.339/1905 com os Regulamentos de 1905 e 1907, que houve intenção por parte da Fecap em aumentar sua oferta de cursos. No entanto, Polato (2008) comprovou, a partir de evidências documentais, tais como, recibos de matrícula, boletins ou fichas de alunos, que a criação e o funcionamento do “Curso Superior”, somente ocorreu anos mais tarde. Ainda, nessa mesma linha, na Edição Comemorativa do Lançamento da Pedra Fundamental de 1907, não há qualquer menção a existência desse curso na prática da instituição de ensino (POLATO, 2008; FECAP, 1907).

Outro ponto que cabe destacar foi a promulgação da Lei Estadual do Estado de São Paulo, nº 969, de 01/12/1905, que consta, no final do Regulamento 1905, no qual estabelece em seu Artigo 2º, que os alunos diplomados pela Fecap poderiam ser nomeados para cargos públicos independentes de concurso ou quaisquer provas de habilitação intelectual para os cargos de escrituração ou de contabilidade de qualquer repartição pública do Estado. Percebe-se, no Governo de SP, o reconhecimento do mérito da instituição e dos alunos para os órgãos da administração pública do estado (POLATO, 2008), assim como acontecia na Aula do Commercio.

O ano de 1908 foi um ano marcante para Fecap, não somente pela inauguração da sede própria, “Palácio do Comércio, como também com a criação do “Curso Preliminar”. O “Preliminar” era um “curso de adaptação”, uma espécie de preparatório para o “Curso Geral” (FECAP, 1910, s/p). Apesar de não ter sido possível verificar a grade curricular desse curso, nos Regulamentos anteriores, segundo a Fecap (1910), os resultados obtidos com o “Curso Preliminar”, com dois anos de funcionamento, em 1910, confirmaram as previsões de seus criadores, conforme transcrição abaixo:

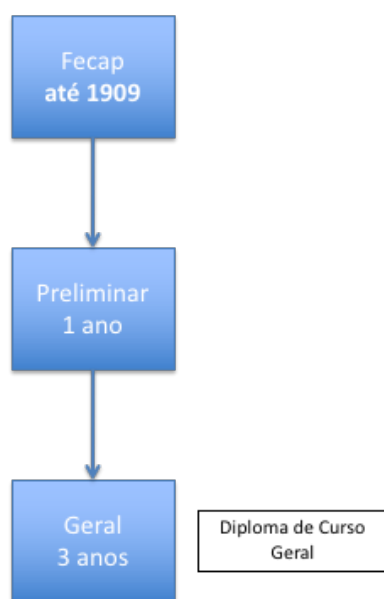
Reconhecendo, também, a diretoria da Escola, as vantagens que poderiam resultar da formação de um curso de adaptação, para o preparo dos que se destinam à matrícula no curso geral, estabeleceu um curso *preliminar*, que, pelos resultados obtidos nos dois anos do seu funcionamento, já confirmou as previsões dos fundadores (FECAP, 1910, p. 2).

Ainda segundo a Fecap (2002), em sua edição comemorativa de 100 anos de funcionamento, informa que, em 1909, o “Curso Especial Feminino” formou em guarda-livros e auxiliares do comércio, tendo como “pioneiras a usarem a saia verde e a blusa branca das *alvaristas*”: Elisa Alfred, Corina Lorena, Lucilia Furquim, Alexandrina Furquim, Esther Dias

Baptista e Anna Thereza Pinto de Andrade (FECAP, 2002, p. 50). Porém, segundo Polato (2008), a única a ter o diploma registrado, no Livro Registro de Diplomas, foi Elisa Alfred, formada no “Curso Geral”, juntamente, com estudantes do sexo masculino e não em curso especial dedicado exclusivamente às mulheres. Dessa forma, segundo o autor, não há indícios que comprovem a existência do “Curso Especial Feminino” nesse período.

Assim, com base nas evidências documentais (vide Fecap, 1910; Polato, 2008) a estrutura de cursos da Fecap, nesse período, tem a configuração apresentada, na Figura 20, a seguir. Dessa forma, em relação a estrutura anterior, verificava-se que houve o incremento do “Curso Preliminar”, que preparava os alunos para o “Curso Geral”, os formandos recebiam diploma de “Curso Geral” (POLATO, 2008).

Figura 20: Estrutura dos Cursos Fecap em 1908



Fonte: Desenvolvido pela autora com base Fecap (1910)

O período seguinte é caracterizado pelas transformações na estrutura dos cursos. A criação de novos cursos é de fato as primeiras modificações verificáveis, no funcionamento do ensino comercial, na Fecap. Segundo Polato (2008), a partir dessa nova estrutura, inaugura-se a possibilidade de continuidade da formação profissional.

O período de **1910 a 1920**, denominada em função do **Crescimento da Oferta de Cursos**. Esse período possibilitava aos egressos do ensino comercial darem continuidade à sua formação educacional e profissional. Nesse período da história brasileira, os “civilistas” de Rui

Barbosa perderam o poder federal para os “militarista” de Hermes da Fonseca, que ficou, no poder de 1910-1914, fazendo um governo mais conectado aos agricultores que aos industriais brasileiros, em um quadro econômico caótico (FAZOLI, 1992). Ainda segundo o autor, em 1911, foi criada a “Lei Orgânica do Ensino” que objetivava definir o currículo mínimo e padronizar o sistema educacional do país, o que Rui Barbosa chamou de “catástrofe administrativa” no ensino (FAZOLI, 1992, p. 38).

No governo de Wescelau Braz (entre 1914 e 1918), a industrialização ganhou novas configurações, com 1ª da Guerra Mundial e o impacto da baixa das exportações da economia agrária e a crescente procura por produtos manufaturados, que incentivou o processo de industrialização brasileira, dessa maneira, de algum modo, suprimindo a demanda de produtos importados anteriormente (FAZOLI, 1992). Ainda segundo o autor, em 1920, os 13.336 estabelecimentos industriais catalogados estavam “ávidos” por mão de obra mais qualificada (p. 39).

O censo de 1920 informa que o Brasil, com quase 31 milhões de habitantes, crescia em população e urbanização (FAZOLI, 1992). O cenário do ensino comercial ainda é marcado pela independência do Governo. Para Polato (2008, p. 43), o “discurso” em defesa da criação de uma escola dedicada com exclusividade ao ensino comercial foi deslocado para sua consolidação, como se verifica com a criação de “associações e revistas especializadas”. Polato (2008) toma como evidência da consolidação do ensino comercial, a criação, em 1912, em São Paulo, da *Revista Brasileira de Contabilidade*¹⁹. Compõem a diretoria do periódico de Contabilidade Finanças, Indústria e Comercio: Carlos de Carvalho, Horário Berlinck e José da Costa Sampaio, conforme a Figura 21, a seguir.

Há outras evidências que, também, demonstram as mudanças de foco dos agentes na consolidação do ensino comercial durante os anos seguintes. Por exemplo, a fundação, em 1915, do Instituto Brasileiro de Contadores Fiscais; no ano seguinte, 1916, as fundações do Instituto Brasileiro de Contabilidade no Rio de Janeiro e da Associação dos Contadores de São Paulo; em 1919, a fundação do Instituto Paulista de Contabilidade (IPC), no salão nobre da Fecap, “absorvendo” o Grêmio dos Guarda-Livros de São Paulo (POLATO, 2008, p. 44). No

¹⁹ Primeiro exemplar da Revista Brasileira de Contabilidade uma doação da família do Prof. Dauro Rodrigues Redaelli para a biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

entanto, cabe destacar que essas evidências estão muito mais relacionadas à consolidação da área de Contabilidade do que propriamente ao ensino comercial.

Figura 21: Primeiro Número da Revista Brasileira do Contabilidade



Fonte: Repositório Institucional da UFSC, disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/181256?show=full>>

Nesse período, verifica-se alterações substanciais na estrutura dos cursos da Fecap. Na nova estrutura, em comparação com a anterior, houve de fato a adição do “Curso Superior”. Destaca-se que somente, em 1910, verifica-se o cumprimento do Decreto nº 1.339, publicado, em 1905, com a inclusão do “Curso Superior” em sua grade curricular. Segundo Polato (2008), com a ampliação da oferta de cursos, os alunos passaram a ter a oportunidade de darem sequência a formação profissional de 3 anos para 6 anos. Dessa forma, entende-se que os alunos passaram a ter uma formação comercial mais ampla. Os alunos passaram a ser diplomados em “Curso Geral” e “Curso Superior” (POLATO, 2008)

Foi divulgado pela Fecap (1910, s/p), em edição comemorativa, vide a Figura 22, que, nesse ano, havia 450 (quatrocentos e cinquenta) alunos matriculados nos seguintes cursos²⁰:

1) **Preliminar** (preparatório para o “Curso Geral”): 1 ano de duração, 151 alunos matriculados;

2) **Geral**: 3 anos de duração, 285 alunos matriculados, formava contadores; e

²⁰ A Fecap também ofertava, nesse período, os cursos “Ginásio Álvares Penteadó” e o “Curso Especial de Datilografia” (Fecap, 1910).

3) **Superior**: 2 anos de duração, 14 alunos matriculados, formava agentes consulares, funcionários do Ministérios da Relações Exteriores, atuários na área de seguros e chefes contadores de bancos e comércio em geral.

Figura 22: Capa da Edição Comemorativa de 1910.



Fonte: Fecap (1910).

No mesmo documento de 1910, a Fecap (1910, p. s/p) informa que são “Matérias Constitutivas” da sua grade curricular e organizadas as disciplinas apresentadas, no Quadro 22, a seguir. O requisito para se matricular, no ensino comercial, para os candidatos do “Curso Preliminar” era serem maiores de 15 anos e, nos cursos “Geral” e “Superior”, serem maiores de 16 anos. São mantidas as datas de abertura e encerramento dos cursos. Não são informados os títulos conferidos e profissões, aos quais estavam preparados os formandos dos cursos.

Quadro 22: Grade Curricular Fecap 1910

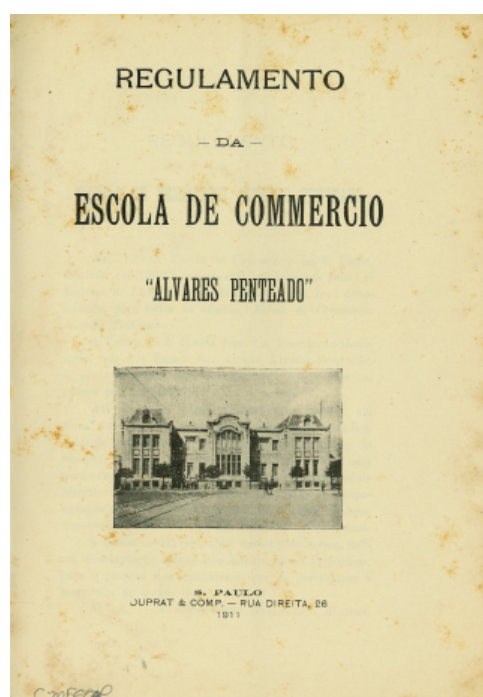
Cadeiras	Preliminar	Curso Geral			Curso Superior	
		1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano
1ª	Português	Português	Português	Noções de Direito Constitucional e Civil	Matemática Aplicada; Tecnologia Industrial	Noções de Economia Política; Ciência das Finanças; Contabilidade do Estado
2ª	Francês	Francês	Francês	Noções de Direito Comercial; Prática Jurídico-Comercial e	Contabilidade e Mercantil Comparada; Banco Modelo	Noções de Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados;

				Legislação de Fazenda e Aduaneira		Correspondência Diplomática
3ª	Aritmética	Inglês	Inglês	Física, Química e História Natural	Noções de Direito Comercial Marítimo	Geografia Comercial e Estatística; História do Comércio e da Indústria
4ª	Inglês	Aritmética, Álgebra e Geometria	História Geral e do Brasil	Contabilidade Mercantil	Italiano	Alemão
5ª		Geografia	Contabilid ade Mercantil	Estenografia		Espanhol

Fonte: Desenvolvido pela autora com base Fecap, 1910.

Já, no Regulamento (1911), conforme a Figura 23, a seguir, o primeiro aspecto importante a destacar é a alteração da denominação da instituição para Escola de Comércio Álvares Penteado, a mudança aconteceu, em 1907, em homenagem ao seu benemérito Álvares Penteado (FAZOLI, 1992, p. 33). Também é informado que em função da morte do “Exmo. Sr. Conde Álvares Penteado” assumiria a presidência da instituição “um dos seus sucessores ou pessoa por estes designada”, além disso, destaca que a instituição manterá uma exposição permanente de produtos indústrias (REGULAMENTO, 1911, p. 3 e 4).

Figura 23: Capa do Regulamento de 1911.



Fonte: Regulamento (1911).

Verifica-se a alteração, no requisito de idade, para as matrículas. Os candidatos ao curso “Preliminar” deveriam ter idade superior a 14 anos, aos demais cursos, ter idade superior a 15 anos, no Regulamento de 1907, os candidatos deveriam ter idade mínima de 16 anos. No Regulamento de 1911, verifica-se a primeira redução da idade mínima para matrícula, além da especificação do requisito de idade para matrícula por curso. Também são observadas alterações nos títulos conferidos aos alunos formandos do “Curso Geral” para Contador e de Consultor Comercial para “Curso Superior”.

São mantidas as datas de abertura e encerramento do ano letivo, com aulas noturnas e diurnas. Em relação à grade curricular, permanecem os cursos “Geral”, “Superior” e “Preliminar”. O “Curso Preliminar” que funcionava, desde 1908, (vide Fecap, 1910), no Regulamento (1911), é possível verificar as disciplinas que compunham sua grade curricular. Também se observa outras mudanças, em especial, o “Curso Geral” que, conforme Regulamento (1911), passa a ter duração de 4 anos. Outra mudança verificada foi em relação à disciplina Geografia Geral (especialmente a comercial), do 1º ano do Curso Geral, nos Regulamentos 1905, 1907 e 1910, era somente Geografia. A grade curricular, de acordo com Regulamento (1911), encontra-se demonstrada, no Quadro 23, a seguir.

Quadro 23: Grade Curricular 1911

Cadeiras	Curso Preliminar	Curso Geral				Curso Superior	
		1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	1º ano	2º ano
1ª	Português	Português	Português	Conversação Francesa e Correspondência	Noções de Direito Comercial; Prática-Jurídico Comercial; Economia Política Elementar (aplicada ao comércio e a indústria)	Matemática Financeira; Tecnologia Industrial	Noções de Economia Política; Ciência das Finanças
2ª	Francês (ensino intuitivo e direto)	Francês (ensino intuitivo e direto)	Francês (ensino prático da língua); Redação e Correspondência	Conversação Inglesa e Correspondência	Contabilidade Financeira	Contabilidade Mercantil Comparada; Banco Modelo	Noções de Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados; Correspondê

							ncia Diplomática
3 ^a	Inglês (ensino intuitivo e direto)	Inglês (ensino intuitivo e direto)	Inglês (ensino prático da língua); Redação e Correspondência	História Universal (especialmente, a do Comércio e da Indústria)	Noções de Física; Química; História Natural (aplicadas ao comércio e a indústria)	Noções de Direito Comercial Marítimo	Contabilidade do Estado; Escrituração Consular
4 ^a	Aritmética; Morfologia Geométrica	Matemática	Contabilidade Geral; Matemáticas Aplicadas	Contabilidade Geral e Especial	Estenografia	Alemão	Alemão
5 ^a		Geografia Geral (especialmente a comercial)	Corografia do Brasil; História do Brasil	Noções de Direito Civil, Constitucional; Legislação de Fazenda e Aduaneira	Desenho; Estatística	Italiano	Espanhol

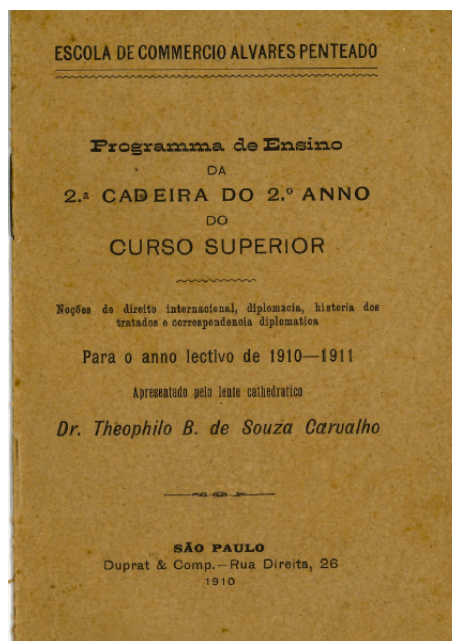
Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento Fecap de 1911.

A evidência do funcionamento do “Curso Superior”, na referida instituição de ensino, diz respeito ao programa de ensino do professor Dr. Theophilo B. de Souza Carvalho, referentes às disciplinas Noções de Direito Internacional, Diplomacia, História dos Tratados e Correspondência Diplomática, lecionada na 2^a cadeira do 2^o ano do Curso Superior (para melhor identificação as fontes estão em vermelho, no Quadro 23), para os anos letivos de 1910 e 1911, conforme demonstrado, na Figura 24, a seguir.

De acordo com o Programa de Ensino, as matérias lecionadas, nessa disciplina, eram divididas em duas partes: **Geral e Especial**. Na Parte Geral, eram ensinadas as disciplinas: Direito Internacional; Diplomacia; Tratados e Correspondência Diplomática, compreendendo os seguintes tópicos: 1) Noção, formação e fontes do Direito Internacional; 2) Pessoas do Direito Internacional; 3) Direitos Fundamentais; 4) Direitos Secundários; 5) Diplomacia, direito de legação; 6) Ministros, classificação e poderes; 7) Privilegio e imunidades; 8) Do cerimonial e das distinções honoríficas que competem aos ministros diplomáticos; e 9) Tratados, requisitos, formas, efeitos e interpretação.

Na Parte Especial, era apresentada a estrutura do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, contemplando os tópicos: 1) Secretaria e sua organização; 2) Funcionários e empregados; e 3) Categoria e atribuições dos funcionários e empregados.

Figura 24: Capa do Programa da 2ª Cadeira do 2º Ano do Ensino Curso Superior

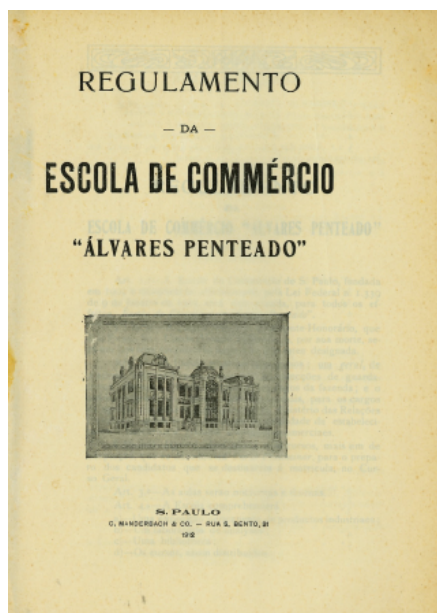


Fonte: Programa de Ensino, 1910-1911.

Compreende-se, ao analisar o Regulamento (1911) e o Programa de Ensino (1910-1911), que as matérias ministradas, na 2ª cadeira, do 2º ano do “Curso Superior” são correspondentes, mesmo não sendo possível acessar aos demais Programas de Ensino das demais disciplinas, considera-se o Programa de 1910-1911 (vide Figura 18) como uma evidência da prática pedagógica da Fecap.

No **Regulamento de 1912**, conforme a Figura 25, a seguir, não são observadas grandes diferenças em relação ao Regulamento anterior. São mantidos os cursos “Geral” (4 anos), “Superior” (2 anos) e “Preliminar” (1 ano). O requisito para a matrícula, nos cursos, é a idade mínima de 14 anos, no “Preliminar”, e, nos demais cursos, a idade superior a 15 anos; os títulos conferidos e datas de abertura e encerramento do ano letivo, também, foram mantidos.

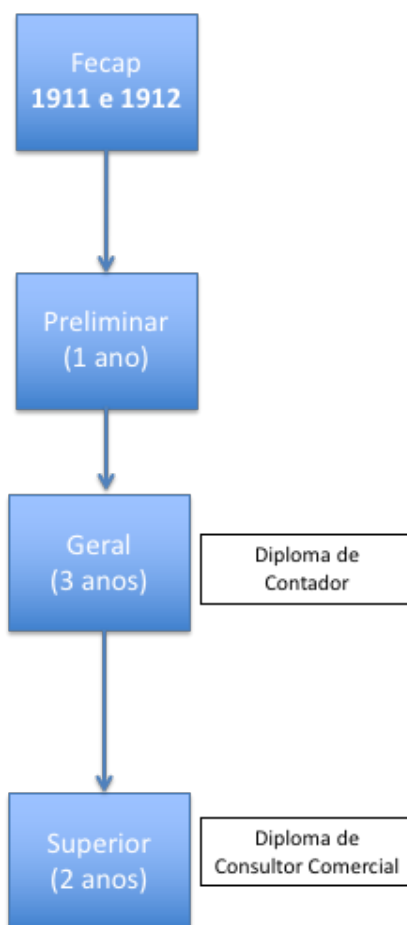
Figura 25: Capa do Regulamento de 1912



Fonte: Regulamento (1912)

Em relação à grade curricular de 1911 permanece praticamente a mesma, algumas alterações são verificadas na 5ª cadeira. No “Curso Geral”, 1º ano, Geografia Geral (especialmente a comercial) é substituída por Geografia Geral. No 2º ano, é incluída a disciplina Geografia Comercial. A disciplina Corografia do Brasil que era do primeiro ano foi transferida para segundo ano. No “Curso Superior”, 2º ano, a disciplina Espanhol foi substituída por Italiano.

Apesar de constar nos **Regulamentos 1911 e 1912** que o “Curso Geral” tinha duração de 4 anos, segundo Polato (2008), com base em documentos administrativos, o funcionamento do “Curso Geral” era de 3 (três) anos. Dessa forma, foi considerada na estrutura apresentada, na Figura 26, os Regulamentos 1911 e 1912, considerada a duração do “Curso Geral” com base em Polato (2008).

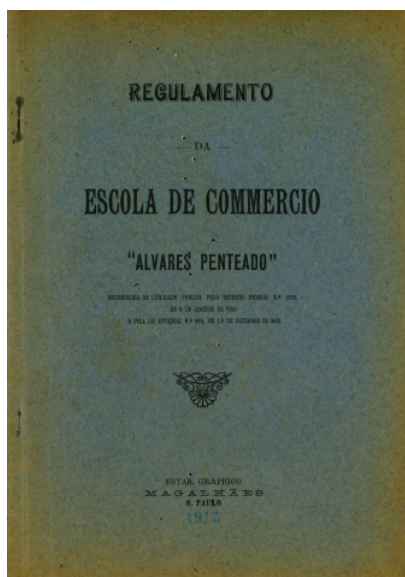
Figura 26: Estrutura dos Cursos em 1912

Fonte: Desenvolvido pela autora com base nos Regulamentos 1911 e 1912 e Polato (2008)

O **Regulamento de 1915** anunciou o novo presidente da Fecap, Sr. Conde Sylvio de Álvares Penteadó, filho do Conte Álvares Penteadó, que assumiu o cargo em função da morte de seu pai, em 1912.

Polato (2008, p. 66) afirma que, em 1914, o “Curso Preliminar” muda de denominação para “Curso Anexo”, porém mantém sua finalidade como um curso preparatório para o “Curso Geral”. No Regulamento (1915), conforme a Figura 27, a seguir, confirma-se que houve alteração da nomenclatura do curso “Preliminar” para “Anexo” ocorrida segundo Polato (2008, p. 66), um ano antes.

Figura 27: Capa do Regulamento de 1915.



Fonte: Regulamento (1915).

São mantidos os cursos “Geral” e “Superior”. No entanto, no “Curso Geral” sua duração foi reduzida, passou de 4 anos para 3 anos, também, é incluída a profissão de Contador, no rol das profissões, para as quais habilitava esse curso. Em especial, no Regulamento (1915), verifica-se a inclusão da Faculdade de Ciências Econômicas (3 anos), destinada ao ensino científico, jurídico-econômico e industrial.

As datas de abertura e encerramento do ano letivo são alteradas para início, em 16 de janeiro e término em 31 de outubro. É mantida idade mínima para matrícula no “Curso Anexo” de 14 anos e, nos demais cursos, a idade superior a 15 anos. Os títulos conferidos são de Contador para os alunos que concluíam o “Curso Geral”; Licenciado em Ciências Comerciais aos que terminavam o “Curso Superior”; e Bacharel em Ciências Jurídico-Econômicas aos que terminavam o curso da Faculdade.

Percebe-se, também, algumas mudanças na grade curricular. O primeiro ponto que vale destacar é a inclusão Faculdade de Ciências Econômicas com 14 disciplinas distribuídas por 3 anos. O segundo ponto, é inclusão da quantidade de aulas semanais ao lado de cada disciplina, marcadas em vermelho, no Quadro 24, a seguir. No “Curso Anexo”, além das disciplinas informadas, no Quadro 24, é obrigatório o ensino de “Educação Cívica e Moral”, o curso passou de 4 para 3 cadeiras. Como já mencionado, o “Curso Geral” passou a ter 3 anos de duração. Percebe-se alteração, na distribuição das disciplinas, ao longo dos anos, e inclusão da 7ª cadeira no 3º ano, com as disciplinas “Datilografia e Estenografia”, com 3 aulas por semana. Destaca-

se, ainda, que a disciplina Merceologia (produtos animais, vegetais e minerais) que constava, no Estatuto (1902), como Merceologia ou Estudo das Mercadorias, volta a constar na grade curricular do Curso Ciências Econômicas.

Percebe-se, ao analisar o Quadro 24, a seguir, que as disciplinas estudadas estão mais em linha com a profissões, para as quais os cursos habilitavam, ou seja, o ensino ganha especificidades.

Quadro 24: Grade Curricular 1915

Curso/ Cadeiras	Anexo	Geral			Superior	
		1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano
1ª	Aritmética Prática; Morfologia; Geométrica (3 aulas por semana)	Matemática (Aritmética e Álgebra) (3 aulas por semana)	Matemática (Aritmética, Álgebra e Geometria Elementar) (3 aulas por semana)	Contabilidade Industrial, Financeira e Tecnologia Mercantil (3 aulas por semana)	Matemática Superior (3 aulas por semana)	Contabilidade do Estado; Escrituração Consular (3 aulas por semana)
2ª	Português (3 aulas por semana)	Elementos de Contabilidade (2 aulas por semana)	Contabilidade Geral (3 aulas por semana)	Noções de Física; Química; História Natural (3 aulas por semana)	Contabilidade Comparada; Banco Modelo (3 aulas por semana)	Italiano ou Alemão (3 aulas por semana)
3ª	Inglês, ensino intuitivo e direto (3 aulas por semana)	Português (3 aulas por semana)	Português (3 aulas por semana)	História do Brasil (2 aulas por semana)	Italiano ou Alemão (2 aulas por semana)	Noções de Economia Política; Ciência das Finanças (3 aulas por semana)
4ª		Francês, ensino intuitivo e direto (3 aulas por semana)	Francês; Redação; Correspondência e Conversação (3 aulas por semana)	Espanhol, Composição e Correspondência (2 aulas por semana)	Noções de Direito Comercial Marítimo (2 aulas por semana)	Noções de Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados; Correspondência Diplomática (3 aulas por semana)
5ª		Inglês, ensino intuitivo e direto (3 aulas por semana)	Espanhol, Composição e exercícios (3 aulas por semana)	Noções de Direito Civil e Comercial; Prática Jurídico	História Geral, especialmente do Comércio e	

		aulas por semana)		Comercial Legislação de Fazenda Aduaneira (2 aulas por semana)	da Indústria (2 aulas por semana)	
6 ^a		Corografia do Brasil e Geografia Geral (3 aulas por semana)		Desenho de Figuras Geométricas Planas; Desenho de Perspectiva e Desenho de Projeções (2 aulas por semana)		
7 ^a				Datilografia e Estenografia (3 aulas por semana)		

Quadro 24 (continuação): Grade Curricular 1915

Curso/ Cadeiras	Faculdade de Ciências Econômicas		
	1º ano	2º ano	3º ano
1 ^a	Matemática Financeira (3 aulas por semana)	História Universal do Comércio; História das Doutrinas Econômicas (3 aulas por semana)	Tecnologia Mercantil; Instituições Econômicas (3 aulas por semana)
2 ^a	Geografia Econômica e Estatística (3 aulas por semana)	História Comercial Brasileira e Fontes da Riqueza Nacional (3 aulas por semana)	Ciência Financeira; Organização Bancária (3 aulas por semana)
3 ^a	Contabilidade Geral e Administrativa (3 aulas por semana)	Direito Comercial Terrestre (3 aulas por semana)	Direito Internacional Comercial (público e privado); Legislação Consular (3 aulas por semana)

4 ^a	Princípios de Direito Constitucional e Direito Administrativo (3 aulas por semana)	Economia Política (Questões Especiais) (3 aulas por semana)	Direito Marítimo; Regimento Aduaneiro Comparado (3 aulas por semana)
5 ^a		Merceologia (produtos animais, vegetais e minerais) (3 aulas por semana)	Teoria e Prática do Processo Comercial Civil (2 aulas por semana)
6 ^a			
7 ^a			

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Regulamento

O **Regulamento de 1918**, vide a Figura 28, a seguir, também, traz mudanças consideráveis, na grade curricular dos cursos comerciais, da Fecap.

Figura 28: Capa do Regulamento de 1918



Fonte: Regulamento (1918)

De acordo com o **Regulamento (1918)**, nos Artigos 2º e 3º são determinados os cursos, os quais a Fecap manteria, os períodos de funcionamento (diurno e noturno), as datas de abertura e encerramento são mantidas. Também são detalhadas para quais profissões os cursos habilitavam:

- a) **Curso Anexo:** Com duração de 2 anos, destinado ao preparo dos alunos que se destinarem a matrícula no Curso Geral;
- b) **Curso Geral:** Com duração de 3 anos, pré-requisito do Curso Anexo, habilitando para o exercício das funções de guarda-livros, contador, perito judicial e empregos da fazenda;
- c) **Curso Complementar:** Com duração de 1 ano, pré-requisito dos cursos "Anexo" e "Geral", habilitando mais em contabilidade especial de bancos, seguros, etc.;
- d) **Curso Superior:** Com duração de 2 anos, pré-requisito dos cursos Anexo e Geral, habilitando mais para cargos de agentes consulares, funcionários do Ministério das Relações Exteriores, atuários de companhias de seguros e chefes de contabilidade de estabelecimentos bancários, bem como em grandes empresas comerciais;

- e) **Faculdade de Ciências Econômicas:** Com duração de 3 anos, pré-requisito dos cursos Anexo e Geral, destinada ao ensino científico, jurídico econômico e industrial;
- f) **Curso Especial Feminino:** Com duração de quatro ano (um ano de curso anexo e três anos de curso geral), destinado ao preparo das pessoas do sexo feminino para o exercício das funções de guarda-livros, contador, perito judicial, etc.

Ainda sobre o Regulamento (1918), percebe-se a inclusão dos cursos “Complementar”, com duração de um ano, dedicado aos alunos que desejassem se aprofundar nos estudos sobre: “contabilidade especial de bancos, seguros, etc.”. No curso “Complementar” eram ministradas as disciplinas: Geografia Econômica, Economia Comercial, Seguros, Bancos e Estatística Aplicada. O curso “Especial Feminino”, dedicado com exclusividade para mulheres, era composto das seguintes disciplinas: Aritmética, Estenografia e Datilografia, Francês e Geografia. Verifica-se, também, que não existe alteração no início e no término do ano letivo. Os cursos eram destinados para alunos maiores de 14 anos para os “Curso Anexo A” e “Especial Feminino”, bem como maiores de 15 anos para o “Curso Anexo B” e “Curso Geral”, “Curso Superior” e “Faculdade de Ciências Econômicas”, mediante curso de admissão. Não consta, no regulamento, idade mínima para ingresso, no “Curso Complementar”, mas como esse curso tinha como pré-requisito ter cursado o “Anexo” e o “Geral”, entende-se que os alunos já tinham idade superior a 15 anos.

Para fins de organização, será demonstrada, no Quadro 25, a seguir, a grade curricular, de acordo com o apresentado, no Regulamento de 1918.

Quadro 25: Grade Curricular 1918

Cadeiras	Anexo A	Anexo B	Anexo (Especial Feminino)	Complementar
1 ^a	Aritmética prática e Morfologia Geométrica	Português	Aritmética	Geografia Econômica
2 ^a	Português	Francês	Estenografia; Datilografia	Economia Comercial
3 ^a	Francês (ensino intuitivo e direto)	Inglês	Francês	Seguros
4 ^a	Inglês (ensino intuitivo e direto)	Aritmética	Geografia	Bancos
5 ^a		Contabilidade		Estatística Aplicada
6 ^a				
7 ^a				

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento (1918)

Quadro 25 (continuação): Grade Curricular 1918

Cadeiras	Geral			Geral (Especial Feminino)		
	1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano	3º ano
1 ^a	Matemática (Aritmética e Álgebra)	Matemática (Aritmética, Álgebra e Geometria Elementar)	Contabilidade Industrial e Financeira; Tecnologia Mercantil	Matemática	Matemática	Matemática
2 ^a	Elementos de Contabilidade	Contabilidade Geral	Noções de Física, Química e História Natural	Português	Contabilidade	Contabilidade
3 ^a	Português	Português; ensino prático	História do Brasil	Estenografia; Datilografia	Português	Português

4 ^a	Francês (ensino intuitivo e direto)	Francês, redação, correspondência e conversação	Matemática Financeira	Francês	Francês	Inglês
5 ^a	Inglês (ensino intuitivo e direto)	Inglês; redação, correspondência e conversação	Noções de Direito Civil e Comercial, prática jurídico comercial, legislação da fazenda e aduaneira.	Inglês	Inglês	Desenho; Caligrafia
6 ^a	Corografia do Brasil; Geografia do Geral	Espanhol (composição e exercícios)	Datilografia; Estenografia	Geografia	Estenografia; Datilografia	História
7 ^a			Cursos de Seminários: Temas e redações	Música	Música	Educação Doméstica; Música

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento (1918)

Quadro 25 (continuação): Grade Curricular 1918

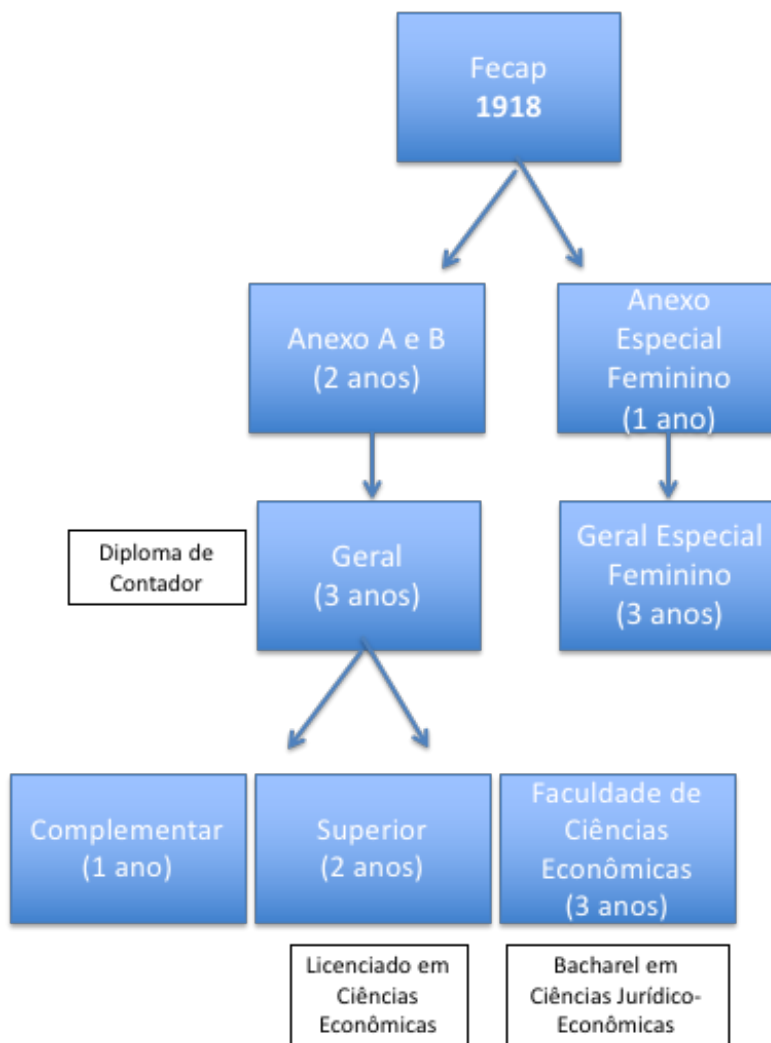
Cadeiras	Superior		Faculdade de Ciências Econômicas		
	1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	3º ano
1 ^a	Matemática Superior	Contabilidade do Estado e Escrituração Consular	Matemática Financeira	História Universal do Comércio; História das Doutrinas Econômicas	Tecnologia Mercantil; Instituições Econômicas
2 ^a	Contabilidade Mercantil Comparada e Banco Modelo	Italiano	Geografia Econômica e Estatística	História Comercial Brasileira e Fontes da Riqueza Nacional	Ciência Financeira; Organização Bancária
3 ^a	Italiano	Noções de Economia Política e Ciência das Finanças	Contabilidade Geral e Administrativa	Direito Comercial Terrestre	Direito Internacional Comercial (público e privado);

					Legislação Consular
4 ^a	Noções de Direito Comercial e Marítimo	Noções de Direito Internacional, Diplomacia, História dos Contratos e Correspondência Diplomática	Princípios de Direito Constitucional e Direito Administrativo	Economia Política (Questões Especiais)	Direito Marítimo; Regimento Aduaneiro Comparado
5 ^a	História Geral (especialmente do Comércio e da Indústria)			Merceologia (produtos animais, vegetais e minerais)	Teoria e Prática do Processo Comercial Civil
6 ^a					
7 ^a					

Fonte: Desenvolvido pela Autora com base no Regulamento (1918)

Ante ao exposto, considera-se, tendo como base o Regulamento (1918), que nessa data a Fecap estruturava seus cursos comerciais, conforme estrutura representada, na Figura 29, a seguir.

Figura 29: Estrutura dos Cursos Fecap em 1918



Fonte: Desenvolvida pela autora com base no Regulamento (1918)

Os títulos conferidos permanecem os mesmos em relação ao Regulamento (1915), sendo: 1) Contador para os alunos que concluíam o “Curso Geral”; 2) Licenciado em Ciências Comerciais aos que terminavam o “Curso Superior” e Bacharel, em Ciências Jurídico-Econômicas, aos que terminavam o curso da Faculdade. O Regulamento (1918) não faz qualquer menção se as alunas dos “Cursos Especiais

Femininos” recebiam, nos diplomas, títulos diferenciados. No entanto, percebe-se, ao analisar a grade curricular dos cursos “Anexo (Especial Feminino)”, que a duração é somente de 1 ano, enquanto que o para o sexo masculino tinha duração de 2 anos (“Anexo A” e “Anexo B”). O “Geral (Especial Feminino)” tem a mesma duração, no entanto, as disciplinas ensinadas diferem do “Geral”, em especial, as Contabilidades, Noções de Física, Química, História Natural, História do Brasil, Noções de Direito Civil e Comercial, Prática Jurídico Comercial, Legislação da Fazenda e Aduaneira. Também é ensinado exclusivamente, no “Geral (Especial Feminino)”, as disciplinas Educação Doméstica e Música.

O período de 1910 a 1920, é caracterizado pelo crescimento da oferta de cursos e da possibilidade de continuidade na formação profissional. Nessa nova estrutura de cursos, de acordo com o Regulamento de 1918, os homens oriundos do “Curso Geral” (3 anos, licenciado em Contador), poderiam cursar o “Curso Superior” (2 anos, licenciados em Ciências Econômicas) ou, seguirem para o Faculdade de Ciências Econômicas (3 anos, Bacharel em Ciências Jurídico-Econômicas). Ainda, poderiam cursar o “Curso Complementar” (1 anos), ou seja, havia uma continuidade na formação do ensino comercial.

O período **de 1921 a 1931** é caracterizado pela **Consolidação do Ensino Comercial**. Do ponto de vista político, esse período é marcado por manifestações contra à velha política que prevalecia no país. Em oposição ao domínio dos grandes Estados, no poder, ocorriam diversos levantes e rebeliões, desde o final do governo de Epitácio Pessoa (de 1919 até 1922). Foi nesse clima que assumiu a presidência do Brasil, Artur Bernardes (de 1922 a 1926), para o período que ganhava destaque a repressão e centralização de poderes, enquanto por outro lado, ocorriam lutas a favor da modernização e contra o analfabetismo com adeptos “em todo corpo acadêmico de São Paulo”, até mesmo, na Fecap (FAZOLI, 1992, p. 40-41). A classe média formada por comerciantes, funcionários públicos, militares e profissionais liberais, ignorada pelos grandes cafeicultores, encabeçava as manifestações de resistência ao Governo, tais como, Movimento do Forte de Copacabana (1922), Semana de Arte Moderna (1922), fundação do Partido Comunista, a Revolta Tenentista (1924) e a Coluna Prestes (1924 a 1927) (MELO, 2012, p. 39-40).

Destaca-se, nesse período, do ponto de vista econômico, tentativas de valorização do café, por exemplo, a criação o Instituto do Café, em São Paulo, em 1924, com intuito de limitar a quantidade de café exportada, explorar novos mercados e apoiar os cafeicultores com empréstimo, bem como financiamentos (MELO, 2012, p. 39).

Se aproximava o fim da “República Café-com-Leite”. No governo de Washington Luís (1926 a 1930), ocorreu a Queda da Bolsa de Nova Iorque, em 1929, deixando baixíssimo o preço do café brasileiro, no mercado externo, e sem auxílio do Governo federal, no mercado interno. Isso favoreceu a incipiente industrialização do país, ao mesmo tempo, proporcionou a “maciça” entrada do capital internacional no mercado nacional (FAZOLI, 1992; MELO, 2012). Foi, nesse período, a criação do Ministério de Educação e Saúde, em 1930, “que priorizou o surgimento da universidade brasileira, unificando as faculdades isoladas” (MELO, 2012, p. 50).

Nesse contexto econômico, social e político que foi alterada a denominação de “Associação Civil Escola Prática de Comércio Álvares Penteado” para “Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado”, surgindo a sigla FECAP (FAZOLI, 1992, p. 41). Após a criação da Fecap e funcionamento ininterrupto, mudanças são percebidas, no cenário do ensino comercial, com o surgimento de novos agentes, no mercado educacional, em especial, na cidade de São Paulo. As discussões dos envolvidos, no ensino comercial, emergem em torno da fiscalização das instituições de ensino, em função da multiplicação de escolas de ensino comercial e da regulamentação profissão de contador. Em seu artigo para *Revista de Commercio & Indústria*, José da Costa Sampaio (1920, apud Polato, 2008) explica que é “extraordinário e animador (...) escolas e institutos comerciais surgirem quase ano por ano (...)”. Apesar do autor considerar benéfico o aumento das escolas de ensino comercial, ele chama atenção para a qualidade do ensino e para ausência de fiscalização: “(...) surgem escolas e mais escolas, e os professores pululam, desassombradamente, porque não há concursos que os assustem, nem fiscalização (...)”.

Sampaio (1920, apud Polato, 2008) ainda alerta sobre a necessidade da observância para que o “(...) ensino comercial não degenere em comércio de ensino”. A promessa de estabelecimentos que não desempenham seu papel em formar “guarda-livros, contadores e até bacharéis”, em somente três meses, e com diploma reconhecido pelos órgãos oficiais, também, é o objeto de discussão para Revista Paulista de

Contabilidade. Sebastião Silva Andrade (1923, p. 181, apud Polato, 2008), afirma que em São Paulo existem:

(...) um número elevado de escolas que se propõem a formar guarda-livros, contadores e até bacharéis em comércio, mas, quase todas não preenchem os seus fins, pois além de faltar a organização necessária a esses estabelecimentos, distribuem diplomas com relativa facilidade, dependendo isso, exclusivamente, das posses financeiras de cada estudante.

Escolas há que conservam aberto, durante todo o ano, o seu livro de matrículas, conforme anúncios que fazem nos jornais e outras há que se propõem mesmo a formar guarda-livros, em três meses, garantindo, sob sua responsabilidade, o valor oficial dos seus diplomas (ANDRADE, 1923, p. 181, apud Polato, 2008).

Antecipando-se às regulamentações do Governo que ocorreram por meio do Decreto-Lei nº 17.329, em 1926, e também, adaptando-se as mudanças do mercado de ensino, principalmente em função da elevada oferta de cursos por escolas sem fiscalização do Governo, a Fecap publicou, em 1921, novo Regulamento, vide Figura 30, a seguir, no qual verifica-se continuidade da sua organização em relação a estrutura dos cursos, em 1918.

Figura 30: Capa do Regulamento de 1921



Fonte: Regulamento Fecap (1921)

Segundo Regulamento (1921), não houve alteração, nos requisitos, para matrícula nos cursos. Para serem aceitos, no programa, os candidatos deveriam ser maiores de 14 anos, comprovar ter efetuado ou prestar exame de admissão (“vestibular da época”). Para o “Curso Geral” deveriam ter idade mínima de 15 anos. Caso o aluno quisesse entrar direto, no “Curso Geral”, sem cursar o “Curso Anexo”, deveria fazer exame de admissão. As datas de início e de encerramento dos cursos foram alteradas. A abertura passa a ser dia 1º de fevereiro e o encerramento dia 14 de novembro.

Em relação a grade curricular, a Fecap manteve a organização dos cursos com diferenças em relação a estrutura anterior. O “Curso Geral” foi acrescido de um ano, passou de 3 para 4 anos. Enquanto o “Curso Especial Feminino” permaneceu com 3 anos. As matérias ensinadas, no “Curso Especial Feminino”, continuaram sendo diferenciadas em relação ao “Curso Especial” (masculino), em especial, as disciplinas de Contabilidades, Direito, Física e Química. Na nova grade curricular feminina, foi excluída a disciplina de “Educação Doméstica” (disciplina do 3º ano, 7ª cadeira, Regulamento 1918). A duração do curso “Anexo Especial Feminino” passou a ser igual ao “Anexo”, para pessoas do sexo masculino, ambos os cursos com 1 ano de duração. Vale ressaltar a exclusão do “Curso Complementar”, com 1 ano de duração e a continuidade da “Faculdade de Ciências Econômicas”, com 3 anos de duração e diplomados emitidos, em Bacharel em Ciências Jurídico-Econômicas, conforme demonstrado, no Quadro 26, abaixo.

Os títulos conferidos permanecem os mesmos em relação ao Regulamento (1918). O Regulamento (1921) não faz qualquer menção, se as alunas dos “Cursos Especiais Femininos” recebiam nos diplomas títulos diferenciados.

Quadro 26: Grade Curricular 1921

Curso/ Cadeiras	Geral				Geral (Especial Feminino)		
	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	1º ano	2º ano	3º ano
1ª	Matemática (Aritmética e Álgebra)	Matemática (Aritmética, Álgebra e Geometria Elementar)	Contabilidade de Industrial e Agrícola	Economia Política	Matemática	Matemática	Matemática

2 ^a	Elementos de Contabilidade	Contabilidade Geral	Noções de Física, Química e História Natural (aplicações)	Finanças	Português	Contabilidade	Contabilidade
3 ^a	Português	Português; ensino prático	História do Brasil	Técnica Comercial	Estenografia	Português	Português
4 ^a	Francês, ensino intuitivo e direto	Francês, redação, correspondência e conversação	Matemática Financeira	Matemática	Francês	Francês	Inglês
5 ^a	Inglês, ensino intuitivo e direto	Inglês; redação, correspondência e conversação	Noções de Direito Civil e Comercial, prática jurídica comercial, legislação da fazenda e aduaneira.	Estatística	Inglês	Inglês	Desenho e Caligrafia
6 ^a	Corografia do Brasil (descrição de regiões ou localidades) e Geografia do Brasil	Italiano	Estenografia	História Econômica da Europa e América	Geografia	Estenografia; Datilografia e Música	História e Educação Cívica
7 ^a	Estenografia		Temas e redações		Contabilidade e Música		Estenografia; Datilografia e Música

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento (1921)

Quadro 26 (continuação): Grade Curricular 1921

Curso/ Cadeiras	Anexo e Anexo Especial Feminino	Superior		Faculdade de Ciências Econômicas		
		1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	3º ano
1ª	Aritmética prática e Morfologia Geométrica	Matemática Superior	Contabilidade do Estado e Escrituração Consular	Matemática Financeira	História Universal do Comércio; História das Doutrinas Econômicas	Tecnologia Mercantil; Instituições Econômicas
2ª	Português	Contabilidade e Mercantil Comparada e Banco Modelo	Italiano	Geografia Econômica e Estatística	História Comercial Brasileira e Fontes da Riqueza Nacional	Ciência Financeira; Organização Bancária
3ª	Francês, ensino intuitivo e direto	Italiano	Noções de Economia Política e Ciência das Finanças	Contabilidade Geral e Administrativa	Direito Comercial Terrestre	Direito Internacional Comercial (público e privado); Legislação Consular
4ª	Inglês, ensino intuitivo e direto	Noções de Direito Comercial e Marítimo	Noções de Direito Internacional, Diplomacia, História dos Contratos e Correspondência Diplomática	Princípios de Direito Constitucional e Direito Administrativo	Economia Política (Questões Especiais)	Direito Marítimo; Regimento Aduaneiro Comparado
5ª		História Geral e especialmente do Comércio e da Indústria	Merceologia (Produtos animais, vegetais e minerais)		Merceologia (produtos animais, vegetais e minerais)	Teoria e Prática do Processo Comercial Civil
6ª						
7ª						

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regulamento (1921)

O Regulamento (1921) foi o último regulamento que se teve acesso, no acervo virtual, da Fecap, em função disso, não se pôde confirmar, se foi o último regulamento publicado pela instituição de ensino ou se não estava disponível para consulta. Os demais documentos administrativos analisados, a partir dessa data, são os “Extrato do Regimento Interno”, daqui para frente somente Regimento, dos anos 1935, 1940, 1941 e 1949, coincidência ou não, foi nesse período que os cursos comerciais passaram a ser regulados pelo Governo, por meio do Decreto-Lei nº 20.158 de 1931, que transformou a estrutura dos cursos comerciais.

Os Decretos-Lei emitidos pelo Governo serão tratados em seção dedicada, exclusivamente, à sua apreciação. Nesta seção, estão sendo esmiuçados os Regulamentos e Regimentos da Fecap.

Ainda em relação ao Regulamento (1921), cabe ressaltar que, nos anos seguintes ao regulamento, os debates e articulações em torno do ensino comercial, principalmente, em decorrência da quantidade crescente de escolas de comércio espalhadas por São Paulo, estavam pautados na “fiscalização dos cursos, na uniformização dos programas e na deficiência técnica dos professores” (POLATO, 2008, p. 48 e 69).

Em 1923 o Governo determinou a fiscalização das instituições de ensino comercial. A partir do Decreto-Lei 4.724-A de 1923, percebe-se a intenção do Governo em fiscalizar as instituições de ensino comercial. Porém, não se pode atestar, se o decreto foi efetivo na prática das instituições de ensino comercial naquele período. Polato (2008) afirma que não há evidências que demonstrem, se o referido decreto teve efeitos sobre a Fecap.

Polato (2008) destaca a chamada pública do Ministro da Agricultura, Indústria e Comércio, Dr. Miguel Calmon du Pin e Almeida, aos interessados em contribuir com sugestões para criação de lei de ensino comercial. Segundo o autor, a Escola Álvares Penteado, designou uma comissão para propor um projeto de regulamentação da profissão, como também, do ensino comercial, tendo como representante da instituição Horário Berlinck.

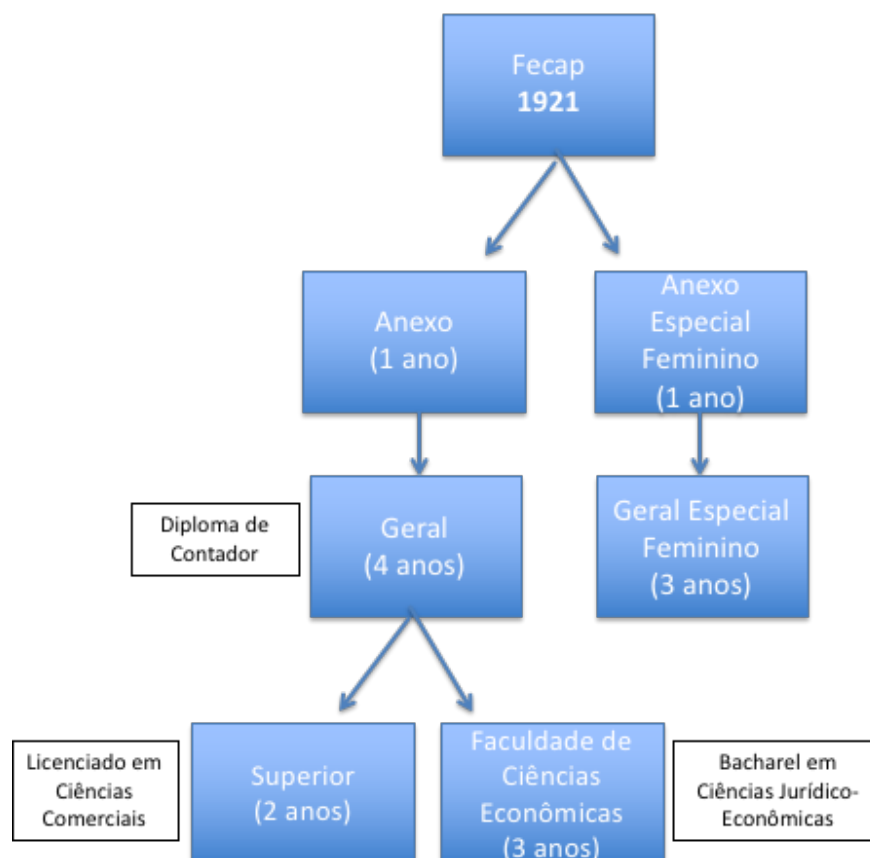
No Decreto-Lei nº 17.329 de 1926, o Governo aprova o “Regulamento para os Estabelecimentos de Ensino Técnico Comercial Oficialmente Reconhecidos pelo Governo Federal”, segundo Polato (2008, p. 54) o decreto federal “reflete o trabalho de Horário Berlinck, como representante da Fecap”, dada à similaridade da organização do ensino e dos cursos em

relação ao praticado pela Fecap. Para Fazoli (1992, p. 27), foi da Fecap que “emanaram as orientações aos demais cursos” comerciais que funcionavam naquela época.

A regulamentação do ensino, no Decreto-Lei de 1926, marca a interferência sistemática do Governo, no ensino comercial, em especial, em relação a três aspectos: uniformização dos programas, atuação dos professores e fiscalização das instituições de ensino. Em relação à Uniformização dos Programas, o decreto deliberou sobre o estabelecimento do “Curso Geral” (duração de 4 anos, diploma de contador), “Curso Superior” (duração de 3 anos, diploma de Graduado em Ciências Econômicas e Comerciais) e Cursos de Especialização (destinados a profissões, como: atuária, consular, perícia contábil, etc.); Distribuição da grade curricular por ano; Estabelecimento de Exame de Admissão e Duração do período letivo. Em menção aos Professores, determinou que os cargos dos professores deveriam ser providos mediante concurso ou estágio de, no mínimo, dois anos; Obrigatoriedade da realização de exames finais de cada disciplina; Organização de bancas examinadoras para realização de provas orais. Em relação à Fiscalização das instituições de ensino pelo Governo, estabeleceu fiscais nomeados pelo Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio, para realizarem a fiscalização da organização e funcionamento dos estabelecimentos de ensino, devendo o fiscal apresentar relatório circunstanciado das ocorrências verificadas. Além disso, o diretor das instituições de ensino era obrigado a emitir relatório minucioso do funcionamento da instituição pela qual era responsável.

Segundo Polato (2008), na Fecap, não se verificou na prática o acréscimo de um ano, no “Curso Superior”, ou fiscalização pelos órgãos competentes. O autor avança que deve ser levado em conta a ausência de ambos, a curta duração do decreto e o “momento político conturbado” que o Brasil estava vivendo: a Revolução de 1930 (p. 54).

Dessa forma, com base no Regulamento (1921), a Fecap manteve a estrutura de cursos, demonstrada, na Figura 31, a seguir, até a publicação do Decreto-Lei Nº 20.158, de 1931, no qual é concretizada a reforma do ensino comercial, além do registro obrigatório dos guardalivros e contadores.

Figura 31: Estrutura dos Cursos Fecap em 1921

Fonte: Desenvolvido pela autora com base Regulamento (1921)

Na “Era Vargas”, iniciada em 1930, as instituições de ensino entraram em um novo ciclo na organização de seus cursos. Até esse momento não somente a Fecap, mas todas as instituições que ministravam o ensino comercial, no país, possuíam flexibilidade na elaboração da estrutura de seus cursos. Em relação ao novo ciclo que o país vivia, Fazoli (1992, p. 42) afirma que “o país seguia um governo cada vez mais centralizado (...), acabara a fase de autonomia e federalismo que marcara a República”. O Ministério da Educação e Saúde Pública surgiu, nesse período, centralizando as decisões e regulamentações. Por meio do Decreto-lei 20.158, de 30 de junho de 1931, o Governo concretiza a reforma do ensino comercial, além do registro obrigatório dos guarda-livros e contadores. Ainda, segundo Fazoli (1992, p. 50), para a Fecap, o decreto de 1931 apresentava vantagens e desvantagens:

(...) se por um lado, perdia alguma autonomia para a marcha centralizadora, por outro, tinha a possibilidade de retomar, agora em caráter definitivo, o “Curso Superior de Administração e Finanças da Faculdade de Ciências Econômicas,

que após aquela fase pioneira, entre 1909 e 1914, reiniciava, a partir de 1932, de forma regular (FAZOLI, 1992, p. 50).

Destaca-se que o texto do Decreto-Lei Nº 20.158 de 1931 desdobra-se “praticamente na íntegra” do projeto apresentado ao Ministro da Educação, Dr. Francisco Campos, formulado pelo grupo formado por: Álvares Penteado, pelo professor Horário Berlinck, com a colaboração dos professores Dr. Rodolfo Baptista São Thiago, diretor da Escola Politécnica e Frederico Herrmann Junior, assessorado pelo Dr. Paulo Leite de Freitas, Secretário Geral da Escola, e seu auxiliar, Horário Berlinck Cardoso (GODOY, 2000; FAZOLI, 1992).

Isso posto, o Decreto-Lei de 1931 é um divisor de águas, na história do ensino comercial, no país. Os quatro decretos anteriores: 1) Nº 1.339, de 09 de janeiro de 1905; 2) Nº 1.423, de 27 de novembro de 1905; 3) Nº 4724-A, de 23 de agosto de 1923; e 4) Nº 17.329, de 28 de maio de 1926, não demoveram das instituições de ensino sua natureza autônoma, em organizar aulas e cursos, a partir, desse Decreto-Lei o Governo Federal centralizou a organização do ensino comercial no país.

Período de 1932 a 1949, caracterizado pela Centralização do Ensino Comercial. Esse período o contexto social do país é caracterizado pela centralização das decisões, inclusive, no ensino, diferente do federalismo oligárquico praticado na “República Velha” (FAZOLI, 1992, p. 49). A modificação do modelo político e econômico de importação para o desenvolvimento da indústria nacional, bem como a diversificação agrária promoveu mudanças significativas, também, na educação com o “despertar da importância do ensino para o crescimento do país” (MELO, 2012, p. 50).

O ministro da “Educação e Saúde” que esteve à frente do Ministério de 1934 a 1945, Gustavo Capanema, criou vários decretos-lei com intuito de organizar a educação. São destaques dessa época: o Instituto Nacional do Livro, o Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos, o Instituto Nacional do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, a incorporação da Universidade do Distrito Federal à Universidade do Brasil, a criação da Faculdade Nacional de Filosofia, da Faculdade Nacional de Arquitetura e da Faculdade de Ciências Econômicas, todos no Rio de Janeiro (FAZOLI, 1992; MELO, 2010).

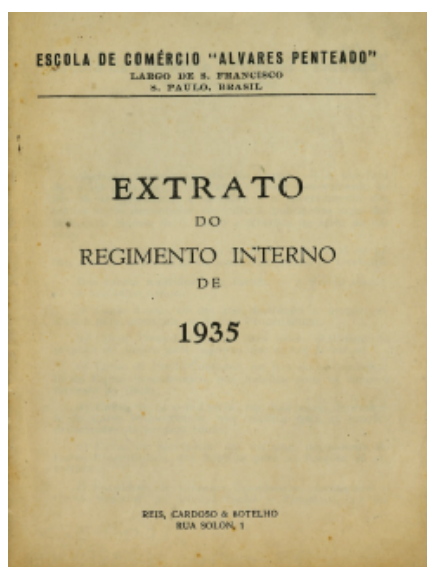
Foi também durante a “Era Vargas”, a permanente intervenção do Governo na reforma do ensino. Regido por orientações ditatoriais, o Ministério da Educação e Saúde Pública fez constantes intervenções, no aparelho educacional, estimulou o ensino técnico e

profissionalizante, como percebe-se na “Lei Orgânica do Ensino Comercial” de 1943 (FAZOLI, 1992, p. 55). Ainda pertinente à Reforma Capanema, em relação ao incentivo do ensino técnico e profissionalizante, destaca-se que a criação do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) por meio do Decreto-Lei Nº 4.048 de 1942 (MELO, 2010).

Esse período foi marcado pela diferenciação do ensino secundário, para “classe dirigente” e do ensino profissionalizante para classe trabalhadora, justificada pela necessidade de preparação de mão de obra qualificada para as indústrias e substanciada pela reforma Francisco Campos, em 1932 (MELO, 2012, p. 50). Em consonância com a “Era Vargas”, a Fecap inicia um novo ciclo na sua trajetória. Observa-se mudanças na estrutura dos seus cursos, a instituição que lutava para manter sua autonomia reiniciava os primeiros cursos superiores de Economia, em São Paulo (FAZOLI, 1992).

A partir desse ponto, a análise das fontes documentais será por meio de Regimentos e Programas dos cursos da Fecap. Ao analisar o Regimento (1935), conforme a Figura 32, abaixo, observa-se que o Regimento tem estrutura similar a dos Regulamentos, apesar de focarem de forma mais direta nas regras de funcionamentos da instituição.

Figura 32: Capa do Regimento de 1935



Fonte: Regimento (1935)

O formato de apresentação das informações é diferente, em relação aos Regulamentos, no entanto, também é um documento administrativo que trata do regimento escolar da instituição. Logo, nas primeiras páginas, são apresentadas as datas de abertura e encerramento dos cursos. A data de abertura das aulas passa a ser dia 1º de março e do encerramento dia 30

de novembro. Para matrícula, nos cursos, os candidatos devem apresentar atestado de idade, no “Curso Anexo” de 11 anos de idade e no “Curso Propedêutico” de 12 anos. Nesse documento, é informado que as aulas terão duração de 40 minutos. Assim como nos Regulamentos também expõe sobre exames de admissão, processo de matrícula, frequência nas aulas, uniforme escolar, premiação aos alunos e cobrança de taxas e emolumentos. A Figura 33, a seguir, é um exemplo dos valores cobrados, na época, nos cursos “Propedêutico” e “Técnicos”.

Figura 33: Taxas e Emolumentos da Fecap

Discriminação	Anexo	Curso propedêutico			Cursos técnicos		
		1.º ano	2.º ano	3.º ano	1.º ano	2.º ano	3.º ano
Matrícula	50\$	60\$	60\$	60\$	60\$	60\$	60\$
Fiscalização	40\$	60\$	60\$	60\$	60\$	60\$	60\$
Despesas mensais	30\$	45\$	45\$	45\$	55\$	55\$	55\$
Inscrição de exame final	40\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$	50\$
Promoção	5\$	5\$	5\$	5\$	5\$	5\$	5\$

(Inscrição para exame de admissão ao Curso Anexo ou ao 1.º ano do Curso Propedêutico — taxa — rs. 40\$000).

Fonte: Regimento (1935, p. 10).

Os cursos mantidos pela Fecap, nos períodos diurno e noturno, eram:

- 1) **“Curso Anexo”:** de 1 ano, destinado ao preparo de alunos para a matrícula no “Curso Propedêutico”. As disciplinas que faziam parte do currículo eram: Português, Aritmética, Francês e Geografia;
- 2) **“Curso Propedêutico”:** de 3 anos, destinado ao preparo de alunos para ingresso nos cursos técnicos. As disciplinas que faziam parte do currículo eram: **1º ano:** Português, Francês Matemática (aritmética) e Geografia; **2º ano:** Português, Francês, Inglês, Matemática (aritmética e álgebra); **3º ano:** Português, Francês, Inglês, Matemática (aritmética e álgebra);
- 3) **“Curso de Perito-Contador”:** de 3 anos, dependente do “Curso Propedêutico”, habilitava para as funções de perito-contador;
- 4) **“Curso de Guarda-Livros”:** de 2 anos, dependente do “Curso Propedêutico”, habilitava para as funções de guarda-livros;
- 5) **“Curso de Secretariado”:** de 1 ano, dependente do “Curso Propedêutico”, habilitava para as funções de secretariado. As disciplinas que faziam parte do currículo eram:

Contabilidade (noções preliminares); Correspondência Portuguesa, Francesa e Inglesa, Noções de Direito Constitucional; Civil; Comercial e Legislação Fiscal e Organização de Escritórios;

6) **“Faculdade de Ciências Econômicas”**: abrangendo o “Curso Superior de Administração e Finanças”, em 3 anos, dependente do “Curso de Perito-Contador”, além da preferência para os cargos públicos, os aprovados gozavam de regalias especiais em concursos para o provimento nos cargos de professores dos estabelecimentos de ensino comercial;

7) **Cursos Livres**: Estatística, atuária, organização contábil e outros; e

8) **Cursos de Especialização**.

No Quadro 27, a seguir, são apresentadas as disciplinas e suas distribuições.

Quadro 27: Grade Curricular Fecap em 1935

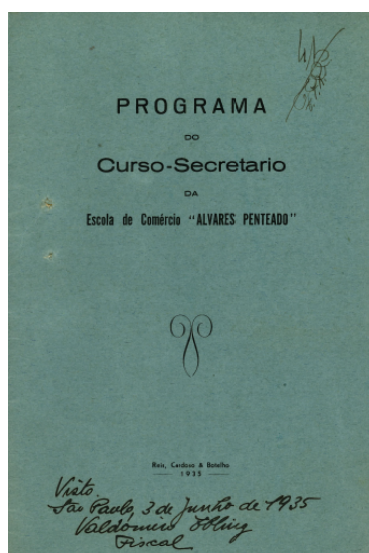
Guarda Livros		Perito-Contador			Faculdade de Ciências Econômicas (Curso Superior de Administração e Finanças)		
1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	3º ano	1º ano	2º ano	3º ano
Contabilidade (Noções preliminares)	Contabilidade e Mercantil	Contabilidade (Noções preliminares)	Contabilidade de Mercantil	Contabilidade Industrial e Agrícola	Contabilidade de Transportes	Contabilidade de Pública	Direito Administrativo
Matemática Comercial	Matemática Comercial	Matemática Comercial	Matemática Financeira	Contabilidade Bancária	Matemática Financeira	Finanças e Economia Bancária	Política Comercial; Regime Aduaneiro Comparado
Noções de Direito Comercial	Legislação Fiscal	Noções de Direito Constitucional; Civil e Legislação Fiscal	Noções de Direito Comercial	História do Comércio, Indústria e Agricultura	Geografia Econômica	Direito Internacional Comercial	Direito Industrial e Operário
Estenografia	Técnica Comercial; Processos de Propaganda	Estenografia	Merceologia	Prática do Processo Civil e Comercial	Direito Constitucional e Civil	Ciência da Administração	Direito Internacional; Diplomacia; História dos Tratados; Correspondência Consular e Diplomática
Mecanografia	Estenografia	Mecanografia	Técnica Comercial; Processos de	Seminário Econômico	Economia Política	Legislação Consular	Sociologia

			Propaganda				
	Mecanografia		Economia Política	Estatística		Psicologia lógica e ética	

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Regimento (1935)

Analisamos o programa do “Curso de Secretariado”, conforme Figura 34, a seguir, no qual consta a grafia “Curso-Secretário”, para entender qual o conteúdo era ensinado nas disciplinas que faziam parte do curso. Fazoli (1992) informa que o “Curso de Secretariado” era exclusivo para mulheres e funcionava somente no período diurno.

Figura 34: Capa do Programa do Curso Secretariado de 1935



Fonte: Programa do Curso-Secretário (1935)

De forma resumida serão apresentados os conteúdos das disciplinas Correspondência Comercial Inglesa, Portuguesa e Francesa. Era ensinado sobre estilo e formato de correspondência comercial (circulares, cartas e memorandos), tradução e composição de cartas comerciais, sobre os diversos assuntos aplicados ao comércio de importação e exportação, operações com bancos, tais como: pedido de emprego e informações, propostas comerciais, embarques, créditos, saques, reclamações, falências, mercados, propagandas, seguros, representações, contrato social, cobrança de dívidas, remessas de cheques, etc. Também o estudo de expressões e frases com que se iniciam e finalizam cartas comerciais.

Em Organização de Escritório o conteúdo era dividido em três partes. Na primeira parte da disciplina era apresentado noções básicas sobre Contabilidade: noções gerais do comércio (classificação e divisão), operações do comércio e documentos e títulos de crédito. Na segunda

parte, era composta de noções de Administração (patrimônio), funções da administração (atos e fatos administrativos), Contabilidade (escrituração), classificação e natureza de contas, livros, registro dos fatos administrativos, métodos de escrituração, erros de escrituração, encerramento do exercício, inventários, balanço, demonstrativo da conta lucros e perdas, amortização e depreciação e reservas. Na terceira parte, eram abordados temas relativos à organização moderna de escritórios, tais como: ambiente, higiene do trabalho, luz, móveis e utensílios adequando, máquinas, arquivos e processos e sistemas de organização.

O conteúdo de Estenografia é iniciado com a origem e desenvolvimento histórico da Estenografia, são estudados sons primários, direção dos sinais, estudo dos alfabetos estenográficos (alfabeto com e sem vogal), afixos em geral. Vocalização dos fonogramas, estenogramas (criação, estenogramas parlamentares e comerciais), arte estenográfica no Brasil.

Em Mecanografia há um indicativo, no Regimento, que o curso funcionava, no período diurno. Era apresentado o histórico sucinto das máquinas de escrever, seu funcionamento e exercícios práticos.

Na disciplina Direito Constitucional Civil e Comercial os alunos aprendiam sobre noções gerais do Direito e sua evolução, divisão do Direito, Direito subjetivo e objetivo, breve histórico, bem como o objeto do Direito Constitucional e Civil. Em relação ao Direito Comercial, eram discutidos quem podia “comerciar”, no Brasil, produtos permitidos e proibidos de serem comercializados, atuação da Junta Comercial, Marcas da indústria, do comércio (objeto, registro, arquivamento e transferência de marca, violação dos direitos das marcas) e prática jurídica comercial.

Em Legislação Fiscal eram apresentados conceito, importância e utilidade do Direito Fiscal e, também, sobre tipos de impostos, legislação aduaneira, imposto de consumo, etc.

Nos cursos “Perito-Contador” e “Guarda Livros” é importante destacar a disciplina “Técnica Comercial e Processos de Propaganda”, disciplina do 2º ano, fonte em vermelho, no Quadro 27. Essa disciplina destaca-se pela sua nomenclatura: “Técnicas Comerciais” e “Processos de Propaganda”, seguido pelo interesse em entender o que era ensinado na disciplina. Mas infelizmente não foi possível analisar o Programa, nem o material didático utilizado pelos professores. A disciplina de “Merceologia” ministrada, no 2º ano do “Curso Perito-Contador”, fonte em vermelho, no Quadro 27, foi possível analisar o livro utilizado pelos

professores da disciplina. As considerações a respeito do conteúdo serão efetuadas em seção apropriada.

Nas disciplinas Correspondência Comercial Inglesa, Portuguesa e Francesa, também, são mencionados conteúdos referentes aos “mercados e propaganda”, entende-se que, nesse caso, por tratar de uma disciplina sobre “correspondências”, os temas deveriam fazer parte dos assuntos explanados.

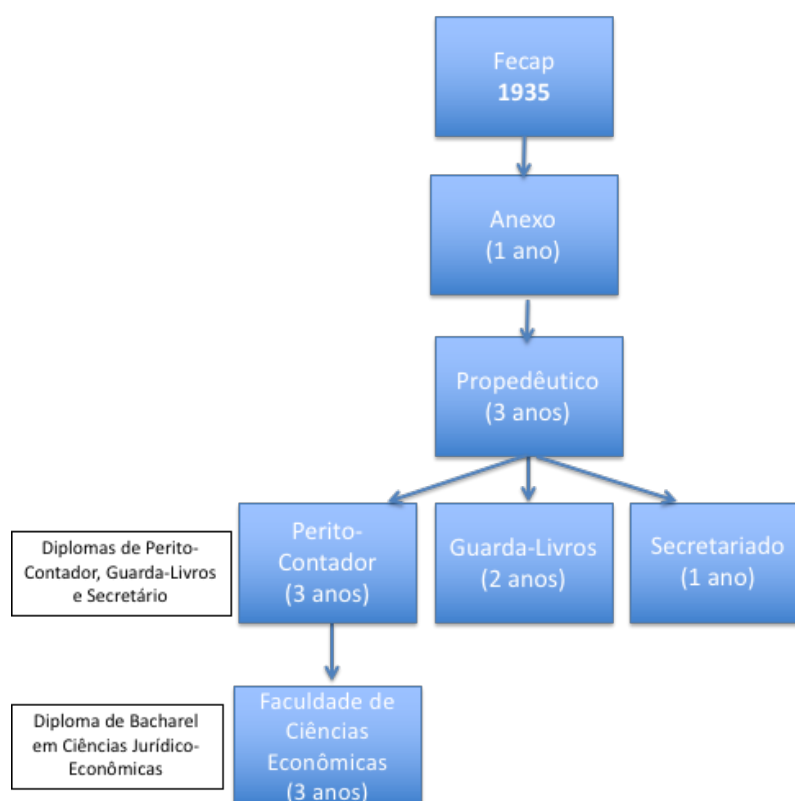
Dessa forma, percebe-se que, mesmo os cursos técnicos que formavam para funções mais especializadas como perito-contador e guarda-livros, assuntos relativos a técnicas comerciais e processo de propaganda, mercados, eram abordados de alguma forma nos cursos.

No Regimento (1935), três aspectos, no funcionamento dos cursos, chamam a atenção, em relação ao Regulamento (1921): mudança nas datas de abertura e encerramento das aulas; redução da idade mínima para matrícula, no “Curso Anexo”, de 14 anos para 11 anos de idade e, no “Curso Propedêutico”, de 15 anos para 12 anos; também a especificação de 40 minutos como tempo de duração das aulas.

No Regimento, não são especificados o tempo de duração, a quem se destinava a grade curricular, etc. dos cursos “Especialização” e “Livres”, determina que a Fecap poderá manter os referidos cursos, desde que tenha número de candidatos suficiente, também, não informa a quantidade mínima de alunos para abertura das turmas.

Dessa forma, com base no Regulamento (1935), a Fecap mantinha a estrutura de cursos, demonstrada na Figura 35, a seguir, após publicação do Decreto-Lei Nº 20.158, de 1931, período caracterizado pela intervenção do Governo Federal, na organização dos cursos.

Em relação a essa estrutura de 1935, evidenciamos as novas diretrizes governamentais com a valorização de cursos técnicos, por meio da oferta dos cursos “Perito-Contador”, “Guarda-Livros” e “Secretariado”. Destaca-se a manutenção da “Faculdade de Ciências Econômicas”. Somente ocorre o fluxo de continuidade, nos estudos para os diplomados em Perito-Contador. Dessa forma, estes diplomados podiam dar continuidade aos estudos na “Faculdade de Ciências Econômicas”.

Figura 35: Estrutura dos Cursos Fecap em 1935

Fonte: Desenvolvido pela autora com base Regimento (1935)

No Regimento de 1940, não se observa modificações substanciais. As datas de abertura e encerramento, bem como as idades mínimas para matrícula nos cursos são mantidas. Permanecem em funcionamento os cursos “Anexo”; “Propedêutico”; “Perito- Contador”; “Guarda-Livros”; “Faculdade de Ciências Econômicas”; “Livres” e “Especialização”. Somente é excluído o “Curso de Secretariado”. Em relação à grade curricular é conservada a mesma distribuição das disciplinas.

Já, no Regimento de 1941, a mais importante modificação verificada é a comunicação que a Escola de Comércio Álvares Penteado passou a ser uma fundação que “tem por fim ministrar o ensino técnico, destinado à formação de profissionais habilitados para o exercício de qualquer ramo da atividade econômica aplicada ao comércio, indústria, agricultura e ao conjunto financeiro e social” (REGIMENTO, 1941). Também informa que a instituição se encontra em conformidade com o Decreto-Lei 20.158 de 1931. Percebe-se, nestes dois pontos apresentados, que a finalidade da Fecap, com o trecho “ensino técnico” já se encontra em conformidade com as orientações governamentais da época. Outro aspecto é em relação às

atividades, nas quais preparava os formandos. Verifica-se a ampliação para o exercício no trecho “... de qualquer ramo da atividade econômica”, ou seja, como elucidado, anteriormente, o ensino comercial vai para além de preparar jovens para as funções do comércio.

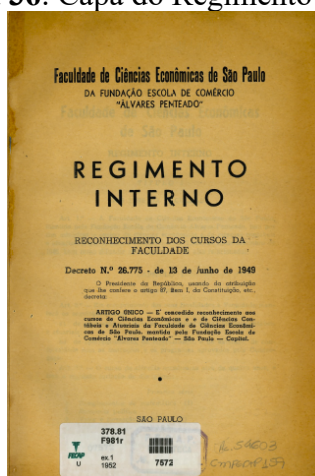
Ainda neste regimento, verifica-se alteração, nos cursos ofertados, em relação ao regimento anterior. A Fecap modificou a nomenclatura do “Curso Perito-Contador” para somente “Contador”, manteve os “Cursos de Especialização” e “Cursos Livres”, fez a inclusão dos cursos destinados exclusivamente a mulheres, conforme cursos listados abaixo:

- 1) “**Anexo Feminino**”: de 1 ano, destinado ao preparo de alunas para a matrícula no “Curso Propedêutico”; e
- 2) “**Especial Feminino**” (somente diurno): que compreendia o “Curso de Guarda-Livros” de 2 anos, dependente do “Curso Propedêutico”, ou Secundário, habilitava para as funções de guarda-livros.

É importante destacar que os cursos técnicos noturnos eram exclusivos para homens. Para ingresso nos cursos era obrigatório a aprovação em exame vestibular. Em relação à grade curricular, manteve-se similar a anterior, somente verifica-se que foram incluídas as disciplinas Caligrafia, no 3º ano do “Curso Propedêutico”, e História Econômica da América e Fontes da Riqueza Nacional, no 3º ano do Curso de “Curso Superior de Administração e Finanças”. As aulas tinham duração mínima de 40 minutos, em cursos noturnos e diurnos.

A Fecap, também, informa que o ensino de cada matéria era regulado por programas formulados pelo respectivo professor ou professores e anualmente submetidos à apreciação da Diretoria, que por sua vez, enviava para aprovação da Fiscalização Federal. Aqui percebe-se alteração, na prática funcional, em decorrência da instituição da fiscalização por órgão governamental. Verifica-se, no Programa do Curso-Secretário de 1935, vide a Figura 34, a seguinte anotação em consonância com essa orientação: “Visto. São Paulo, 3 de junho de 1935. Valdomiro Ebling, Fiscal”.

O próximo regimento analisado é o **Regimento de 1949**. Ele traz informações importantes logo nas primeiras páginas. A primeira é que este Regimento é sobre a Faculdade de Ciências Econômicas de São Paulo, pertencente à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, depois faz referência ao Decreto-Lei Nº 26.775 de 1949, que regulamenta sobre o “Reconhecimento dos Cursos da Faculdade”.

Figura 36: Capa do Regimento de 1949**Fonte:** Regimento de 1949

Como salientado, o atual Regimento de 1949 refere-se, exclusivamente, em regulamentar o funcionamento dos cursos da Faculdade. Dessa forma, não é possível afirmar se os demais cursos técnicos foram descontinuados e a partir dessa data somente são mantidos os cursos da faculdade. A finalidade da Faculdade de Ciências Econômicas de São Paulo era “... ministrar o ensino de ciências econômicas e de ciências contábeis e atuariais a que se refere o Decreto-Lei Nº 7.988, de 22 de setembro de 1945, bem como difundir conhecimentos com elas relacionados” (REGIMENTO, 1949).

Nessa época a Fecap mantinha cursos de graduação, especialização e extensão, assim apresentados:

- 1) Graduação em Ciências Econômicas e em Ciências Contábeis e Atuariais;
- 2) Cursos de aperfeiçoamento (destinavam a ampliar conhecimentos sobre qualquer cadeira ou disciplina), especialização e extensão (objetivavam aprofundar conhecimentos necessários para os fins profissionais ou científicos), em conformidade com as instruções e os programas aprovados pela Congregação.

Os cursos de aperfeiçoamento, especialização e extensão poderiam ser organizados e realizados por professores catedráticos ou docentes livres, mediante aprovação do Conselho Técnico-Administrativo da Fecap.

A primeira diferença observada é que os novos cursos de graduação passaram a ter 4 anos de duração, o ano letivo passou a ter início em 30 março e o término em 30 de novembro. Cada disciplina era ministrada 3 vezes por semana, com duração de 50 minutos cada.

A comparação possível a ser realizada entre as grades curriculares é com o curso “Superior de Administração e Finanças”, tendo em vista que os outros cursos eram técnicos. Algumas disciplinas tais como: Ciência da Administração; Sociologia; Contabilidade Industrial e Agrícola; Prática de Processo Civil, Comercial, Estatísticas; Matemática Financeira, Geografia, Economia Política, Contabilidade Pública; Finanças, entre outras. Dessa forma, podemos afirmar que a distribuição das disciplinas se manteve similar a anterior com inclusão de outras disciplinas, tais como: Valor e Formação de Preços I e II; Organização e Contabilidade de Seguros, etc.

Dessa forma, no Quadro 28, a seguir, são apresentadas as disciplinas dos cursos de graduação em “Ciências Econômicas” e “Ciências Contábeis e Atuariais”.

Quadro 28: Grade Curricular Fecap em 1949

Graduação em Ciências Econômicas				Graduação em Ciências Contábeis e Atuariais			
1º ano	2º ano	3º ano	4º ano	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano
Complementos de Matemática	Complementos de Matemática II	Repartição da Renda Social	Evolução da Conjuntura Econômica	Análise Matemática	Matemática Financeira	Matemática Atuarial	Organização e Contabilidade de Seguros
Economia Política	Estrutura das Organizações Econômicas	Comércio Internacional e Câmbios	Política Financeira	Estatística Geral e Aplicada	Ciência das Finanças	Organização e Contabilidade Bancária	Contabilidade Pública
Valor e Formação de Preços	Valor e Formação de Preços II	Estatística Metodológica	História das Doutrinas Econômicas	Contabilidade de Geral	Estatística Matemática e Demográfica	Finanças das Empresas	Revisões e Perícia Contábil
Contabilidade de Geral	Moeda e Crédito	História Econômica	Estudo Comparado dos Sistemas Econômicos	Ciência da Administração	Organização e Contabilidade Industrial e Agrícola	Técnica Comercial	Instituições de Direito Social
Instituições de Direito Público	Geografia e Análise de Balanços	Ciência das Finanças	Estatística Econômica	Economia Política	Instituições de Direito Público	Instituições de Direito Civil e Comercial	Legislação Tributária e Fiscal

Psicologia Econômica e Psicotécnica	Instituições de Direito Privado	Ciência da Administração	Princípios Sociologia Aplicados à Economia				Prática de Processo Civil, Comercial e Fiscal
-------------------------------------	---------------------------------	--------------------------	--------------------------------------------	--	--	--	-----------------------------------------------

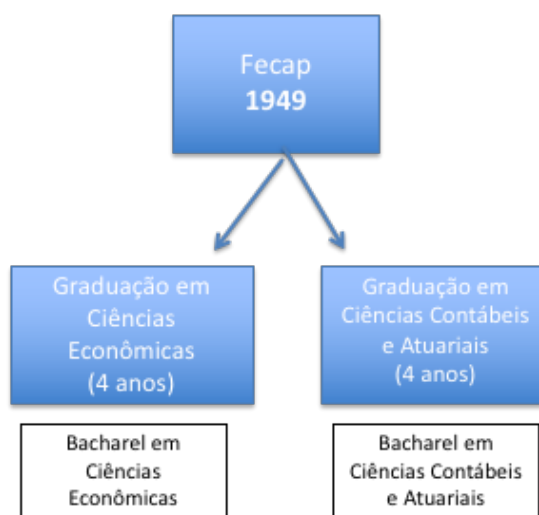
Fonte: Regimento (1949)

Verifica-se que assim como, nos cursos técnicos, a faculdade manteve o viés prático do ensino. Exemplos desse direcionamento é exigência de elaboração, pelos alunos, de projetos voltados à realidade do mercado e a participação de visitas a repartições públicas, estabelecimentos bancários e industriais.

Para matrícula nos cursos os candidatos deveriam apresentar certificado de conclusão do ensino secundário ou diploma de conclusão de qualquer curso comercial técnico, ou diploma de bacharel, de licenciado ou de doutor, em cursos da Faculdade de Filosofia, desde que em instituição reconhecida oficialmente. O ano letivo tinha início em 30 março e o término em 30 de novembro. Cada disciplina era ministrada 3 vezes por semana, com duração de 50 minutos.

Dessa forma, com base no Regimento (1949), último documento administrativo analisado, a Fecap mantinha a estrutura de cursos demonstrada na Figura 37, a seguir.

Figura 37: Estrutura dos Cursos Fecap em 1949



Fonte: Desenvolvido pela autora com base Regimento (1949)

Ao longo do Regimento (1949), encontra-se termos como “prévia aquiescência do Conselho Nacional de Educação”; “professores não podendo servir-se da cátedra para pregar doutrinas e ideologias de qualquer natureza”, evidências que sinalizam a natureza regulatória do Governo sob o ensino comercial durante esse período.

Tendo em vista o objetivo da presente seção, foram analisados de 1901 até 1949, data do último Regimento, documentos administrativos, nos quais foi possível estabelecer uma possível trajetória de funcionamento do ensino comercial da Fecap. Os documentos analisados indicam grandes transformações do ensino comercial ministrado pela Fecap, acompanhando as próprias transformações da sociedade.

A Fecap seguiu sua jornada educacional, respondendo as mudanças sociais políticas, econômicas e educacionais, que demandavam os novos tempos. Aumentou a quantidade de alunos diplomados em curso superior e as exigências dos empregadores, ao mesmo tempo, que os diplomas se desvalorizaram e os postos de trabalho reduziram, mas a tradição da Fecap se manteve, apesar do processo de reformas que passou o ensino superior, no país, durante 1964 e 1968, que acarretou a implantação do modelo norte-americano de universidades no Brasil (FECAP, 2002).

É interessante observar as transformações que ocorreram, ao longo do período estudado, no entanto, no início da sua fundação era oferecido somente um único curso técnico, com três anos de duração, e, ao final da trajetória estudada, ofertava somente dois cursos de graduação, ambos com 4 anos de duração. Porém, entre o início e o final, houve um crescimento horizontal, na estrutura de cursos técnicos, inclusive, com cursos direcionados, exclusivamente, para as mulheres. No entanto, essa é uma visão de dentro, ou seja, a partir da análise de evidências documentais da Fecap.

No próximo item, estudaremos a respeito trajetória do ensino comercial na Academia de Comércio, para isso, exploraremos a história da instituição de ensino comercial localizada na cidade do Rio de Janeiro.

3.8 Academia de Comércio do Rio de Janeiro

Como visto, anteriormente, o ensino comercial brasileiro tem origem, na Aula do Commercio, trazida pela corte portuguesa, em 1808, para nova capital do Império. A Aula foi extinta, em 1856, dando lugar ao Instituto Comercial do Rio de Janeiro, tendo este encerrado suas atividades educacionais, em 1882. Como será abordado, em outra seção, entre o intervalo de 1882, encerramento do Instituto, e 1902, criação da Academia de Comércio, o ensino comercial esteve sob a responsabilidade do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

O Rio de Janeiro, nos primeiros anos da República (1889-1930), era uma cidade com 500 mil habitantes, considerada a maior cidade brasileira, capital política e administrativa do país. A capital do país assistiu a grandes transformações de natureza econômica, social, política e cultural, decorrentes da abolição da escravidão e da proclamação da República (SBI, s/d, p. 6). Vale ressaltar que a República herdou do Império, com a chegada do Regente D. João, em 1808, e a mentalidade da importância do ensino comercial na preparação e formação dos homens de negócio.

Foi nesse contexto que, em 1902, o Conde Cândido Mendes de Almeida fundou a Academia do Comércio do Rio de Janeiro, com objetivo de “instaurar cursos metódicos, que proporcionassem aos jovens uma cultura comercial sólida” (UCAM, s/d, p. 8). A criação da Academia de Comércio se deve a brasileiros ilustres, como seu fundador, e seu irmão Fernando Mendes de Almeida, fundador da Faculdade Livre de Ciências Jurídicas e Sociais do Rio de Janeiro, filhos do Senador Candido Mendes de Almeida, um dos mais ilustres juristas do Império, comprometido com causas sociais (BASTOS, 2003).

Para Bastos (2003) a Academia de Comércio representou um importante propulsor do ensino da SBI (Sociedade Brasileira de Instrução), instituição mantenedora da Academia e da Universidade Candido Mendes (UCAM). O autor afirma que a Academia era:

(...) voltada para formação comercial básica dos jovens com o propósito de responder às novas demandas de expansão da sociedade brasileira e à construção do estado republicano nascente” (BASTOS, 2003, p. 9).

Para a edição comemorativa de 110 anos de fundação da UCAM, o reitor da instituição de ensino, Sr. Candido Mendes, destaca o pioneirismo da instituição em colocar em prática a “ideia de um curso profissionalizante” dedicado para a classe média, em expansão à época, e que também fugisse das “carreiras clássicas” e do amadorismo das atividades de balcão de mercanciais, no Rio de Janeiro, ainda “mofino”. Acrescenta que o propósito da instituição desde a sua fundação, em 1902, não era ser um empreendimento lucrativo:

Organizamo-nos ao fio da prestação mais barata – se não simbólica – para atender à fome de ensino da baixa classe média, dos caixeiros e balconistas, que acoiravam à carreira nova e a profissionalização capaz de levar-lhe a segurança do emprego e o melhor de seu conhecer (Candido Mendes, UCAM, s/d, p. 15).

A Academia do Comércio do Rio de Janeiro, foi uma instituição de capital privado, que mantinha fortes relações com o Governo Federal, talvez por sua adjacência física. Segundo Saes e Cytrynowicz (2001, p. 39), a Academia foi instalada, no mesmo edifício da Escola Politécnica da Universidade do Rio de Janeiro²¹, funcionava como uma instituição consultiva do Governo para assuntos relacionados ao comércio, indústria e “questões de Estado”, em função da proximidade física que tinha do Governo. Segundo informado, na Revista Comemorativa de 90 anos da instituição, a Escola Politécnica abrigou, inicialmente os primeiros cursos noturnos da Academia de Comércio, orientados para o aprimoramento de uma cultura comercial especializada (p. 7).

Sobre a Academia funcionar como um órgão de consulta do governamental, segundo Vice-Presidente da SBI e Diretor da Escola Técnica de Comércio da Candido Mendes, Prof. Antonio Luiz de Mello Vieira Mendes de Almeida, atribui este reconhecimento ao padrão de ensino, ainda segundo ele:

Essa fase inicial da Academia foi bastante enriquecedora. Ela participava e promovia exposições, como a de Turim, a de Milão.” (Antonio Luiz de Mello Vieira Mendes de Almeida *in*: SBI, s/d, p. 7).

Em 1910, a Academia transferiu sua sede para o antigo Convento do Carmo, na Praça XV, no centro do Rio de Janeiro, onde funcionava o antigo Museu do Comércio, administrado pela Academia. O museu do comércio tinha como finalidade disseminar as amostras de novos artefatos da industrialização (UCAM, s/d).

Em reconhecimento ao significado da Academia de Comércio para o ensino comercial brasileiro, em 1905, por meio do Decreto-Lei nº 1.339, de 9 de janeiro, o Presidente Rodrigues Alves declara a Academia de Comércio do Rio de Janeiro uma instituição de utilidade pública (BASTOS, 2003), com isso, seus diplomas passaram a ser reconhecidos como de caráter oficial. Em outra seção, serão apresentadas as principais resoluções do Decreto nº 1.339 de 1905.

Os diplomas emitidos pela Academia de Comércio se referiam a cursos de dois níveis: Geral e Superior. O Curso Geral, com 4 (quatro) anos de duração, era, essencialmente, prático e buscava formar “bons e cultos” comerciantes, e o Curso Superior visava formar hábeis dirigentes para desempenharem atividades econômicas (SBI, s/d, p. 7). Segundo Saes e

²¹ Antiga Escola Central, atual Universidade do Rio de Janeiro (UFRJ), atualmente abriga o Instituto de Filosofia e Ciências Sociais (IFCS), localizado no Largo São Francisco no centro da cidade do Rio de Janeiro.

Cytrynowicz (2001), o Curso Geral habilitava para as funções de guarda-livros, perito judicial e empregos, na área da Fazenda. Eram ministradas as disciplinas relacionadas, no Quadro 29, a seguir. O autor não informa a distribuição das disciplinas pelos anos de duração do curso.

Quadro 29: Grade Curricular Academia do Comércio Curso Geral

Disciplinas
Português
Francês
Inglês
Aritmética
Álgebra
Geometria
Geografia
História
Ciências Naturais
Noções de Direito Civil e Comercial
Legislação Fazendária e Aduaneira
Prática Jurídico-Comercial
Caligrafia
Estenografia
Desenho
Escrituração Mercantil

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Saes e Cytrynowicz (2001, p. 42)

Para ingresso, no Curso Superior, era obrigatória a conclusão do Curso Geral, que habilitava para os cargos de agente consulares, funcionários do Ministério das Relações Exteriores, atuários das companhias de seguros e chefes de contabilidade de estabelecimentos bancários, bem como em grandes empresas comerciais (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001). As disciplinas ministradas, no Curso Superior, estão relacionadas, no Quadro 30, a seguir.

No entanto, os autores Saes e Cytrynowicz (2001) informam em seu artigo que as disciplinas do Curso Superior foram especificadas com base no Decreto-Lei nº 1.339, de 9 de janeiro de 1905, porém, não esclareceram, se as disciplinas do Curso Geral foram especificadas com base no Decreto. Dessa forma, não podemos afirmar se na prática a Academia do Comércio do Rio de Janeiro ministrava as disciplinas demonstradas, no Quadro 30.

Quadro 30: Grade Curricular Academia do Comércio Curso Superior

Disciplinas
Geografia Comercial e Estatística
História do Comércio e da Indústria
Tecnologia Industrial e Mercantil
Direito Comercial e Marítimo
Economia Política
Ciências das Finanças
Contabilidade do Estado
Direito Internacional
Diplomacia
História dos Tratados e Correspondência Diplomática
Alemão
Italiano
Espanhol
Matemática Superior
Contabilidade Mercantil comparada ao Banco Modelo

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Saes e Cytrynowicz (2001, p. 42)

Os autores observam que, ao comparar o currículo da Academia de Comércio com o currículo da Aula do Comercio, posteriormente denominado, Instituto Comercial do Rio de Janeiro, o novo currículo “mostra-se bem mais amplo e profundo, sugerindo a formação de profissionais, em especial, do curso superior, com preparo para mais atividades de gestão” (SAES e CYTRYNOWICZ, 2001, p. 43). Ainda segundo os autores, o Curso Superior não concedia o título de bacharel, assim como, os tradicionais cursos de Direito e Medicina, indicando “uma clara diferenciação de *status* entre os que concluíam” esses cursos (p. 43). No entanto, como indicado, no Decreto nº 1.339 de 1905, os formandos dos cursos comerciais tinham alguns benefícios garantidos que os diferenciavam, como por exemplo, dispensa de concurso para cargos públicos.

Ainda segundo a revista sobre a funcionamento dos cursos comerciais, na fundação da Academia, os professores não tinham rendimento fixo, as mensalidades dos “poucos alunos” eram rateadas entre os professores (SBI, s/d, p. 7). O Conde Candido Mendes de Almeida, após participar como representante do Governo, no Congresso Americano de Expansão Econômica e Ensino Comercial, em Montevideu, em 1919, no qual foi determinado que os Cursos Superiores de Economia das Escolas Comerciais, inclusive o da Academia, fossem designados Faculdade de Ciências Econômicas (SBI, s/d). Nesse mesmo ano, sob essa orientação é fundada a Faculdade de Ciências Políticas e Econômicas do Rio de Janeiro, segundo informado pela

Revista, a primeira escola superior de Economia do Brasil que teve, no seu primeiro ano, 11 (onze) alunos matriculados, demonstrando falta de interesse pelo curso (SBI, s/d).

Houve uma multiplicação de instituições particulares de ensino das Ciências Econômicas, concorrentes da Academia, prometendo facilidade na formação técnica em três, dois anos ou até meses, o que levou a direção da Academia alertasse para a “necessidade de moralização do ensino comercial” (SBI, s/d, p. 8). Em resposta a essa questão, foi atendida com o Decreto 17.329 de 1926 que tornou obrigatório quatro anos de duração o Curso Geral das Escolas Comerciais.

Nos anos 30, a SBI mantinha em funcionamento Curso Geral, bem como a Faculdade de Ciências Políticas e Econômicas (SBI, s/d). Segundo informado, no sítio eletrônico da instituição²², somente, nos anos 50, a Academia é transformada em Escola Técnica de Comércio Candido Mendes, dedicada com exclusividade ao ensino médio.

Atualmente a Universidade Candido Mendes, UCAM, atende as linhas de atividades de ensino superior (bacharel e tecnológico) em diversas áreas de conhecimento, pesquisa e pós-graduação em 15 unidades distribuídas pelo estado do Rio de Janeiro.

A Academia do Comércio do Rio de Janeiro foi criada, paralelamente, a Escola de Comércio Álvares Penteado, em 1902. Polato (2008) observa que, apesar de ambas as escolas de comércio terem sido fundadas, no mesmo ano, e serem referência, no ensino comercial, tinham características que as diferenciavam. Enquanto a Escola de Comércio de São Paulo representava os interesses dos comerciantes e industriais da cidade, nesse mesmo sentido, Saes e Cytrynowicz (2001) acrescentam que, seguramente, seus alunos atenderiam às necessidades da economia em expansão, na cidade de São Paulo, a Academia do Comércio do Rio de Janeiro era mais voltada para as questões da gestão pública. A localização da Academia, na capital política e administrativa do país, favoreceu seu vínculo com o Estado (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001).

É notório afirmar que a Academia de Comércio do Rio de Janeiro e a Escola de Comércio Álvares Penteado foram referência, no ensino comercial brasileiro. Apesar de

²² Para mais informações consultar <https://www.candidomendes.edu.br/institucional/quem-somos/>.

algumas semelhanças, as distinções se reproduzem, ao longo dos anos, nas trajetórias do ensino comercial, no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Na próxima seção, ainda dentro de Investigação Histórica, serão tratadas as regulamentações do Governo referente ao ensino comercial.

3.9 Regulamentações do Ensino Comercial

As instituições de ensino, políticos, comerciantes, ou quaisquer interessados motivaram a criação da legislação sobre o ensino comercial ou a legislação alterou a prática das instituições de ensino? Creio que esta é uma pergunta difícil de ser respondida. Porém, pode-se afirmar que, após pesquisas bibliográficas, foi possível verificar que o ensino comercial, talvez por ser regulado desde a sua criação, construiu uma narrativa sobre a trajetória, no Brasil, por meio das suas regulamentações.

Segundo Da Silva (2005, p. 8), “a legislação brasileira é uma fonte de pesquisa rica e, ao mesmo tempo, pouco explorada pelo meio acadêmico contábil”, pode-se transpor essa afirmativa para além do ensino contábil. Nesta seção, serão apresentados os Decretos-Lei emitidos pelos órgãos oficiais do Governo Imperial e Federal, responsáveis para a regulamentação do ensino comercial, durante o período de tempo pesquisado, nesta tese de doutorado, que engloba de 1809 até por volta de 1950. Este período tempo, foi dividido em duas fases: Aulas do Commercio, período compreendido, entre 1809 até 1846, sendo este último o ano da sua extinção, e Escolas de Comércio, período iniciado, em 1902, ano de sua criação, até meados de 1950.

Buscou-se identificar as principais características nas legislações que regulamentaram sobre o funcionamento do ensino comercial brasileiro compreendido, nesse período, tais como: estrutura, duração dos cursos, disciplinas ministradas, formas de ingresso, diplomas conferidos, perfil dos docentes e discentes.

3.9.1 Regulamentações da Aula do Commercio

No contexto das Reformas Pombalinas, é instituída a Aula do Commercio, em Portugal. A Aula era regida pelo Estatuto da Junta do Comércio de 12 de dezembro de 1756, em seu

Capítulo XVI, no qual determinava sobre a criação do curso comercial. Oriundos deste acontecimento, o Estatutos de 19 de abril 1759 da Aula de Commercio de Lisboa, regula sobre o funcionamento do curso de ensino comercial. Como já informado, anteriormente, isso se deve, à Aula do Commercio que nasceu sobre supervisão da Junta do Comércio.

No Brasil, nesse período, com economia baseada, no trabalho escravo, a Aula do Commercio criada, no Governo de D. João, seguiu em funcionamento, durante o Governo de D. Pedro I e a Regência de Pedro II. Mesmo mudando de denominação e formas de funcionamento, continuou em funcionamento até 1882, qualificando pessoas para ocuparem cargos em instituições públicas e privadas.

A primeira Aula do Commercio, no Brasil, foi instituída, em 1809, pelo Alvará de 15 de julho, do mesmo ano, como parte do conjunto de medidas administrativas de cunho econômico, somando-se a abertura dos portos às nações amigas, a revogação da proibição de qualquer tipo de fábricas e manufaturas, no Brasil (Alvará de 05 de janeiro de 1785), bem como fundação da Real Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação (Alvará de 23 de agosto), neste mesmo ano.

Na criação, a Aula do Commercio, no Brasil, foi regida pelo Estatutos da Aula de Portugal de 1756. A seguir, será apresentado o Estatuto de Criação de Aula do Commercio.

3.9.1.1 Estatuto de Criação da Aula do Commercio

No Estatuto da Aula do Commercio de 12 de dezembro de 1756, em seu Capítulo XVI, estabeleceu sobre o funcionamento dos cursos, conforme Figura 38, e regulou sobre a nomeação dos lentes (professores) pela Junta do Comércio. A Aula tinha duração de três anos. Era dedicada aos filhos e netos dos “homens de negócio portugueses”, os quais que tinham preferência na matrícula da Aula (ESTATUTOS, 1756).

Figura 38: Capa do Estatutos da Aula do Commercio



Fonte: De Mendonça (1982)

A quantidade de alunos por Aula não poderia ultrapassar a 30 alunos, para não atrapalhar o progresso das aulas. As matérias ensinadas deveriam ser ditadas aos alunos pelo lente, por este motivo, era fundamental que os alunos soubessem ler, escrever e contar (as quatro operações básicas). Os candidatos deveriam realizar exames, na presença dois deputados da Junta do Comércio, a fim de garantir a disposição em se tornarem “Negociantes Perfeitos”, pois não era permitida “repetições” dos alunos.

As Aulas deveriam funcionar, no período diurno. No inverno, iniciando às 8:00 e finalizando às 12:00 horas e, no verão, com início às 7:00 horas e término às 11:00 horas. Os lentes deveriam “fazer o ponto” para comprovar sua presença à Junta.

Os docentes deveriam iniciar os estudos da Aula por Aritmética, como “fundamento, o princípio de todo e qualquer commercio”. Em **Aritmética** deveria ser ensinado: “método comum e ordinário” das quatro principais operações (soma, subtração, multiplicação e divisão), prova dos nove, regra de três, contas quebradas e todas as outras partes. Também deveriam ser ensinados Pesos e Medidas; Moedas e Câmbios de todas as praças do comercio, com as quais Portugal mantinha negócios, por exemplo, em moedas era importante compreender “o dinheiro da outra Praça para que se fez o transporte” (DE MENDONÇA, 1982, p. 201).

Em **Seguros**, deveria ser ensinado as distinções de apólices de “loja a loja ou de âncora a âncora”; modo ordinário ou “pacto expresso”; fretamento; prática de comissões. Eram ensinados o método italiano de contabilidade de escrever, nos livros, “aceito por toda a Europa”, o **Método das Partidas Dobradas** (DE MENDONÇA, 1982, p. 202).

As Aulas funcionaram, no Brasil, de 1809 a 1845, sob a rege dos Estatutos da Aula de Portugal, não havendo regulamentação própria do ensino comercial no país. O contexto econômico, no qual o Brasil estava inserido, em meados do século XIX, era baseado, no comércio externo, demandando incorporação de formação técnica, por conseguinte, requerendo transformações, nas regulamentações da Aula do Commercio. Nesse sentido, Peleias et al., (2007) afirmam que o crescimento da cultura cafeeira, desde os meados dos anos 40; a criação do Código Comercial, em 1950; a expansão das estradas de ferro e de empresas de serviço urbanos; e os investimentos de capital estrangeiro, no país, são alguns dos indicadores de crescimento econômico. Esse panorama social, contribuiu para reorganização do ensino comercial, na Década de 60 do Século XIX.

A primeira reforma da Aula do Commercio, no Brasil, de fato ocorreu, em 1846, com a criação de regulamentação própria. No próximo item, serão apresentadas as regulamentações da Aula do Commercio, no Brasil.

3.9.1.2 Reformas da Aula do Commercio e Instituto Comercial

A primeira regulamentação do ensino comercial é de cunho administrativo, pois se refere ao processo de seleção dos lentes para a Aula do Commercio. Segundo Peleias et al. (2007, p. 24), o Governo Imperial preocupava-se com a “lisura”, na escolha e nomeação, pois percebia “irregularidades e arbitrariedades”, no processo de seleção dos lentes. Inclusive Gabler (2014) indica que o curso comercial passou por “crises”, exemplificando como parte desse momento a “insatisfação” do Governo, na seleção dos lentes efetuada pelo Tribunal da Junta do Comércio, Agricultura, Fábricas e Navegação, citando o próprio texto do **Decreto nº 121, de 31 de janeiro de 1842**, que regulou sobre o provimento das cadeiras da Aula do Commercio, no qual o Imperador afirma:

Tendo chegado ao Meu Imperial Conhecimento que o Tribunal da Junta do Commercio, Agricultura, Fabricas e Nevegação, desde a criação da Aula do

Commercio nesta Côrte, tem tido, e conserva huma maneira arbitraria, e irregular de prover as Cadeiras della, bastando muitas vezes para a escolha, e nomeação dos Lentes, as informações individuaes dos seus Membros, dispensando o concurso, e exame necessario para verificar, e estabelecer a idoneidade, e preferênciã dos pretendentes (...) (BRASIL, 1843, p. 135, mantida a grafia da época).

A partir do Decreto nº 121, a Junta Comercial continuou responsável pelo concurso para provimentos das vagas e o Governo passou a ter a competência da nomeação dos lentes. Ainda de acordo com o Decreto nº 121, os lentes substitutos passaram a ter preferência, para ocupar as cadeiras vagas, caso não houvesse substitutos aptos para a vaga, deveria ser realizado concurso público.

No entanto, a primeira reforma efetiva que a Aula do Commercio sofreu foi por meio de **Decreto nº 456 de 6 julho de 1846**, que desvinculou a Aula dos Estatutos de Portugal com a criação de Regulamento próprio.

3.9.1.3 Decreto nº 456, de 6 julho de 1846

Os trinta e oito artigos do Decreto de 1846 tratam sobre o Regulamento da Aula do Commercio. Um ponto importante que vale destacar, em primeiro lugar, é que, a partir desse Decreto, foi transferida a administração da Aula do Commercio para a Secretaria de Estado dos Negócios do Império. Dessa forma, descontinuada a dependência e inspeção do Tribunal da Junta do Comércio. E a duração da Aula passou de três anos para dois anos.

Sobre o funcionamento, o Decreto estipulou que o ano letivo teria início em março e término em novembro. O processo seletivo para matrícula, nos cursos, deveria ocorrer, em fevereiro, sob a responsabilidade de dois funcionários da Secretária de Estado dos Negócios do Império, os quais com a competência de recrutar três professores examinadores. Os interessados deveriam fazer exames de Gramática de Língua Nacional, Aritmética (até proporção), Francês ou Inglês (tradução) e pagar uma taxa de quatro mil réis. Os bacharéis em Letras do Colégio Pedro II e alunos do primeiro ano da Escola Militar ou da Marinha estavam desobrigados de fazer o exame admissional. Além disso, poderiam fazer matrícula, no segundo ano, desde que tivessem aprovação das matérias do primeiro ano e conhecimentos do Tesouro.

A idade mínima para matrícula, na Aula, era de 14 (quatorze) anos. Poderia haver dois professores: um lente e um substituto. Cada lente era responsável por cada ano da Aula. No caso de vaga de lente, o substituto poderia assumir as cadeiras. O provimento de vagas de lentes e substitutos deveria ser por meio de concurso público. A vacância dos cargos poderia ocorrer por demissão realizada por “sentença, por consulta do Conselho de Estado” ou por aposentadoria por idade de 65 anos ou 25 anos trabalhados (BRASIL, 1846, p. 72).

A Secretaria do Estado dos Negócios do Império era responsável pela divulgação dos compêndios “pelos quais deverão ser ensinados” (BRASIL, 1846, p. 74-75). Sobre o que era ensinado, o Quadro 31, a seguir, apresenta as disciplinas distribuídas por ano.

Quadro 31: Grade Curricular Governo em 1846

Ano	Disciplinas	Ano	Disciplinas
1º	Aritmética Álgebra (até equações do 2º grau) Geometria Geografia Geral Geografia Comercial Geografia do Brasil Juros Simples e Compostos Descontos e Abatimentos Regras de Companhia e de Liga Falsa Posição Cálculo de Anuidades Amortização Regra Conjunta Moedas Pesos e Medidas (nacionais e estrangeiras) Câmbios e Arbítrios de Câmbio	2º	História Geral do Comércio (seus elementos e objetos que tem com ele relação e dependência) Comércio Terrestre e Marítimo Prática de Letras da Terra Letras de Câmbio e de Risco Seguros Suspensão de Pagamentos Falências Concordatas Bancarrotas Bancos (suas diferentes espécies e operações) Arrumação de Livros (devendo os livros serem escriturados pelos alunos; como parte integrante da avaliação dos alunos)

Fonte: Desenvolvido pela autora com base em Brasil (1846, p. 73)

A Congregação dos Lentes era responsável em formular e publicar o Regimento Interno com procedimentos para o funcionamento do curso, tais como: disciplina dos alunos, nos ambientes da Aula, e sanções pelo não cumprimento das normas.

Em relação ao método da Aula, deveriam ser realizadas “lições” pelos alunos, diariamente, que consistiam em os alunos designados explicarem para a turma as matérias expostas pelo Lente, na aula do dia anterior (BRASIL, 1846). As lições diárias deveriam ter duração de até uma hora e meia. Os alunos deveriam realizar exames intermediários e finais para obter aprovação na Aula. A Aula era inspecionada (mensal e anual) pelo Governo, assim como, a indicação do local de funcionamento. O “asseio” e guarda dos objetos, era de responsabilidade do Ministro e do Secretário de Estado dos Negócios do Império (BRASIL, 1846, p. 75).

Sobre o Decreto nº 456/46, Peleias et al. (2007, p. 24) afirmam que o currículo da Aula do Commercio era composto de disciplinas de cunho prático, com a finalidade de atender “às necessidades diárias dos negócios”, tendo em vista, que atividades comerciais “requeriam instrumentos de gestão mais precisos”.

Antes de passarmos para segunda reforma da Aula do Commercio, dada sua importância comercial, vale referenciar a Lei nº 556, de 25 de junho de 1850, que estabeleceu o Código Comercial, o qual tinha como finalidade regular os Tribunais do Comércio em substituição à Real Junta do Comércio que foi extinta. Além disso, segundo Cabral (2016), o Código Comercial “regulamentou as atividades comerciais e a profissão de comerciante; estabeleceu garantias para a realização das operações comerciais; e instituiu um aparato burocrático exclusivo para as causas mercantis”, com a criação dos Tribunais do Comércio, especializados em “juízos comerciais”. Em relação às atividades comerciais, o código definiu as pessoas habilitadas a comercializar, no Brasil; definiu as praças mercantis; e definiu quem estavam subordinados “às leis comerciais” tais como: corretores; agentes de leilões; feitores, guarda-livros e caixeiros; trapicheiros e administradores de armazéns de depósito, bem como comissários de transportes (CABRAL, 2016). Além da importância do Código Comercial, vale também destacar que, em meados da Década de 40, a produção de café cresceu, transformando-se no principal produto brasileiro de exportação.

3.9.1.4 Decreto nº 1.763, de 14 de maio de 1856

A segunda reforma do ensino comercial ocorreu, em 1856, com a publicação de novos Estatutos da Aula do Commercio, através do **Decreto nº 1.763, de 14 de maio de 1856**, que

reorganizou a Aula com a criação do Instituto Comercial do Rio de Janeiro em substituição às Aulas do Commercio.

O currículo do curso comercial do Instituto Comercial foi apresentado no item que tratou sobre o IC. Sobre o funcionamento do IC, o Estatuto expressa que a escolha dos compêndios, livros e demais objetos de aula, organização dos programas de ensino, designação dos professores para os exames, além de outras atribuições, era de responsabilidade da Junta dos Professores.

Para matrícula, no curso, os alunos deveriam ser maiores de 16 (dezesseis) anos, pagar taxa de matrícula, serem aprovados, no exame de admissão composto das seguintes matérias: Língua Nacional (gramática e escrita); Inglês, Francês, Aritmética, Álgebra (até equações do 2º grau), Geometria Plana, Trigonometria. Poderia também ser exigido Alemão, se o Governo julgasse necessário. Os bacharéis em Letras do Colégio Pedro II; Escola Militar; Academia de Marinha; e alunos de outras Aula do Commercio (aprovados no 1º ano) poderiam efetuar matrícula, desde que aprovados em língua inglesa.

Os alunos do 2º ano da antiga Aula do Commercio deveriam realizar, novamente, matrícula, no novo curso, e serem aprovados em novos exames de Geografia e Estatística Comercial. Já os alunos do 1º ano, deveriam ser aprovados em Francês e Inglês, bem como submetida a nova grade curricular. O ano letivo iniciava, em 3 de fevereiro e terminava em 30 de novembro, cada matéria tinha duração de uma hora e meia. Os exames finais eram efetuados na presença de Professores Examinadores e Comissário do Governo.

Os alunos aprovados que se distinguiam por seu “procedimento moral, assiduidade e aplicação” eram premiados, publicamente, pelo Ministro de Estado dos Negócios do Impérios. Faziam parte dos prêmios recebidos pelos alunos, medalhas, carta de mérito, livros (BRASIL, 1856, p. 208).

Os formandos do novo curso comercial tinham preferência, sem a necessidade de fazer concursos públicos, para ocuparem os cargos de Escriturários do Tesoura Nacional, Escriturários de Tesourarias, Alfândegas, Consulados, no próprio Instituto Comercial, e também em outras repartições que não exigiam habilitações adicionais.

Havia uma preocupação, em relação à disciplina dos alunos, por exemplo, segundo o Estatuto, os alunos com 10 (dez) faltas não justificadas ou 40 (quarenta) justificadas perdiam a

matrícula, no curso. Assim como, os alunos que praticavam “atos de injúria” contra o Diretor do Instituto ou Professores eram punidos (BRASIL, 1856, p. 212). Os alunos reprovados por dois anos consecutivos estavam proibidos de se matricular, novamente, no Instituto.

A inspeção dos cursos era realizada por Comissário nomeado pelo Governo, com função de emitir relatório anual sobre o ensino, disciplina e economia do Instituto. O Diretor do Instituto era nomeado por Decreto Imperial, era responsável em fazer cumprir as determinações estabelecidas, nos Estatutos, Regulamentos e ordens concernentes ao Instituto. O provimento das vagas de professores era por meio de concurso público. O Decreto também regulava sobre a responsabilidade dos demais empregados como Secretários e Porteiros.

A taxa de matrícula, no curso, vide a Figura 39, abaixo, era destinada à compra de objetos indispensáveis ao funcionamento do Instituto e de livros didáticos para as aulas. Os livros deveriam compor a biblioteca do Instituto.

Figura 39: Tabela de Taxas do Instituto Comercial

Tabella das taxas a que se referem os Estatutos.

Por matricula em cada anno do Instituto.....	20\$000
Esta quantia poderá ser paga em duas prestações, sendo huma no principio e outra no fim do anno.	
Pelas certidões de exames.....	1\$000
Pelo titulo de habilitação no fim do Curso.....	10\$000
Por quaesquer certidões o mesmo que se paga na Secretaria d'Estado dos Negocios do Imperio.	

Fonte: Brasil (1856, p. 233)

O Estatutos de 1856 traz grandes mudanças em comparação com ao Regulamento anterior de 1846, em relação ao funcionamento da Aula de Commercio, verifica-se a inclusão explícita da disciplina Economia Política, na grade curricular, no ensino comercial. Souza (2006, p. 379) afirma que, pela primeira vez, Economia Política integrou a estrutura curricular do ensino comercial. Também foram incluídas, nessa grade de ensino, Direito Mercantil e Estatística Comercial, aplicadas ao comércio e a indústria. O autor considera que, a partir desse Estatuto, o processo de admissão passou a ser mais “rigoroso” com inclusão de Inglês, Francês, Matemática e Gramática Portuguesa (SOUZA, 2006, p. 379).

Saes e Cytrynowicz (2001, p. 40) destacam que, nesse período, as Aulas, apesar da sua tradição, não “atraíam” muitos alunos. Segundo os autores, em 1856, existiam 21 (vinte e um) alunos matriculados, sendo 12 (doze), no primeiro ano, e 9 (nove) alunos, no segundo ano. Mesmo assim, Castro (2001, p. 21) afirma que o Decreto Lei nº 1.763, de 1856 “deve ser considerado como o da criação do ensino superior de Comércio, culminando com os primeiros diplomados em Ciência Econômica”.

3.9.1.5 Decreto nº 2.741 de 9 de fevereiro de 1861

O Decreto de 1861 dispunha sobre nova organização do Instituto Comercial do Rio de Janeiro. Era um Decreto de cunho administrativo, visando, principalmente, a reformulação da grade curricular do Curso Comercial do Instituto. O curso e disciplinas do novo currículo foram apresentadas, no item dedicado ao Instituto Comercial. A seguir, serão apresentadas algumas considerações sobre o Decreto de 1861. A inspeção do Instituto permaneceu sob a responsabilidade de Comissário do Governo e regido por um Diretor.

O Decreto também reorganizou a nomeação e a remuneração dos professores e demais funcionários, vide a Figura 40, a seguir. Em especial, os professores brasileiros eram nomeados por Decreto e gozavam dos mesmos direitos dos professores do Colégio Pedro II. Enquanto os professores estrangeiros eram nomeados por Portaria, com contratos de no máximo 5 anos, podendo ser prorrogáveis; também não tinham direito a jubilação, nem remuneração pecuniária.

Figura 40: Tabela de Vencimentos dos Empregados e Professores do Instituto Comercial

Tabella dos vencimentos dos Empregados, e Professores do Instituto Commercial do Rio de Janeiro, a que se refere o Decreto n.º 2.741 de 9 de Fevereiro de 1861.

	ORDENADO.	GRATIFICAÇÃO	TOTAL.
Director.....	800\$000	400\$000	1:200\$000
Secretario.....		600\$000	600\$000
Porteiro.....	360\$000	140\$000	500\$000
Professores do Curso profissional.	1:200\$000	600\$000	1:800\$000
Professores do Curso preparatorio..	1:000\$000	600\$000	1:600\$000

Fonte: Brasil (1861, p. 125).

Nesse período, o curso comercial continuava não atraindo candidatos ao ensino comercial do Instituto Comercial do Rio de Janeiro. Segundo Saes e Cytrynowicz (2001), em 1863, havia 53 alunos matriculados nos dois anos. Os cursos como Direito, Engenharia e Medicina atraíam uma quantidade maior de alunos “das classes socialmente mais favorecidas” (PELEIAS et al. 2007, p. 24).

Como informado, anteriormente, somado a isso, ainda havia as transformações no contexto econômico, demandando formação comercial dos homens de negócio (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001; PELEIAS et al. 2007). Logo, o Decreto de 1863 é uma consequência do novo quadro de complexidade econômica e valorização do ensino comercial.

3.9.1.6 Decreto nº 3.058 de 11 de março de 1863

O Decreto de 1863, com 123 artigos, dá novos Estatutos ao Instituto Commercial do Rio de Janeiro. O curso comercial passou de dois para quatro anos, além de incluir disciplinas à nova grade curricular. O currículo do curso foi apresentado anteriormente.

O Diretor do Instituto Comercial, em consonância com os professores, era responsável em organizar o “sistema prático de estudos”, tais como, matérias de cada ano, grade de horário, tempo de duração das aulas e das lições, compêndios (BRASIL, 1863, p. 81). O Plano de Estudo deveria ser submetido à aprovação do Governo.

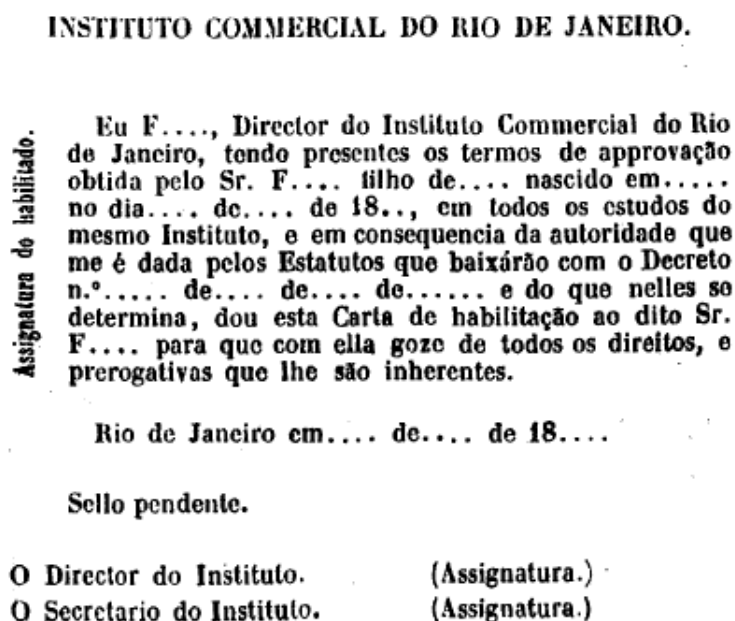
Para admissão, os alunos deveriam ser maiores de 13 anos, declarar em requerimento nome; idade, naturalidade e filiação, juntando certidões ou documentos comprobatórios; pagar taxa de matrícula, ser aprovados, no exame de admissão efetuado pelo Instituto composto das seguintes matérias: gramática; caligrafia. Passou a ser permitido que alunos ouvintes nacionais e estrangeiros frequentassem os cursos.

O ano letivo iniciava, em 3 de fevereiro, e terminava, em 30 de novembro, observa-se que não há alteração em relação ao Decreto de 1856. Os exames (oral e escrito) efetuados pelos alunos para obterem aprovação deveriam ser realizados, na presença de Comissão Julgadora, composta por Professores Examinadores, Comissário do Governo e Diretor do Instituto.

Assim como, no Estatutos de 1856, os alunos aprovados que se distinguiam pelas notas obtidas, “aplicação, assiduidade e merecimento moral” eram premiados em cerimônia pública,

na presença do Ministro e Secretário de Estado dos Negócios do Império (BRASIL, 1863, p. 84). Os alunos aprovados recebiam Carta de Habilitação, conforme modelo apresentado na Figura 41, a seguir, além de gozarem da seguinte vantagem: serem admitidos em concurso (sem exame prévio) para cargos em Alfândegas e Consulados, Secretárias de Estado, Tesouro Nacional, Corretor e Leiloeiro (BRASIL, 1863).

Figura 41: Modelo Carta de Habilitação



Fonte: Brasil (1863, p. 100).

Em relação à disciplina dos alunos, eles deveriam respeitar os Professores e Empregados do Instituto, manter silêncio e aplicação, nas aulas, assiduidade, não levantar a voz, nem fazer algazarra e nem passear em magotes dentro das instalações do Instituto (BRASIL, 1863). Assim como, no Decreto de 1856, os alunos com 10 (dez) faltas não justificadas ou 40 justificadas perdiam a matrícula, no curso, assim como, os alunos que praticavam “atos de injúria” contra o Diretor do Instituto ou Professores eram punidos com prisão “correcional” ou até mesmo perda da matrícula, conforme gravidade do caso (BRASIL, 1863, p. 88).

Os professores eram nomeados por Decreto, precedendo de concurso público com provas escritas e orais. A comissão julgadora era composta por Comissário do Governo, Adjunto e dois Examinadores, todos designados pelo Governo. Os professores que completavam 25 anos de exercício poderiam ser jubilados por recebimento integral do salário, os que optavam em continuar trabalhando, após 25 anos, teriam adicional por ano trabalhado.

O Estatutos determinava a existência de uma Junta de Professores, composta pelo Diretor do Instituto e professores. A Junta era responsável pelo julgamento das faltas e delitos cometidos pelos alunos; propor ementas e alterações aos Estatutos; concessão de prêmios; designação dos Professores para os exames, também, funcionava como um tribunal interno.

O Estatutos regulava sobre a responsabilidade dos empregados do Instituto: Diretor, Secretário, Porteiro e Serventes. O Diretor e Comissário do Governo eram nomeados por Decreto, enquanto Secretário e Porteiro eram nomeados por Portaria. O Comissário do Governo, além da inspeção do curso, era responsável por: Convocar a Junta, extraordinariamente; assistir aos exames anuais dos alunos, presidir concursos, julgar a concessão de prêmios aos alunos; estudar as necessidades do Instituto e propor medidas. Ao Diretor competia organizar o Plano de Estudos, fazer cumprir os Estatutos, Regulamentos e ordens concernentes ao Instituto. O Plano de Estudo deveria ser submetido à aprovação do Governo. Assim como, no Estatutos de 1856, os alunos reprovados por dois anos consecutivos estavam proibidos de se matricular, novamente, no Instituto.

Desde 1856, o curso comercial do Instituto Comercial continuava não atraindo muitos alunos. A título de informação adicional, segundo Saes e Cytrynowicz (2001), em 1864, os cursos de Direito das faculdades de São Paulo e Pernambuco somavam juntas 826 (oitocentos e vinte e seis) alunos, dessa forma, os autores concluem:

Sem dúvida, o diploma de bacharel em Direito tinha um forte apelo para os jovens da elite brasileira, ao passo que o curso de comércio não devia desfrutar de prestígio semelhante (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 40).

Ainda sobre a baixa atratividade de alunos para o curso do Instituto Comercial do Rio de Janeiro, no século XIX, Saes e Cytrynowicz (2001, p. 40) argumentam que os comerciantes acreditavam obter conhecimentos necessários à gestão dos negócios com a prática. Dessa forma, ter formação comercial formal parece que não era uma exigência para exercer a carreira comercial, tampouco, conquistar “ascensão social”. Além disso, os autores aventam que por ser um curso pago, talvez, não fosse acessível a uma parcela da população (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001).

Vale observar sobre a Aula do Commercio, o rigor no comportamento e aprovação dos alunos, bem como o comprometimento com a qualidade do ensino das instituições de ensino comercial. O próximo Decreto sobre o ensino comercial é do ano de 1879.

3.9.1.7 Decreto nº 7.538 de 15 de novembro de 1879

Esse é um Decreto mais curto, que tem como finalidade extinguir as cadeiras de Francês, Inglês, Alemão, Caligrafia e Matemáticas que haviam sido criadas, no Decreto de 1863. De cunho administrativo, extinguiu também os cargos de Diretor, Secretário e Porteiro do Instituto Comercial do Rio de Janeiro.

3.9.1.8 Decreto nº 7.679 de 28 de fevereiro de 1880

O Decreto de 1880, com apenas quatro artigos, altera os Estatutos do Instituto Comercial do Rio de Janeiro e estabelece que o mesmo continua sendo regido pelo Decreto nº 3.058 de 1863. Em especial, esse Decreto reduziu o curso de quatro para dois anos e suprimiu a função de Comissário do Governo. Também alterou a grade curricular, apresentada no capítulo referente a trajetória do IC.

De acordo com esse Estatutos, os Cursos Preparatórios para admissão, no Instituto Comercial, são mantidos. Para matrícula, os alunos deveriam ser aprovados, no exame de admissão, composto das provas de Gramática, Caligrafia, Inglês, Francês, Alemão, Aritmética (com aplicação especial as operações comerciais), Álgebra (até equações do 2º grau), Geometria Plana e espacial, Trigonometria. Os exames deveriam ser prestados, na Inspeção Geral da Instrução Pública, no colégio a Pedro II, ou perante dos delegados especiais nas províncias.

O Instituto Comercial do Rio de Janeiro foi extinto, em 1882, por não atender as necessidades do comércio local com um “programa não compatível com as reais necessidades dos empregados do comércio” (BIELISNKI, 2000, p. 3, 10). A autora ainda faz referência que o jornal *Cruzeiro* de 26 de junho de 1882 fez menção ao encerramento do Instituto, em seu editorial. Além disso, menciona que o motivo para o desaparecimento do Instituto é a grande quantidade de “papelório” e informações exigidos para matrícula, no curso comercial do Instituto (p. 3). Outra evidência do encerramento das atividades educacionais do Instituto Comercial, também foi verificado por Bieliski (2000), a autora cita que no Relatório do Ministro de Estado de 1882 é informado que o Instituto Comercial não funcionava há muito tempo por falta de alunos.

Ante ao exposto, pode-se afirmar que a dificuldade de o curso do Instituto não atender as exigências do comércio, na capital do Império, à época, somado ao obstáculo em atrair alunos

foram os principais motivos para o encerramento das atividades do Instituto Comercial do Rio de Janeiro. Bielisnki (2000) argumenta que o alto serviço prestado pelo Liceu de Artes e Ofícios, inaugurado no mesmo ano, na educação comercial, também justificou a extinção do Instituto Comercial mantido pelo Governo.

No próximo item, serão apresentadas as regulações referentes ao período de funcionamento do ensino comercial nas Escolas de Comércio.

3.9.2 Regulamentações das Escolas de Comércio

Após o período de funcionamento da Aula do Comercio e do Instituto Comercial, emerge um novo ciclo do ensino comercial caracterizado por grandes transformações. Essas mudanças são resultantes de uma combinação de fatores econômicos e sociais, tais como: aumento da produção cafeeira e urbanização, em especial, da cidade de São Paulo; e o crescimento dos serviços públicos, demandando qualificação das pessoas para exercerem novos cargos públicos e privados.

No próximo tópico, serão apresentados os Decretos-Lei do ensino comercial brasileiro.

3.9.2.1 Decreto-Lei nº 1.339 de 09 de janeiro de 1905

O Decreto-Lei de 1905 foi a primeira legislação sobre o ensino comercial, que trouxe orientações aos cursos criados e mantidos por instituições privadas, no país. Com apenas três artigos, declarou instituições de utilidade pública à Academia de Comércio do Rio de Janeiro e à Escola Prática de Comércio de São Paulo, ambas fundadas, em 1902. E também reconheceu os diplomas expedidos por essas instituições como de caráter oficial. Determina a existência de dois cursos, Geral e Superior, assim estruturados:

1) **O Curso Geral:** Era um preparatório para o Curso Superior, habilitava para o exercício das funções de guarda-livros, perito judicial e empregos da Fazenda.

As disciplinas ministradas compreendiam o ensino de Português, Francês, Inglês, Aritmética, Álgebra, Geometria, Geografia, História, Ciências Naturais, (inclusive o reconhecimento de drogas, tecidos e outras mercadorias), Noções de Direito Civil e Comercial,

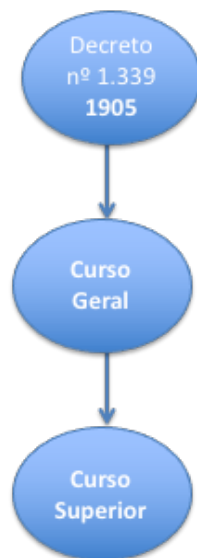
bem como Legislação de Fazenda e Aduaneira, Prática Jurídico-Comercial, Caligrafia, Estenografia, Desenho e Escrituração Mercantil. No Curso Geral, o ensino deveria ser de cunho, essencialmente, prático, devendo o conteúdo das disciplinas matemáticas ser de aplicação total ao comércio e, no ensino de línguas, deveriam ser ensinadas de modo que os alunos pudessem falar e escrever, corretamente, o idioma lecionado para prática comercial.

2) **Curso Superior:** Habilitava para os cargos de agentes consulares, funcionários do Ministério das Relações Exteriores, atuários de companhias de seguros e chefes de contabilidade de estabelecimentos bancários e de grandes empresas comerciais.

As disciplinas ministradas compreendiam o ensino de Geografia Comercial e Estatística; História do Comércio e da Indústria; Tecnologia Industrial e Mercantil; Direito Comercial e Marítimo; Economia Política; Ciência das Finanças; Contabilidade do Estado; Direito Internacional; Diplomacia, História dos Tratados e Correspondência Diplomática; Alemão; Italiano; Espanhol; Matemática Superior; Contabilidade Mercantil Comparada e Banco Modelo.

Além das disciplinas obrigatórias, as instituições que ofereciam cursos regulares poderiam, também, ofertar aulas livres de outras matérias, conforme conveniência, desde que essa contribuísse para a elevação do nível moral e intelectual dos que se dedicavam à carreira do comércio. Foi estabelecido que os alunos diplomados, pelos extintos Instituto Comercial (mantido pelo Distrito Federal) e Academia do Comércio de Juiz de Fora, gozariam de todos os direitos estabelecidos no Decreto.

Esse é um Decreto-Lei genérico, pois não legisla sobre o funcionamento das instituições de ensino, no que tange à duração dos cursos, diplomas emitidos, idade mínima para matrícula, entre outras. Porém, apresentou grande importância, em estabelecer o início da ação do Governo, sobre as instituições privadas de ensino comercial. De forma resumida, a Figura 42, a seguir, demonstra a estrutura dos cursos que o Decreto-lei de 1905 organizou:

Figura 42: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1905

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-Lei, BRASIL (1905)

Ao comparar as estruturas dos cursos do Decreto-Lei (1905) e Fecap, nesse mesmo período, percebeu-se que a estrutura é mesma com a oferta de dois cursos: Geral e Superior, assim como, os currículos são semelhantes.

3.9.2.2 Decreto-Lei nº 1.423 de 27 de novembro de 1905

O Decreto nº 1.423, também de 1905, é um decreto simplificado com apenas dois artigos. Seu objetivo principal é estender à Escola Comercial da Bahia, fundada, em 12 de março de 1905, as disposições do Decreto anterior nº 1.339 publicado, no mesmo ano. Dessa forma, esse Decreto não reza sobre disciplinas ministradas, duração dos cursos, formas de ingresso, diplomas conferidos, perfil dos discentes e docentes. Nesse caso, por se tratar de um Decreto de cunho administrativo, não cabe a representação gráfica da estrutura dos cursos, tendo em vista, que esse Decreto não regula sobre a estrutura dos cursos do ensino comercial.

3.9.2.3 Decreto-Lei nº 4.724-A de 23 de agosto de 1923

Em 1923, o Decreto nº 4.724-A, com apenas cinco artigos, tinha como principal objetivo equiparar diplomas expedidos por outras instituições de ensino comercial à Academia de Comércio do Rio de Janeiro. As escolas de comércio equiparadas foram: Academia de Ciências

Comerciais do Estado de Alagoas; dos Cursos de Comércio do Lyceu de Artes, Ofícios e Comércio do Sagrado Coração de Jesus (em São Paulo); do Instituto Comercial Mineiro; do Instituto Lafayette (na Capital Federal) e do Lyceu de Nossa Senhora Auxiliadora (em Campinas), mantidos pela Pia Congregação Salesiana; da Escola Comercial (mantida pela Sociedade de Educação e Ensino de Campinas); da Escola Prática do Comércio (da Associação Comercial do Pará); da Escola de Comércio (da Fênix Caixeiral do Ceará); e da Academia de Comércio (da Associação Comercial de Pernambuco). Além disso, determinou que todas as instituições de ensino citadas, deveriam funcionar em observância aos programas de ensino constantes, no Decreto de 1905.

O aspecto mais importante desse Decreto, refere-se à intenção do Governo, em fiscalizar as instituições de ensino comercial, ou seja, registra-se os primeiros sinais de intervenção dos órgãos oficiais, na fiscalização do ensino comercial mantidos por instituições particulares, no Brasil. Em seu Artigo 3º, dispõe que “o Governo instituirá desde já a fiscalização destes e demais estabelecimentos congêneres já reconhecidos” (BRASIL, 1923).

Assim como o Decreto anterior, também não regula sobre grade curricular, duração dos cursos, formas de ingresso, perfil dos discentes e docentes, e outros aspectos funcionais dos cursos.

3.9.2.4 Decreto-Lei nº 17.329 de 28 de maio de 1926

Três anos depois, foi publicado, em 1926, o Decreto nº 17.329, com 19 artigos, que instituiu a fiscalização dos estabelecimentos do ensino técnico comercial reconhecidos, oficialmente, pelo Governo Federal. Reafirma algumas diretrizes do Decreto de 1905, como por exemplo, manteve os cursos Geral e Superior, bem como o caráter prático do ensino comercial. Ao mesmo tempo, trouxe algumas inovações: estabeleceu o período de duração dos cursos de quatro anos, para o Geral, e de três anos, para o Superior; regulou sobre a distribuição das disciplinas, em anos, cadeiras e número de aulas mínimas, conforme apresentado, no Quadro 32, a seguir. Cada cadeira deveria ocorrer, no mínimo duas aulas por semana, e a duração não poderia ser inferior a 40 minutos.

O **Curso Geral** (de 4 anos) passou a ser obrigatória a oferta para todos os estabelecimentos de ensino, com disciplinas distribuídas em dois grupos: Propedêuticas e Técnicas:

a) **Propedêuticas:** Com as seguintes disciplinas: Línguas Portuguesa, Francesa e Inglesa; Noções de Ciências Naturais (física; química e história natural); Matemáticas (aritmética, álgebra e geometria); Geografia Física e Política; Geografia do Brasil; História Geral e do Brasil; Instrução Moral e Cívica; Caligrafia; Datilografia; e Desenho.

b) **Técnicas:** Composta das disciplinas: Noções de Geografia Econômica e da História do Comércio; Agricultura e Indústria; Merceologia e Tecnologia Merceológica; Matemáticas Aplicadas (operações financeiras a curto e a longo prazo); Noções de Direito Constitucional, Civil e Comercial; Legislação de Fazenda e Aduaneira; Prática Jurídico-Comercial; Contabilidade (integral); Complementos de Ciências Naturais aplicadas ao Comércio; Estenografia; Datilografia; e Prática de Comércio.

Quadro 32: Grade Curricular Governo Curso Geral 1926

Ca dei ras	1º ano	2º ano	3º ano	4º ano
1ª	Instrução Moral e Cívica	Português	Português	Matemáticas Aplicadas (binômios e séries; tipos de empréstimos; cálculo de probabilidades e seguros de coisas e vida)
2ª	Português	Francês	Francês	Contabilidade Bancária e de Companhias de Seguros.
3ª	Francês	Inglês	Inglês	Contabilidade Pública: (classificação da despesa e da receita).
4ª	Inglês	Matemáticas: Aritmética (teoria e prática); Álgebra (teoria e prática, até equações do 2º grau, inclusive) - Cinco aulas por semana: três de aritmética e duas de álgebra)	Contabilidade Agrícola e Industrial	Complementos de Física, Química; História Natural (aplicadas ao comércio).

5 ^a	Matemáticas: Aritmética (parte prática): Álgebra (até equações do 1º grau, inclusive) - Cinco aulas por semana: três de aritmética e duas de álgebra)	Contabilidade Mercantil (métodos de classificação de papéis e sistemas de fichas)	Álgebra (equações biquadradas, irracionais, logaritmos, e suas principais aplicações); Geometria (plana e no espaço) - Quatro aulas por semana: duas de cada matéria.	Noções de Direito Constitucional, Civil (pessoas, domínios e atos jurídicos) e comercial (atos e sociedades mercantis); Prática Jurídico-Comercial;
6 ^a	Contabilidade	Geografia do Brasil	Noções de Geografia Econômica; História do Comércio da Agricultura e da Indústria.	Legislação de Fazenda e Aduaneira;
7 ^a	Geografia Física e Política -Aula de Caligrafia	História Geral (especialmente do Brasil) -Aula de Datilografia; Desenho (a mão livre aplicado ao comércio).	Noções de Física, Química e História Natural. -Aula de Mecanografia; e Desenho Geométrico.	Noções de “Mercologia e Tecnologia Merceológica”. - Aula Prática de Comércio; Processos de Propaganda Comercial e Anúncios. -Aula de Estenografia.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-Lei nº 17.329, BRASIL (1926)

Em relação às formas de ingresso, nos cursos, os candidatos deveriam realizar exame de admissão (um tipo de “vestibular” da época). Ficaria isento deste exame, o candidato que exibisse certificado de aprovação em estabelecimento oficial ou equiparado. Somente poderiam se matricular, no Curso Superior, os alunos diplomados, no Curso Geral.

O **Curso Superior**, com duração de três anos, de caráter facultativo pelas instituições de ensino comercial. Este curso compreendia o ensino de uma das três línguas: Alemã, Italiana ou Espanhola, bem como as seguintes disciplinas: Geografia Humana; Geografia Comercial e Estatística; História do Comércio da Agricultura e da Indústria; Noções de Arte Decorativa, Tecnologia Industrial e Mercantil; Direito Comercial e Marítimo; Economia Política; Psicologia (aplicada ao comércio); Direito Industrial e Legislação Operária; Ciência das Finanças; Contabilidade do Estado; Direito Internacional, Diplomacia, História dos Tratados e Correspondência Diplomática, Matemáticas Aplicadas (revisão e complementos); Direito

Constitucional e Administrativo; Ciência da Administração; Contabilidade Mercantil Comparada; e Banco Modelo. A distribuição das disciplinas por ano e cadeiras é apresentada, no Quadro 33, a seguir.

Quadro 33: Distribuição das Disciplinas do Curso Superior por ano e cadeiras

Cadeiras	1º ano	2º ano	3º ano
1ª	Alemão ou Italiano ou Espanhol	Alemão ou Italiano ou Espanhol	Alemão ou Italiano ou Espanhol
2ª	Matemáticas (aplicadas às operações comerciais)	Obrigações de Direito Civil, Direito Comercial e Marítimo	Contabilidade Mercantil Comparada; Banco Modelo
3ª	Geografia Humana; Geografia Comercial	Economia Política; Ciência das Finanças	Direito Internacional, Diplomacia, História dos Tratados; Correspondência Consular e Diplomática
4ª	Tecnologia Industrial e Mercantil;	História do Comércio, da Agricultura e da Indústria;	Direito Industrial e Legislação Operária
5ª	Contabilidade Administrativa, Agrícola e Industrial.	Direito Constitucional e Administrativo; Ciência da Administração.	Psicologia (aplicada ao comércio); Noções de Arte Decorativa.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-Lei nº 17.329, BRASIL (1926)

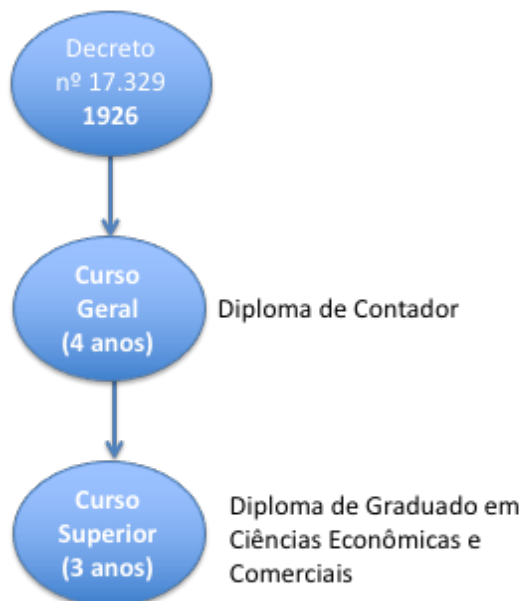
Para ingresso, nos cursos, os alunos deveriam possuir idade mínima de 12 anos, para o Curso Geral, e 16 anos, no Curso Superior, além de apresentar atestado de saúde e cartão de vacinação. Para a aprovação dos alunos, deveriam ser efetuados exames finais de cada disciplina, levando em consideração a média do ano, obtida por meio de provas, no mínimo, trimestrais. Deveriam ser organizadas bancas examinadoras com professores ou substitutos regulares para realização de provas orais. Os formados, no Curso Geral, receberiam diplomas de Contador, de Curso Superior, de Graduados em Ciências Econômicas e Comerciais. Ainda

foi outorgado, neste Decreto, que as instituições de ensino poderiam manter **Cursos de Especialização** destinados a profissões: Atuária, Consular, Perícia Contábil, etc.

O Decreto estabeleceu, também, sobre as obrigações administrativas das instituições de ensino. Determinou que as escolas deveriam possuir em sua estrutura, “gabinete” de física, laboratórios de análises química e bibliotecas especializadas, nas disciplinas dos seus cursos. Ainda em relação ao funcionamento dos cursos, definiu o período letivo com, no mínimo, nove meses por ano. Em relação ao provimento dos docentes, deveria ser por meio de concurso ou estágio, de, no mínimo, dois anos.

Fiscais nomeados pelo ministro da Agricultura, Indústria e Comércio eram responsáveis por fiscalizar os estabelecimentos de ensino comercial. A fiscalização abrangia toda a organização e funcionamento das instituições, devendo o fiscal apresentar relatório circunstanciado das ocorrências verificadas. Ainda sobre os mecanismos de fiscalização, obrigava os diretores das instituições de ensino a apresentarem, anualmente, relatório minucioso do funcionamento da instituição, em especial, a regularidade das aulas e cumprimento dos programas. O relatório deveria conter as seguintes informações: a) relação nominal dos alunos matriculados, nos respectivos cursos e anos; b) aptidão do quadro do corpo docente; c) quadro estatístico das aulas, consignando o número de lições, em cada cadeira e em cada ano, bem como os totais do ano letivo; d) mapa estatístico da frequência das aulas; e) resultado dos exames e provas parciais de cada cadeira, em cada ano; f) legalidade dos diplomas conferidos; g) movimento do fundo de patrimônio, balanço da receita e da despesa, devidamente, documentado, quando se tratar de estabelecimentos subvencionados pelo Governo Federal; e h) programas de ensino.

Após apresentação dos principais tópicos do Decreto-Lei de 1926, temos a estrutura de cursos esquematizada, na Figura 43, a seguir.

Figura 43: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1926

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1926)

O Decreto de 1926 manteve a estrutura anterior de cursos, mas trouxe relevantes alterações, na política educacional do ensino comercial, no Brasil. Destaca-se como a primeira delas, a instituição da fiscalização do Governo sobre o ensino comercial. Decorrente da nova política educacional, passou a constar, nos relatórios oficiais do governo elaborados pelos Ministérios da Agricultura, Indústria e Comércio, bem como endereçados ao presidente do país, de 1926 a 1929, as informações gerais sobre o funcionamento ensino comercial à época (PERES, 2007, p. 6). Ainda segundo o autor, no relatório anual do ministro da Agricultura de 1926, quando apresentou pela primeira vez informações sobre ensino comercial, esclarece que o objetivo do Decreto de 1926, publicado, no mesmo ano, era de “melhorar e coordenar” o ensino comercial, no país, por meio da “fiscalização e o controle do governo”. Além disso, buscava “garantir a eficiência, uniformização e graduação conveniente a todos os estabelecimentos, estimulando-os e aperfeiçoando-os de acordo com os métodos modernos” (PERES, 2007, p. 6).

No ano seguinte, com base, no relatório do ministro da Agricultura de 1927, Peres (2007, p. 6) afirma que um dos benefícios do Decreto de 1926, na visão do Governo, era separar as “escolas sérias” das que favoreciam a “concorrências desleal”, no ensino comercial. Também assegurar “a moralidade e a idoneidade pedagógica dos estabelecimentos fiscalizados”. Neste mesmo relatório, ainda do ponto de vista do Governo, o Decreto promoveu a “introdução de disciplinas inexistentes, nas escolas de comércio, tais como: a merceologia; a ‘arte de vender e

de comprar'; a arte de anunciar; e a prática de escritório, com o emprego da mecénografia". Dessa forma, o ensino comercial assumiu um "caráter mais complexo", sendo capaz de atrair empregados e capacitá-los para serem "contabilistas, patrões, gerentes, vendedores, compradores, anunciantes, homens de visão nova, capazes de manejar a riqueza do Brasil" (PERES, 2007, p. 6).

No relatório do Ministério da Agricultura de 1928, o autor destaca que, para o Governo, a fiscalização era importante, na organização das escolas de comércio, pois auxiliava "na organização de sua secretaria, de seus arquivos e programas", cooperava na "implantação de novos cursos ou no aperfeiçoamento e melhoria dos já existentes". Por último, determinava a necessidade de instalações mínimas para o funcionamento das instituições, tais como: "o gabinete de física; o laboratório de química; o museu comercial; e o escritório-modelo" (PERES, 2007, p. 6).

Os ministros também forneciam informações quantitativas sobre o funcionamento do ensino comercial. Segundo Peres (2007), em 1928, foram fiscalizadas 27 instituições, e, no ano seguinte, 1929, mais de 70 instituições de ensino comercial. Destacou-se o crescimento da quantidade de matrículas, nos cursos, de candidatos provenientes das "melhores famílias". Ainda, nesse sentido, Saes e Cytrynowicz (2001, p. 45) afirmam que o Decreto de 1926 abriu espaço para a distinção entre as profissões, para as quais os cursos habilitavam - Curso Geral de Contador e Curso Superior graduado em Ciências Econômicas. Dessa forma, dando um passo importante, na "valorização social dessas profissões, embora ainda longe da equiparação aos tradicionais cursos de Direito, Medicina e Engenharia".

O Decreto de 1926 legitimou, de alguma forma, o curso superior da Faculdade de Ciências Políticas e Econômicas do Rio de Janeiro, instalado desde 1919, na Academia de Comércio do Rio de Janeiro (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001). Por outro lado, Silva (1958, p. 20) aponta que o Curso Superior de Administração e Finanças apresentava "características estranhas e até pilhéricas", pois apesar de ser denominado como Curso Superior, conforme Decreto, não era reconhecido pelo Ministério da Educação. Além disso, o diploma conferido era de bacharel em economia. Dessa forma, ainda segundo o autor, "era um dispositivo para transformar, legalmente, perito-contadores e atuários em economistas, via administração e finanças" (SILVA, 1958, p. 20). Portanto, somente poderia ser economista o perito-contador ou os atuários. O referido autor classifica como "privilégio absurdo, caprichoso, sem nenhuma

base lógica ou científica” (p. 20). Ante a esta distorção, o curso “não encontrou, no meio cultural brasileiro, terreno propício ao seu desenvolvimento. As estatísticas revelam que a tentativa foi totalmente frustrada” (SILVA, 1958, p. 20).

3.9.2.5 Decreto-Lei nº 19.402 de 14 de novembro de 1930

O Decreto de 1930 é uma regulamentação de cunho administrativo. Por meio dele, foi criado o Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública e foram incorporadas ao novo órgão algumas instituições públicas, entre elas a Superintendência dos Estabelecimentos do Ensino Comercial.

A Primeira República, que vai até Revolução de 1930, é um período caracterizado pelo reconhecimento do Governo da importância do ensino comercial para o “desenvolvimento da economia brasileira”, da fiscalização e controle (PERES, 2007, p. 7-8).

3.9.2.6 Decreto-Lei nº 20.158 de 30 de junho de 1931

Em 1931, Francisco Campos Sales, Ministério da Educação e Saúde Pública, editou um conjunto de Decretos, regulando a primeira reforma, educacional no país. Conhecida como Reforma Campos Sales, visava estruturar e centralizar, na administração federal, os cursos superiores, o ensino secundário e o ensino comercial. O ensino primário e normal continuaram na alçada dos Estados.

O Decreto de 1931 modificou, completamente, a estrutura do ensino comercial brasileiro por meio dos seus 82 artigos. Este Decreto marcou, definitivamente, o término do período de autonomia das instituições de ensino comercial, no Brasil, bem como definiu os cursos em: Curso Elementar de Auxiliar do Comércio; Curso Propedêutico; Cursos Técnicos e Curso Superior; e seus respectivos programas. Criou e regulamentou o Conselho Consecutivo do Ensino Comercial, que tinha como presidente o ministro da Educação e Saúde Pública, como vice-presidente o superintendente do Ensino Comercial, órgãos responsáveis em fiscalizar o funcionamento das instituições e registrar os diplomas emitidos pelas instituições de ensino comercial. E, muito importante, regulamentou a profissão de contador. Sobre cursos, disciplinas e distribuição serão apresentados a seguir:

- a) **Curso Elementar de Auxiliar do Comércio:** Com duração de 2 anos, com a seguinte grade curricular das disciplinas: 1) Caligrafia; 2) Dactilografia; 3) Português; 4) Inglês; 5) Aritmética; 6) Contabilidade (noções preliminares); e 7) Contabilidade Mercantil. Para este Curso, o Decreto não especifica as disciplinas por ano, somente enumera as disciplinas a serem lecionadas. Os alunos que finalizavam o curso recebiam certificado de conclusão.
- b) **Curso Propedêutico:** Com duração de 3 anos, era como se fosse um preparatório para os Cursos Técnicos e Superior. Os alunos que terminavam o Curso Geral e Propedêutico tinham direito a certificados.

As disciplinas ministradas por ano estão demonstradas, no Quadro 34, a seguir:

Quadro 34: Grade Curricular Governo Curso Propedêutico 1931

1º	2º	3º
Português; Francês, Inglês, Matemática (Aritmética), Geografia; História da Civilização.	Português; Francês, Inglês, Matemática (Aritmética) Corografia do Brasil; História do Brasil.	Francês, Inglês, Matemática (Geometria) Física, Química e História Natural e Caligrafia.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1931)

- c) **Cursos Técnicos:** Foram criados 5 cursos técnicos, com duração de 2 e 3 anos. Para esses cursos foram detalhadas a grade curricular por ano, dos seguintes cursos: 1) Curso Técnico Secretário; 2) Curso Técnico em Guarda-Livros; 3) Curso Técnico em Administrador-vendedor; 4) Curso Técnico em Atuário; 5) Curso Técnico em Perito-Contador. Os alunos dos cursos técnicos eram diplomados, respectivamente, em perito-contador, guarda-livros, administrador-vendedor, atuário e secretário.

Cabe ressaltar que, apesar do Curso Técnico Secretário ser de 2 anos, o Decreto somente enumerou as disciplinas que faziam parte da grade curricular, mas não distribuiu por anos assim como fez aos demais cursos técnicos.

Quadro 35: Grade Curricular Governo Cursos Técnicos 1931

	1º	2º	3º
Curso Técnico Secretário (2 anos) (Decreto somente lista as disciplinas, não define por ano)	1) Correspondência Portuguesa, Francesa e Inglesa; 2) Noções de Direito Constitucional; 3) Legislação Fiscal; 4) Organização de Escritórios; 5) Estenografia; 6) Mecanografia.		
Curso Técnico em Guarda-Livros	1) Contabilidade (Noções preliminares); 2) Matemática Comercial; 3) Noções de Direito Comercial; 4) Estenografia; 5) Mecanografia.	1) Contabilidade Mercantil; 2) Matemática Comercial; 3) Legislação Fiscal; 4) Técnica Comercial; Processos de Propaganda (meios correntes de publicidade); 5) Estenografia; 6) Mecanografia.	
Curso Técnico de Administrador-vendedor	1) Francês Comercial; 2) Inglês Comercial; 3) Matemática Comercial; 4) Merceologia e Tecnologia Merceológica; 5) Desenho; 6) Mecanografia.	1) Noções de Direito Constitucional Civil e Comercial; 2) Economia Política e Finanças; 3) Legislação Fiscal; 4) Geografia Econômica; 5) Técnica Comercial; Processos de Propaganda (métodos de propaganda; preceitos que devem ser observados na sua aplicação e vantagens que proporciona às organizações comerciais e industriais. Exercícios frequentes de redação de anúncios estimulando os dotes de imaginação).	
Curso Técnico de Atuário	1) Contabilidade (Noções preliminares); 2) Matemática Comercial; 3) Noções de Direito Constitucional e Civil; 4) Legislação Fiscal; 5) Esterografia; 6) Mecanografia.	1) Contabilidade Mercantil; 2) Matemática Financeira; 3) Noções de Direito Comercial Terrestre; 4) Economia Política e Finanças; 5) Merceologia e Tecnologia Merceológica; 6) Técnica Comercial e Processos de Propaganda.	1) Contabilidade dos Seguros; 2) Cálculo Atuarial; 3) Legislação de Seguros; 4) Estatística; 5) Seminário Econômico.
Curso Técnico Perito-Contador	1) Contabilidade (Noções preliminares); 2) Matemática	1) Contabilidade Mercantil; 2) Matemática Financeira; 3) Noções de	1) Contabilidade Industrial e Agrícola; 2) Contabilidade

	Comercial; 3) Noções de Direito Constitucional e Civil; 4) Legislação Fiscal; 5) Esterografia; 6) Mecanografia	Direito Comercial Terrestre; 4) Merceologia e Tecnologia Merceológica; 5) Técnica Comercial e Processos de Propaganda; 6) Economia Política e Finanças.	Bancária; 3) História do Comércio, Indústria e Agricultura; 4) Prática do Processo Civil e Comercial; 5) Seminário Econômico; 6) Estatística.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1931)

- d) **Cursos Superior de Administração e Finanças:** (com 17 disciplinas e duração 3 anos). Conferia dois diplomas com e sem defesa de tese: Com defesa de tese os que eram diplomados recebiam o título de Doutor em Ciências Econômicas, e sem defesa de tese recebiam o de Bacharel em Ciências Econômicas.

Quadro 36: Grade Curricular Governo Curso Superior de Administração e Finanças 1931

1º Ano	2º Ano	3º Ano
1) Contabilidade de Transportes; 2) Matemática Financeira; 3) Geografia Econômica; 4) Direito Constitucional e Civil; 5) Economia Política	1) Contabilidade Pública; 2) Finanças e Economia Bancária; 3) Direito Internacional Comercial; 4) Ciência da Administração; 5) Legislação Consular; 6) Psicologia, Lógica e Ética.	1) Direito Administrativo; 2) Política Comercial; Regime Aduaneiro Comparado; 3) História Econômica da América; Fontes da Riqueza Nacional; 4) Direito Industrial e Operário; 5) Direito Internacional (Diplomacia; História dos Tratados; Correspondência Consular e Diplomática); 6) Sociologia.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1931)

- e) **Cursos Especializados:** A oferta de Cursos Especializados era facultativa, porém, para obter reconhecimento oficial do Governo, era obrigatório que as instituições de ensino ofertassem o Curso Propedêutico e, pelo menos, um Curso Especial. Também, eram obrigados a criar e manter, conforme os cursos, em funcionamento, gabinete de física; laboratório de química; museu de merceologia e história natural. De acordo com a respectiva região econômica, biblioteca apropriada; instalações de escritório modelo

para execução dos respectivos exercícios, observações, experiências e escriturações, de acordo com finalidade de cada curso.

Os Cursos Propedêutico e Auxiliar do Comércio foram definidos como “porta de entrada para os demais Cursos Técnicos e Superior. Determinou idade mínima de 12 anos e para matrícula, no 1º ano, o candidato deveria apresentar os seguintes documentos: 1) certidão provando a idade mínima de 12 anos; 2) certificado de aprovação, nos exames de admissão; 3) atestado de sanidade e vacinação ou revacinação recente; e 4) recibo de pagamento da taxa de matrícula.

Como os Cursos Técnicos eram continuação do ensino comercial iniciado pelos Cursos Propedêutico e Auxiliar do Comércio, para matrícula, era obrigatório apresentar certificado de conclusão do Curso Propedêutico, ou certificado de aprovação, na 5ª série do curso secundário expedido pelo Colégio Pedro II, ou institutos congêneres a este equiparado. Também apresentar os documentos relacionados: 1) atestado de identidade; 2) atestado de idoneidade moral; 3) atestado de sanidade; e 4) recibo de pagamento da taxa de matrícula.

Para ingresso no Curso Superior de Administração e Finanças, era exigido os diplomas de Atuário ou de Perito-Contador, além dos itens para matrícula nos cursos técnicos. Poderiam ingressar os alunos diplomados em Atuário e Perito-Contador, desde que comprovassem aprovação.

Sobre o regime escolar, regulamentou que o ano letivo teria início, em 1 de março e, termino em 30 de novembro, as férias escolares seriam na 2ª quinzena de junho a 1ª de julho. Determinou o número mínimo de 2 aulas por semana, com a duração mínima de 40 minutos, totalizando 18 aulas por ano de cada disciplina, com exceção do preparatório para o exame de admissão.

Como formas de avaliação, para a aprovação final, eram consideradas: frequência obrigatória de, no mínimo, dois terços das aulas de cada disciplina; provas trimestrais; trabalhos práticos; e arguições ao longo do ano letivo. As provas escritas eram aplicadas pelos professores e as provas orais por banca examinadora. O aluno deveria obter média igual ou superior a 3, em cada disciplina e média igual ou superior a cinco, no conjunto das disciplinas.

O provimento das vagas, para os cargos de professor, era por meio de concurso ou estágio, no magistério de, no mínimo, 2 anos. Os docentes eram responsáveis por elaborar os

programas e compêndios (livros, manuais, livretos, etc.) das suas aulas, que eram submetidos à aprovação da fiscalização do órgão responsável do Governo antes do início das aulas. Ainda em relação à fiscalização, o Decreto determina em seus artigos 24 e 25 que:

Art. 24. Os professores terão completa autonomia doutrinária nas matérias de suas cadeiras.

Art. 25. A fiscalização terá o direito de chamar a atenção para erros e defeitos dos métodos de ensino e para tudo o que estiver fora dos preceitos e das instruções expedidas pela Superintendência do Ensino Comercial, podendo propor a suspensão das regalias das escolas, se estas não atenderem às suas exigências (BRASIL, 1931).

Outro grande marco desse Decreto foi a regulação da profissão de contador, os certificados do Curso Elementar do Comércio e dos diplomas dos Cursos Técnicos de Perito-Contador, Guarda-Livros, Administrador-Vendedor, Atuário, Secretário e o Curso Superior de bacharel em Ciências Econômicas, expedidos pelos estabelecimentos reconhecidos pela Superintendência, que recebiam diplomas, títulos ou atestados de guarda-livros e contadores. Também foram considerados contadores os portadores de diplomas conferidos, na vigência da legislação anterior, por institutos de ensino comercial reconhecidos oficialmente.

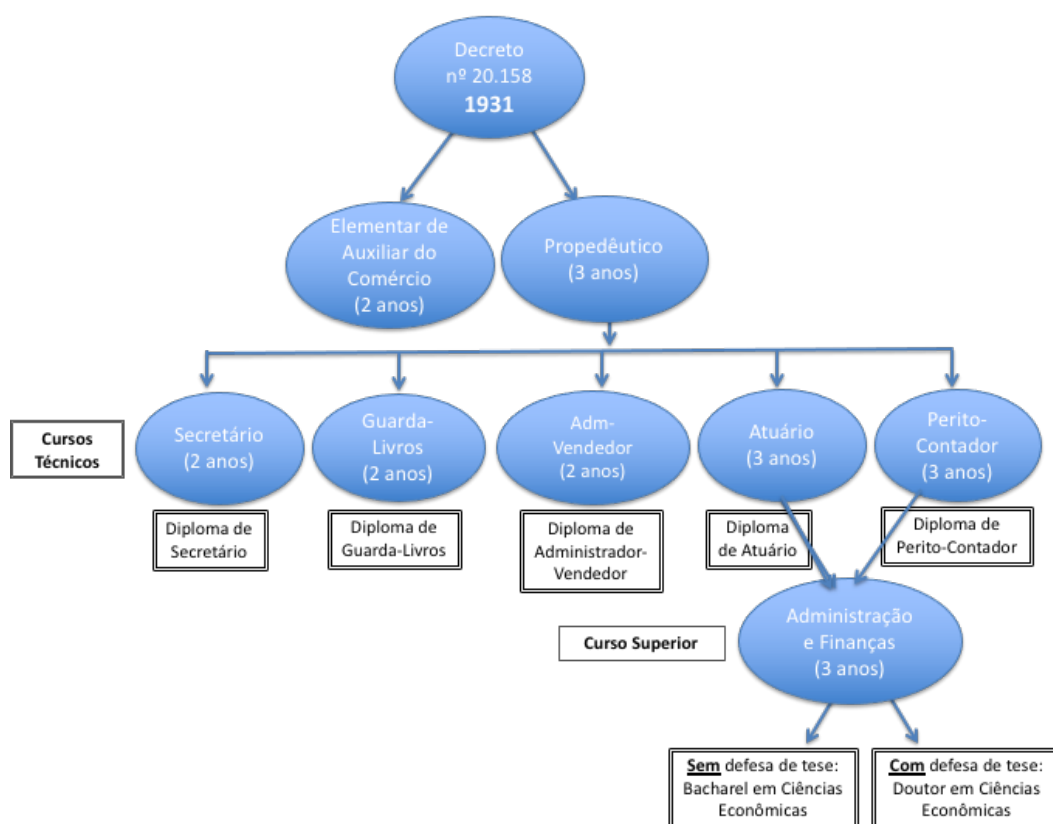
Os guarda-livros práticos, ou seja, que já exerciam ou tinham exercido a profissão, gozaram das prerrogativas do Decreto 1931. Para tal, os mesmos deveriam requerer ao superintendente do Ensino Comercial e submetidos a exames de habilitação. Os diplomas registrados, na Superintendência do Ensino Comercial, davam o direito aos profissionais de exercerem sua profissão em todo o território nacional.

As escolas de ensino eram responsáveis pela organização do livro de registro com a relação dos alunos diplomados, desde a sua fundação e encaminhar à Superintendência do Ensino Comercial. Os diplomados pelo Curso Superior de Administração e Finanças, tinham algumas regalias especiais, como por exemplo, preferência para assumir cargos públicos e nos concursos para provimento de professores dos estabelecimentos de ensino comercial. No entanto, também os diplomados, nos demais cursos, de acordo com a área de especialização, gozavam de preferência para assumir determinadas posições de trabalho, em repartições federais, estaduais e municipais, bem como em empresas concessionárias de serviços públicos.

O Decreto de 1931 informa que estavam proibidos de atuar, no ensino comercial, os estabelecimentos não reconhecidos pelo Governo, sob pena de multa de cinco contos de réis (5:000\$0) imposta pela Superintendência do Ensino Comercial.

Com base no Decreto de 1931, é demonstrada, na Figura 44, a seguir, a estrutura dos cursos comerciais. Apreende-se, a partir desta figura, que os cursos foram esquematizados em três níveis. O primeiro nível estavam os cursos: Propedêutico, sendo este, pré-requisito para ingresso, nos cursos técnicos, e Elementar de Auxiliar do Comércio. No segundo nível, os cursos técnicos, estavam subdivididos em Secretário, Guarda-Livros e Administrador-Vendedor; Atuário e Perito-Contador. Saes e Cytrynowicz (2001, p. 46) chamam atenção para os cursos de Guarda-livros e Perito-Contador, que estavam relacionados “mais diretamente à contabilidade”, e o curso de Administrador-Vendedor relacionado às atividades de administração, como evidência de “superposições” entre as atuações de contador e administrador.

Figura 44: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1931



Fonte: Desenvolvida pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1931)

Outro aspecto importante, a partir da estrutura apresentada, na Figura 38, é que somente os formados em Atuário e Perito-Contador poderiam dar continuidade à formação superior em Administração e Finanças. Sobre esse aspecto, Saes e Cytrynowicz (2001, p. 46) afirmam que o diplomado, em bacharel em Ciências Econômicas, “era um contador que havia aprofundado seu conhecimento” e conquistado em função do título recebido “maior prestígio social”. Barros (2017, p. 94) afirma que o bacharel em Ciências Econômicas apresentava “características” diferentes dos atuais bacharelados, tendo em vista, que originavam de cursos, com “abordagem prática”, com ausência de “sofisticação acadêmica”, não gozava de “status universitário”, e ainda, que “não eram frequentados pelas elites” da época. Saes e Cytrynowicz (2001, p. 46) argumentam que curso de Administração e Finanças era diferenciado, em relação aos “cursos universitários tradicionais (Direito, Engenharia, Medicina)”. Isso porque, segundo os autores, os alunos oriundos dos cursos técnicos comerciais não podiam ingressar nos “cursos universitários tradicionais” e os concluintes do ensino secundário (nos ginásios e liceus) não tinham permissão para cursar, no “superior de Administração de Finanças, por não terem curso técnico de contador ou atuário”. Sobre essa distinção entre o ensino comercial (nível técnico e superior) e “cursos universitários tradicionais”, sugere que o ensino comercial, de caráter mais prático, “deveria ser segregado das áreas mais nobres de conhecimentos, estas reservadas às elites e às camadas mais altas da classe média” (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 48).

Barros (2017, p. 94) considera que o curso de Administração e Finanças “formalizou o Ensino Superior dedicado, principalmente, a matérias administrativas”. Para Saes e Cytrynowicz (2001, p. 46), os formandos do curso Administração e Finanças estavam capacitados a exercerem “funções de administrador”, sendo assim, as profissões de economista, contador e administrador, ainda não eram, nesse momento, “especializações alternativas e sim com partes de uma mesma atividade – a gestão de negócios públicos e privados”.

Segundo Peres (2007, p. 11), o Decreto de 1931 determinou um “padrão federal do ensino comercial”, ao estabelecer que todas as instituições de ensino comercial deveriam solicitar “fiscalização e reconhecimento” à Superintendência do Ensino Comercial, como pré-requisito para receberem “favores legais”. Além de estabelecer um “padrão federal do ensino comercial”, o Decreto regulamentou sobre profissão de contador, no entanto, não esclareceu as possíveis superposições profissionais entre contadores, administradores e economistas. Segundo Saes e Cytrynowicz (2001 p. 47-48), apesar do Decreto regulamentar a profissão de contador, também, abrangeu os diplomados em bacharel em Ciências Econômicas, oriundos do

curso de Administração e Finanças. Mesmo sendo um momento importante em assegurar a existência de um curso superior, na área do ensino comercial com título de bacharel, o Decreto não foi capaz de distinguir as superposições do ponto de vista legal e social entre as “profissões de economista, contador e administrador”, preponderando “a imagem e as habilitações profissionais do contador”. Ao mesmo tempo, por outro lado, estimulou a identificação profissional do “economista” apartada do “contador” e com status diferenciado em função do título recebido de bacharel em ciências econômicas, distinguindo-se, portanto, do número crescente de contadores formados pelo ensino comercial.

Como visto, sobre o Decreto de 1931, o mesmo decreto reorganizou o ensino comercial e regulamentou a profissão de contador, segundo Barros (2017) e Saes e Cytrynowicz (2001), também foi responsável pelo primeiro curso superior de Administração e Finanças, no país.

Peres (2007, p. 12) afirma, com base no relatório de 1932 do ministro da educação, que havia, no Brasil, à época, 192 cursos em instituições fiscalizadas, sendo: 81 cursos em São Paulo; 29 no Distrito Federal; 27 em Minas Gerais. Ainda informa que 100 instituições ofertavam o Curso Propedêutico e o Curso Técnico de Contador; 64 escolas possuíam Curso Propedêutico e o Curso Técnico de Guarda-Livros, ou seja, 85% das escolas de comércio do país possuíam o Curso Propedêutico e pelo menos um curso técnico.

3.9.2.7 Decreto-Lei nº 6.141; Decreto-Lei nº 6.142; Decreto-Lei nº 14.373 todos de 28 de dezembro de 1943

Os Decretos de 1931 e 1943 trouxeram grandes transformações, na organização do ensino comercial brasileiro. Denominada Lei Orgânica do Ensino Comercial o Decreto-Lei nº 6.141 de 1943, foi promulgado pelo ministro Gustavo Capanema, Ministro de Educação do Governo de Getúlio Vargas. Para Peres (2007), a política do ensino comercial estabelecida, na era Vargas, consolidada, nos Decretos de 1931 e 1943, favoreceu a expansão das escolas de comércio que aconteceram, nas décadas posteriores de 1950 e 1960.

O Decreto de 1943, Lei Orgânica do Ensino Comercial, estabelece o regime do ensino comercial como de segundo grau ou ensino secundário. Percebe-se a tendência em definir os cursos em caráter “técnico”, para profissionais de nível médio. Este Decreto é composto por 62 artigos e alterou a base do ensino comercial, em ciclos, regeu sobre os cursos, tipos de

estabelecimentos de ensino comercial, articulações e continuidade, no ensino comercial, com outras modalidades de ensino, regime escolar, requisitos para matrícula, entre outros.

De acordo com este Decreto, a estrutura dos cursos passou a ter 1º Ciclo e 2º Ciclo de ensino, cada ciclo desdobrado em **Cursos de Formação**; **Cursos de Continuação**; **Cursos de Aperfeiçoamento**. Nos Cursos de Formação, havia cursos do 1º e 2º ciclos. No 1º Ciclo, somente o Curso Comercial Básico, com 4 anos de duração, eram ministrados elementos gerais e fundamentais do ensino comercial. Para ingresso, o candidato deveria ter pelo menos 11 anos, ter educação primária e ser aprovados em exame de admissão. Os formandos eram diplomados em Auxiliar de Escritório. Já, nos cursos do 2º Ciclo, havia cinco cursos técnicos: 1) Curso de Comércio e Propaganda (Diploma em Técnico em Comércio e Propagandas); 2) Curso de Administração (Diplomado em Assistente de Administração); 3) Curso de Contabilidade (Diplomado em Guarda-Livros); 4) Curso de Estatística (Diplomado em Estatístico Auxiliar); 5) Curso de Secretariado (Diplomado em Secretário). Para iniciar o 2º ciclo, era exigida a conclusão do Curso Comercial Básico ou ensino secundário (ou normal). Os cursos técnicos tinham duração de 3 anos e eram destinados “ao ensino de técnicas próprias ao exercício de funções de caráter especial no comércio ou na administração dos negócios públicos e privados” (BRASIL, 1943). É importante salientar, que era facultativo aos estabelecimentos de ensino comercial realizarem exames de admissão para os cursos técnicos de comércio.

Ainda em relação à estrutura dos cursos de formação, eram constituídos, essencialmente, do ensino de disciplinas (cultura geral e cultura técnica) e de práticas educativas (educação física, obrigatória até 21 anos; canto orfeônico, obrigatório até 16 anos, instrução pré-militar, para os alunos do sexo masculino, até atingirem a idade própria da instrução militar).

Apesar do Decreto de 1943 não especificar a grade curricular do Curso Comercial Básico, segundo Peres (2007, p. 14), este curso do 1º Ciclo fazia parte dos cursos de formação e era composto pelas disciplinas:

Cultura Geral: português, francês e matemática (nas quatro séries); inglês (em três séries); geografia geral, história geral, geografia do Brasil e história do Brasil (em duas séries); ciências naturais e economia doméstica (em uma série, sendo esta última apenas para as alunas). Cultura Técnica: desenho, caligrafia,

datilografia, estenografia e prática de escritório e escrituração mercantil (PERES, 2007, p. 14, grifo meu).

O autor também apresenta as disciplinas dos Cursos Técnicos de Cultura Geral: “português (nas três séries); francês ou inglês (em duas séries); matemática (em duas séries); física e química, biologia, geografia humana do Brasil; história administrativa e econômica do Brasil (em uma série)” (PERES, 2007, p. 14, grifo meu).

Quadro 37: Grade Curricular Governo Cultura Técnica 1943

Administração	Contabilidade	Comércio e Propaganda	Estatística	Secretariado
1) Elementos de administração; 2) Elementos de Economia; 3) Elementos de Estatística; 3) Contabilidade Geral; 4) Contabilidade Aplicada; 5) Organização dos Serviços Públicos; 6) Organização das Empresas; 7) Administração de Pessoal; 8) Administração de Material; 9) Elementos de Finanças; 10) Direito Usual; 11) Mecnografia	1) Contabilidade Geral; 2) Contabilidade Comercial; 3) Contabilidade Industrial; 4) Contabilidade Bancária; 5) Contabilidade Pública; 6) Elementos de Economia; 7) Elementos de Estatística; 8) Organização e Técnica Comercial; 9) Merceologia; 10) Prática Jurídica Geral e Comercial; 11) Mecnografia.	1) Elementos de Economia; 2) Elementos de Estatística; 2) Merceologia; 3) Contabilidade Geral; 4) Contabilidade Aplicada; 5) Organização e Técnica Comercial; 6) Técnica da Compra, Venda, Armazenamento e Distribuição; 7) Comércio de Exportação e Importação; 8) Técnica da Propaganda; 9) Direito Usual; 10) Mecnografia; 11) Desenho Técnico	1) Estatística Geral; 2) Estatística Aplicada; 3) Complementos de Matemática e Cálculos Estatísticos; 4) Ciências Sociais; Elementos de Contabilidade; 5) Mecnografia; 6) Desenho Técnico.	1) Elementos de Contabilidade; 2) Organização e Técnica Comercial; 3) Estudos Sociais; 4) Biblioteconomia e Arquivista; 5) Direito Usual; 6) Psicologia das Relações Humanas; 7) Datilografia; 8) Estenografia; 9) Mecnografia

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1943)

Cabe salientar que, tanto as disciplinas como as práticas educativas, deveriam ser organizadas e, periodicamente, revistas, em programas e conter, além do sumário da matéria, as adequadas instruções metodológicas. Além disso, os alunos deveriam realizar trabalhos complementares como atividades sociais escolares e excursões, em repartições públicas ou

estabelecimentos comerciais ou industriais, tendo como finalidade a observação dos alunos em atividades relacionadas a seus estudos²³.

Sobre o regime escolar, regulamentou que o ano letivo teria início, em 15 de março e termino em 15 de dezembro (9 meses), e férias escolares de 3 meses. Determinou o a distribuição do tempo de 21 a 24 horas por semana. Cada estabelecimento comercial era responsável em estabelecer e divulgar os horários escolares, em acordo com o número obrigatório de aulas semanais de cada disciplina e de cada prática educativa. A avaliação dos alunos era realizada com base no resultado obtido por meio de notas em lições, exercícios e exames, também no resultado final, os trabalhos complementares. Além de apresentar os requisitos de aptidão para matrícula, nos cursos de formação, os candidatos deveriam ainda comprovar que não eram portadores de doença contagiosa e estar com vacinação em dia.

Os **Cursos de Continuação** (ou cursos práticos de comércio) eram cursos do 1º Ciclo, destinados “a dar a candidatos não diplomados no ensino comercial uma sumária preparação profissional que habilite às mais simples ou correntes atividades no comércio e na administração” (BRASIL, 1943). Os **Cursos de Aperfeiçoamento**: Nesse caso, poderiam ser os cursos do 1º Ciclo e 2º Ciclo, e tinham “por finalidade proporcionar a ampliação ou elevação dos conhecimentos e capacidades técnicas de profissionais diplomados (BRASIL, 1943).

O Decreto dividiu as instituições de ensino comercial, em duas modalidades: 1) **Escolas Comerciais**: Responsáveis em ministrar o Curso Comercial Básico; e 2) **Escolas Técnicas de Comércio**: Poderia também ofertar o Curso Comercial Básico e obrigadas a, pelo menos, um dos cinco Cursos Comerciais Técnicos. Ambas as modalidades de escolas poderiam ministrar cursos de Continuação e de Aperfeiçoamento. O Decreto estabelece três tipos de instituições de ensino comercial: Estabelecimentos Federais: administrados pela União e gratuitos para os alunos; Estabelecimentos Equiparados: administrados pelos estados ou Distrito Federal, desde que autorizados pela União; Estabelecimentos Reconhecidos: administrados pelos municípios ou pela iniciativa privada. O Ministério da Educação era responsável pela fiscalização das escolas de ensino comercial Reconhecidas e Equiparadas, em relação ao funcionamento

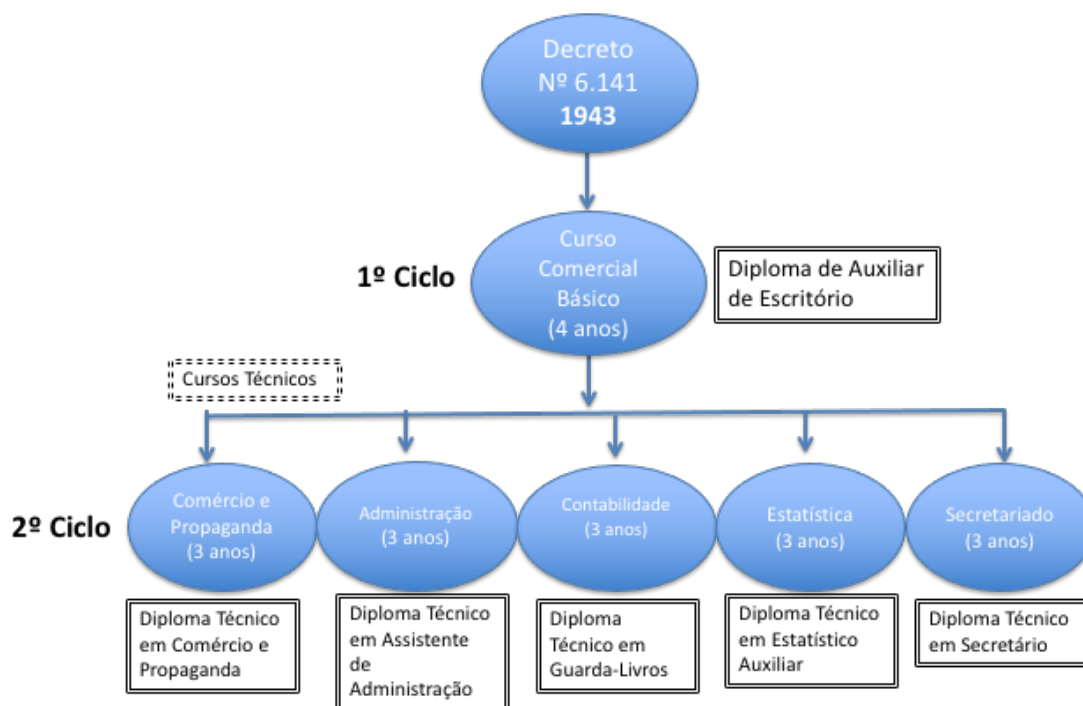
²³ O ensino da religião poderia ser incluído pelos estabelecimentos de ensino comercial, porém não tinha caráter obrigatório. Já o ensino de Educação Moral e Cívica, deveria ser desenvolvido na execução de todos os programas, e no próprio processo da vida escolar, em todas as atividades e circunstâncias.

administrativo e pedagógico. O provimento de vagas efetivas de professores e orientadores das instituições de ensino comercial deveria ser mediante prestação de concurso.

Outro importante aspecto deste Decreto, foi em relação à articulação do ensino comercial com outros cursos. Por exemplo, os egressos de qualquer Curso Comercial Técnico poderiam ingressar em cursos superiores de outras instituições de ensino, desde que satisfeitas as condições de admissão. Os egressos do Curso Comercial Básico poderiam progredir para os Cursos Técnicos e com o ensino primário; os egressos dos Cursos Técnicos poderiam progredir para os ensinos secundário e normal.

Percebe-se, ao observar a Figura 45, a seguir, que o aluno teria que estudar 7 anos, Curso Comercial Básico (4 anos) mais Cursos Técnicos (3 anos), para receber a qualificação em técnico na área de conhecimento escolhida. A estrutura completa dos cursos comerciais de acordo com o Decreto de 1943, encontra-se demonstrada, na Figura 45.

Figura 45: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1943



Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-Lei, BRASIL (1943)

Saes e Cytrynowicz (2001, p. 48) chamou atenção para nova estrutura de “ensino comercial secundário”. Segundo os autores, o curso técnico de Contabilidade (3 anos) se destacou entre os demais, tendo em vista, que o diploma em técnico em guarda-livros “permitia o exercício das funções privativas do contador (inclusive assinar balanços)”.

A exclusão dos cursos superiores estabelecidos, nos Decretos anteriores de 1905, 1923, 1926 e 1931, sinaliza mudanças efetivadas de fato Decreto de 1945 com a regulação dos cursos superiores, no Brasil. Também se observa que os cursos superiores passam para alçada da Diretoria do Ensino Superior do Ministério da Educação. Logo, os cursos superiores passaram a ter regulamentação apartada dos Cursos Técnicos, de nível médio, regulados pela jurisdição da Lei Orgânica do Ensino Comercial de 1943. Segundo Peres (2007, p. 16), essa organização do ensino comercial técnico de nível médio sobreviveu até a promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – Decreto-Lei n.º 4.024, de 20/12/1961. A partir deste decreto, os cursos comerciais se configuraram como ensino técnico de grau médio, “ao lado do curso industrial e do agrícola, ministrados todos em dois ciclos: o ginásial, de quatro anos; e o colegial de, no mínimo, três anos”.

3.9.2.8 Decreto-Lei nº 7.988 de 22 de setembro de 1945

O Decreto de 1945, no final do “Estado Novo”, ainda no Governo de Getúlio Vargas, tem como ponto central reger sobre o ensino superior em Ciências Econômicas e Ciências Contábeis e Atuariais. Ao mesmo tempo, extinguiu o Curso Superior em Administração e Finanças, bem como o Curso Técnico de Atuário, ambos regulados pelo Decreto de 1931. Segundo Coelho e Nicolini (2014, p. 377), o curso extinto de Administração e Finanças era ofertado em alguns estabelecimentos privados e “não passavam de extensões das escolas de comércio, ainda que tivessem, muitas vezes, o nome de ‘faculdade’”.

Além disso, alterou a denominação da Faculdade Nacional de Política e Economia, criada, na Universidade do Brasil (no Rio de Janeiro), pela Lei nº 452, de 5 de julho de 1937, para Faculdade Nacional de Ciências Econômicas. Declarou que a mesma funcionaria como centro nacional de estudos e pesquisas para desenvolvimento de conhecimentos científico e técnico. No entanto, Coelho e Nicolini (2014, p. 377) afirmam que a Faculdade Nacional de Política e Economia idealizada pelo Ministro da Educação, Gustavo Capanema, não saiu “do papel”, pois não foi implantada nem pelo próprio Governo Federal, na Universidade do Brasil.

Em relação à estrutura dos cursos, ambos tinham duração de 4 anos e distribuição das disciplinas, conforme apresentados, nos quadros, abaixo:

1) **Superior em Ciências Econômicas:****Quadro 38:** Grade Curricular Governo Curso Superior em Ciências Econômicas 1945

1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano
1) Complementos de Matemática. 2) Economia Política. 3) Valor e Formação de Preços (I). 4) Contabilidade Geral. 5) Instituições de Direito Público.	1) Estrutura das Organizações Econômicas. 2) Valor e Formação de Preços (II). 3) Moeda e Crédito. 4) Geografia Econômica. 5) Estrutura e Análise de Balanços. 6) Instituições de Direito Privado.	1) Repartição da Renda Social. 2) Comércio Internacional e Câmbios. 3) Estatística metodológica. 4) História Econômica. 5) Ciência das Finanças. 6) Ciência da Administração.	1) Evolução da Conjuntura Econômica Financeira. 2) Política financeira. 3) História das Doutrinas Econômicas. 4) Estudo Comparado dos Sistemas Econômicos. 5) Estatística Econômica. 6) Princípios de Sociologia Aplicados à Economia.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1945)

2) **Superior em Ciências Contábeis e Atuariais:****Quadro 39:** Grade Curricular Governo Curso Superior em Ciências Contábeis e Atuariais 1945

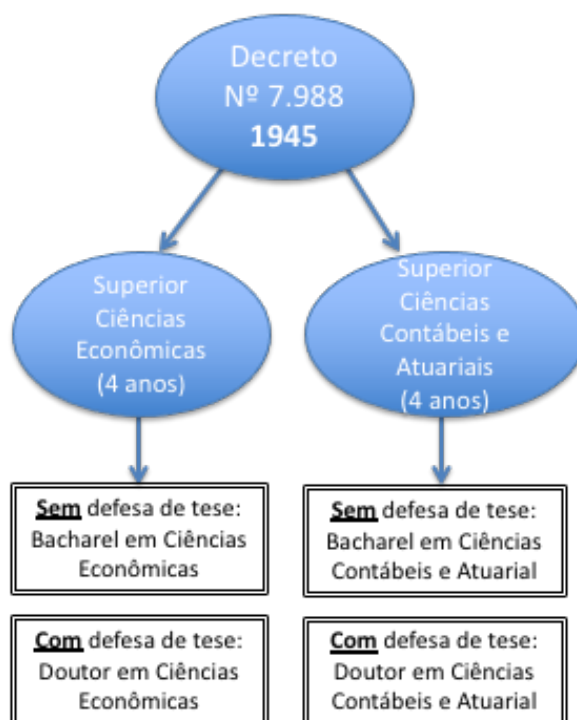
1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano
1) Análise Matemática. 2) Estatística Geral e Aplicada. 3) Contabilidade Geral. 4) Ciência da Administração. 5) Economia Política.	1) Matemática Financeira. 2) Ciência das Finanças. 3) Estatística Matemática e Demográfica. 4) Organização e Contabilidade Industrial e Agrícola. 5) Instituição de Direito Público.	1) Matemática Atuarial. 2) Organização e Contabilidade Bancária. 3) Finanças das Empresas. 4) Técnica Comercial. 5) Instituições de Direito Civil e Comercial.	1) Organização e Contabilidade de Seguros. 2) Contabilidade Pública. 3) Revisões e Perícia Contábil. 4) Instituições de Direito Social. 5) Legislação Tributária e Fiscal. 6) Prática de Processo Civil e Comercial.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-lei, BRASIL (1945)

No Decreto de 1945, os candidatos aos cursos superiores de Ciências Econômicas, Ciências Contábeis e Atuariais deveriam prestar vestibular, comprovar conclusão, nos cursos clássico, científico ou diploma de conclusão de qualquer dos cursos comerciais técnicos. Dessa forma, a partir deste Decreto, foi eliminada a exigência de conclusão exclusiva do ensino comercial para ingresso, nos novos cursos superiores, assim como foi no curso de Administração e Finanças, conforme Decreto 1931 (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001). Os autores, ainda, comentam que, a partir neste Decreto, os novos cursos foram “equiparados, do ponto de vista legal, aos cursos superiores tradicionais como Direito, Medicina e Engenharia” (SAES; CYTRYNOWICZ, 200, p. 49).

Os egressos dos cursos superiores recebiam o título de bacharel em ciências econômicas, para os formados em Ciências Econômicas, e bacharel em ciências contábeis e atuariais os concluintes do curso de Ciências Contábeis e Atuariais. Assim como, poderiam receber o título de doutor os bacharéis que defendessem tese, conforme demonstrado, na Figura 46, a seguir.

Figura 46: Estrutura dos Cursos Comerciais em 1945



Fonte: Desenvolvido pela autora com base no Decreto-Lei, BRASIL (1945)

Concluiu-se que, a partir da análise da estrutura dos cursos deste Decreto, foi desfeita a unidade do ensino comercial antes existente. Os cursos de Contabilidade, Atuária e Economia foram desmembrados, de acordo com o campo de conhecimento, os egressos passaram a receber os títulos de forma separada em bacharel em ciências econômicas e ciências contábeis e atuariais que, antes, conforme Decreto 1931, eram diplomados unicamente em Ciências Econômicas.

Saes e Cytrynowicz (2001) destacam os motivos do próprio ministro da Educação, à época, Gustavo Capanema, para mudanças propostas, no Decreto-Lei de 1945, sobre a separação das áreas de conhecimento de economia e contabilidade. Em relação ao curso de Ciências Econômicas, o ministro comenta:

(...) o curso de ciências econômicas deixa de ter natureza genérica. Em vez de reunir disciplinas de estudos econômicos, jurídicos, administrativos, numa composição complexa, o novo curso propõe-se, especialmente, à formação do economista, ministrando para isso completos e altos estudos de ciências econômicas, em disciplinas que contém a matéria na sua generalidade e fundamentos, assim como nos seus mais importantes e especializados ramos. É de notar que o curso abrange, também, além dos estudos dos problemas fundamentais do direito, estudos gerais de administração (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 49).

Os autores, ainda, transcrevem a justificativa do ministro da educação em relação ao curso de Ciências Contábeis e Atuariais, segundo ele:

(...) não podia, porém, abranger toda a complexidade dos estudos de contabilidade, pelo que foi reconhecida a conveniência de serem eles também realizados no ensino superior. Reconheceu-se, igualmente, quando foi elaborada a reforma do ensino comercial, que os estudos de atuária, pela sua dificuldade, deviam ser feitos no ensino superior (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 49).

Apesar da separação dos cursos de Contabilidade, Atuária e Economia, ao comparar as grades curriculares dos cursos superiores de Administração e Finanças (Decreto 1931) e Contabilidade, Atuária e Economia (Decreto 1945), observa-se que a disciplina de Ciência da Administração é mantida, em todas as grades curriculares, conforme demonstrado, nos Quadros 38 e 39. Saes e Cytrynowicz (2001, p. 51) esclarecem que a Ciência da Administração, ou

Administração de Empresas, era “objeto de estudo”, nos cursos superiores em Contabilidade e Atuária, bem como em Economia, sem que se julgasse necessário o estabelecimento de um curso específico de Administração, logo, contadores e economistas estariam habilitados, naquele momento, “a suprir as necessidades de gestão de negócios públicos e privados”. Coelho e Nicolini (2014, p. 377) atribuem o “desprestígio” do curso de Administração e Finanças às “deformidades curriculares do curso e seu status não universitário corroborariam para o difícil reconhecimento social da formação acadêmica em administração naquele momento”.

Somente, a partir do Decreto de 1945, e seus desdobramentos funcionais, a Universidade do Brasil e a Universidade de São Paulo passaram a incluir, em 1946, em suas estruturas “faculdades destinadas” a ministrar cursos de Ciências Econômicas, Ciências Contábeis e Atuariais, “reconhecendo não somente sua necessidade prática, mas também seu caráter científico” (SAES; CYTRYNOWICZ, 2001, p. 51). O Decreto de 1945, apesar de deixar de fora o curso de Administração, consolidou as profissões de Contador e Economista.

Para Barros (2017, p. 89) e Da Silva e Bauer (2018, p. 4), o curso superior de Administração e Finanças, bem como as Escolas de Comércio foram, mutuamente, “ponto de partida” para difusão do “conhecimento” e no desenvolvimento da Administração, no país.

3.9.2.9 Decreto-Lei nº 1.076 de 31 de março de 1950

O Decreto de 1950, publicado pelo Presidente do Brasil, Eurico Gaspar Dutra (1946-1951), após o Estado Novo, é um decreto breve de cunho administrativo, que trouxe como principal determinação garantir aos estudantes, que concluíssem o primeiro ciclo, conforme Decreto de 1945, do ensino comercial, industrial ou agrícola, ingressarem, nos cursos clássico e científico, desde que os alunos complementassem os estudos, prestando exame das disciplinas não estudadas que faziam parte do primeiro ciclo do curso secundário. Os exames eram realizados em estabelecimentos de ensino secundário federal, reconhecido ou equiparado. Este Decreto, também, ratificou que os egressos do ensino comercial, dos Cursos Técnicos, teriam garantida a matrícula nos cursos superiores, desde que aprovados em exames vestibulares.

Dessa forma, conclui-se que o Decreto de 1950 deu continuidade à política educacional de articulação entre cursos e formações iniciado, no Decreto de 1943. Nesse caso, tornou mais

flexível aos estudantes do 1º ciclo dos ensinos comercial, industrial e agrícola o acesso aos cursos clássico ou científico, mesmo que condicionados a prestarem exames das disciplinas não estudadas.

Atentando para o período temporal que compreende esta tese de doutorado, encerramos, no Decreto de 1950, o levantamento das regulamentações do ensino comercial e a narrativa historiográfica das instituições de ensino comercial. No próximo capítulo, serão apresentadas as análises e exporemos as discussões baseadas em reflexões realizadas pela autora acerca do tema.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Este capítulo tem o objetivo apresentar como as disciplinas do ensino comercial se desenvolveram, no tempo, desde da Fase AC até a Fase EC. Em seguida, será analisado o conteúdo das disciplinas vis-à-vis com o escopo de marketing, tendo como base o Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), apresentado, no capítulo 2, seção 2.4. Mais adiante, detalharemos a proposta de periodização, em quatro fases desenvolvidas, seguindo as orientações de Hollander et al. (2008), também, apresentado, no capítulo 2.

Ao final da análise, serão apresentadas as conexões entre o que era ensinado, desde a Aula do Commercio, e o que hoje denominamos como sendo Marketing.

No tópico seguinte, será apresentada a trajetória das disciplinas que representam a continuidade do ensino comercial.

3.1 Trajetória das Disciplinas do Ensino Comercial

Neste item, foram analisadas as disciplinas que apresentam associação com o escopo de Marketing, a seleção das disciplinas se deu, a partir das grades curriculares do ensino comercial, que compreende o período temporal do presente estudo. Informou-se que as disciplinas foram organizadas, conforme as fases do ensino comercial apresentadas, no capítulo 2, seção 2.5, a ser exploradas, mais profundamente, na seção 4.2 deste capítulo. As fases do ensino comercial definidas, nesta tese, são: Fase AC (Aulas do Comércio): de 1809 a 1856; Fase IC (Instituto de Comercial): de 1856 a 1880; Fase Pré-EC (Pré-Escolas de Comércio): de 1882; e Fase EC (Escolas de Comércio): de 1902 em diante.

Nas Fases AC e IC, pôde-se atestar que existia uma quantidade reduzida de disciplinas para cursos com três anos de duração. No entanto, o conteúdo ensinado abrangia vários temas, com isso, as disciplinas apresentavam um escopo de ensino amplo. Observou-se que, a partir da Fase EC, a quantidade ofertada de disciplinas passou a ser maior. Além do aumento do número disciplinas, percebeu-se a presença de disciplinas mais específicas ou, até mesmo, mais técnicas, como é o caso de Estudo das Mercadorias, Técnicas de Propaganda, ao invés de disciplinas, abarcando vários temas, como será apresentada, a seguir, a trajetória das disciplinas.

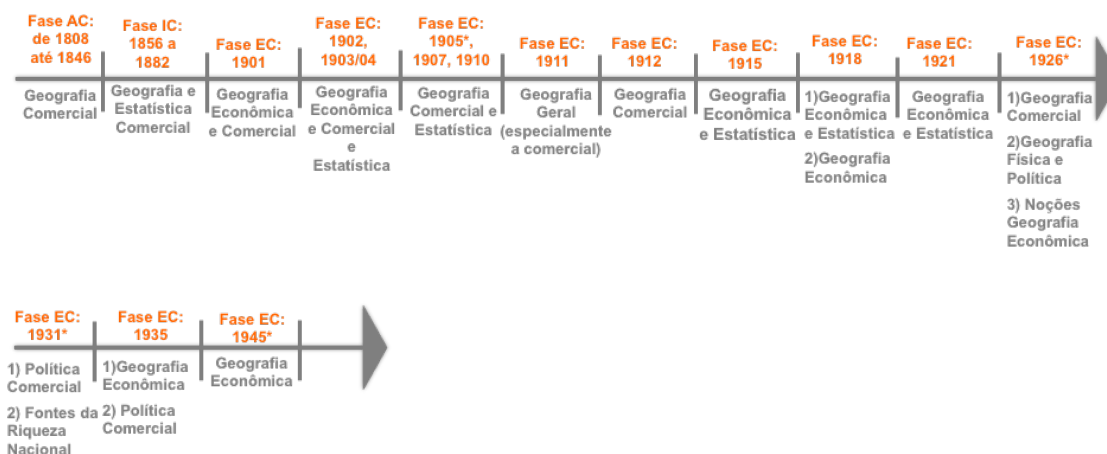
No item posterior, serão apresentadas as disciplinas na seguinte ordem: Geografia Comercial (Fases AC, IC e EC); História do Comércio (Fases AC, IC, Pré-EC e EC); História dos Tratados (Fase EC), Tecnologia Industrial e Mercantil (Fase EC); Estudo Geral de Mercadorias (Fase EC); Processo de Propaganda Comercial e Anúncios (Fase EC); e Técnica Comercial (Fase EC). Ressalta-se que todas as disciplinas foram analisadas com base, nos mesmos critérios, mas levando em consideração o momento e o contexto, no qual foram desenvolvidas.

Assim como as fases do ensino comercial, verificou-se que as disciplinas transitaram de uma fase para outra. Na Fase AC, os conteúdos eram menos parecidos com o ensino de Marketing, na atualidade, e, na Fase EC, mais semelhante com o atual ensino de Marketing, conforme será demonstrado em seguida.

4.1.1. Disciplina Geografia Comercial

Observou-se, na trajetória da disciplina Geografia Comercial, que houve transitoriedade e continuidade iniciada, na Aula do Commercio, Fase AC, passando pela Fase IC até o curso superior de Administração e Finanças, na Fase EC. Atestou-se que a disciplina teve uma trajetória longa e sofreu diversas modificações ao longo do tempo. Para fins de compreensão, esquematizou-se uma linha temporal da trajetória da disciplina Geografia Comercial, apresentada, na Figura 47, a seguir, que demonstra o caminho percorrido, ao longo do período estudado, no presente trabalho.

Figura 47: Trajetória Geografia Comercial



Fonte: Desenvolvida pela autora

A disciplina Geografia Comercial apareceu pela primeira vez, no Plano de curso da Aula do Comercio da Bahia, com a nomenclatura de Geografia, entendeu-se que é a mesma disciplina do Plano de Curso da Aula de Pernambuco, em função das similaridades, na descrição do conteúdo de ambas. Ainda, na Fase AC, o Decreto de 1846 manteve a nomenclatura Geografia Comercial, porém são criadas Geografia Geral e Geografia do Brasil. Dessa forma, o núcleo das geografias passa a ter três disciplinas.

Na Fase IC, o Decreto de 1856 transformou a disciplina em Geografia e Estatística Comercial. Nos Decretos de 1861, 1863 e 1880, a disciplina Geografia e Estatística Comercial é mantida. Em especial, o Decreto 1863 estipulou que Geografia e Estatística Comercial se repetiriam, no 2º e 3º anos do Curso Comercial do Instituto Comercial, indicando que a quantidade de horas dedicadas ao ensino dessa disciplina aumentou.

Na Fase EC, verificou-se, desde a proposta de Veiga Filho, em 1901, para criação da Fecap, a presença de Geografia Econômica e Comercial. Apesar da nomenclatura ser diferente de Geografia e Estatística Comercial ou Geografia Comercial (vide Fase AC), percebeu-se que é a mesma disciplina. A partir de 1902, a Fecap informa que a disciplina Geografia Econômica, Comercial e Estatística faz parte do 2º ano do ensino comercial e o termo “Estatística” é incorporado a nomenclatura da disciplina. Em 1905, é excluído o termo “Econômica” da disciplina, de acordo com Regulamentos Fecap 1905, 1907 e 1910 e Decreto-Lei de 1905, a disciplina passa a ser denominada Geografia Comercial e Estatística. De acordo com o Regulamento Fecap, de 1911, a disciplina se transforma em Geografia Geral (especialmente a comercial), compondo a grade do 1º ano do Curso Geral. No Regulamento Fecap, de 1912, o título da disciplina é reduzido para Geografia Comercial, ao mesmo tempo que é incluída a Geografia Geral, no 1º ano do Curso Geral, ao grupo da disciplina Corografia do Brasil. Entendeu-se que ‘Geografia geral’ estava mais relacionada a aspectos descritivos de regiões e localidades que configurações políticas e econômicas.

Em 1915, mais uma vez a disciplina sofre mudanças, na sua nomenclatura, foi transformada em Geografia Econômica e Estatística, permanecendo assim, em 1918 e 1921, como parte da Faculdade de Ciências Econômicas. No entanto, percebeu-se a inclusão de Geografia Econômica, em 1918, como uma disciplina apartada no Curso Complementar.

De acordo com o Decreto-Lei de 1926, a grade curricular passa a ter três ‘geografias’, sendo: Geografia Comercial; Geografia Física e Política; Noções Geografia Econômica. Geografia Comercial faz parte da grade curricular do Curso Superior, disciplina do 1º ano. Geografia Física e Política pertence ao Curso Geral, no 1º ano. Vale salientar que é a primeira vez que o termo ‘Física’ aparece, no título da disciplina. Por último, temos Noções Geografia Econômica, também pertencente ao 3º ano do Curso Geral. Observou-se que a quantidade de horas dedicadas às ‘geografias’ aumentou, pois, em um mesmo curso, eram ensinadas mais de uma disciplina. Além disso, com base, nas nomenclaturas das disciplinas, percebeu-se o escopo do que era ensinado que, também, sofreu modificações.

De acordo com o Decreto-Lei de 1931, a disciplina perde o termo ‘Geografia’ e passa a configurar Política Comercial e Fontes da Riqueza Nacional, ambas faziam parte do currículo do Curso Superior de Administração e Finanças. Apesar de não ser possível analisar a descrição do conteúdo dessas duas disciplinas, acredita-se que as ‘geografias’ foram desmembradas em duas disciplinas. A primeira abordava aspectos mais comerciais e a outra mais descritiva das riquezas do Brasil. O Decreto de 1945 estipula que Geografia Econômica comporia o currículo do 1º ano do curso Superior de Administração e Finanças.

Ao analisar a trajetória da disciplina Geografia Comercial, apesar de ter mudado de nomenclaturas algumas vezes, verificou-se o processo de continuidade e transitoriedade, nos currículos do ensino comercial, por um longo período de tempo, atestando a evolução da disciplina.

4.1.2 Disciplina História do Comércio

Assim como em Geografia Comercial, a disciplina História do Comércio apresentou uma trajetória longa e contínua, conforme a Figura 48, a seguir.

Figura 48: Trajetória História do Comércio

Fonte: Desenvolvido pela autora

Comprovou-se a presença da disciplina, pela primeira vez de forma isolada, no Plano de Curso da Aula do Comercio de Pernambuco, na Fase AC, antes havia sido apresentada de forma conjunta com Geografia Comercial, no Plano de Curso da Aula da Bahia. Ainda na Fase AC, História do Comércio se transforma em História Geral do Comércio.

No Decreto de 1856, de criação do Instituto Comercial, a disciplina História Geral do Comércio é descontinuada. No período que antecede as Escolas de Comércio, Fase Pré-EC, Bielinski (2000) informa que História Comercial fazia parte da grade curricular do curso comercial do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

Na Fase EC, observou-se a proposta de Veiga Filho de 1901, para criação da Fecap, a presença da disciplina História do Comércio. Nos Estatutos Fecap (1902), História do Comércio faz parte do 3º ano do ensino comercial. No Regulamento (1903) é mantida a História do Comércio também no 3º ano do curso. No Regulamento Fecap e no Decreto-Lei, ambos de 1905 e, também, Regulamentos (1907) e (1910) a disciplina História do Comércio e da Indústria passa a fazer parte do Curso Superior. Além disso, a inclusão do termo “Indústria”, no título da disciplina, talvez refletindo a demanda externa com o aumento do processo de industrialização que ocorria, nessa época, em São Paulo.

Nos Regulamentos Fecap (1911) e (1912), a disciplina foi transformada em História Universal (especialmente, a do Comércio e da Indústria) como parte da grade curricular do 3º ano do Curso Geral. Em especial, no Regulamento Fecap (1912), o currículo do Curso Geral é acrescido da disciplina História do Brasil. Já, no Regulamento Fecap (1915), é mantida História Universal do Comércio (aqui perde o termo “especialmente, a do Comércio e da Indústria”) é

acrescida ao currículo História Comercial Brasileira, no Curso Superior da Faculdade de Ciências Econômicas, ambas no 2º ano, configurando, dessa forma, o aumento de disciplinas dedicadas à história do comércio em um único curso.

De acordo com os Regulamentos Fecap (1918) e (1921), observou-se que são mantidas, no curso da Faculdade de Ciências Econômicas, as disciplinas História Universal do Comércio e História Comercial Brasileira. A disciplina História Geral (especialmente do comércio e da indústria) consta no 1º ano do Curso Superior.

Segundo Decreto (1926), o Curso Geral passou a ter duas disciplinas de história e o Curso Superior, uma disciplina. Ainda, aparece pela primeira vez o termo “Agricultura”, no título da disciplina. As disciplinas História do Comércio, Agricultura e Indústria, do 3º ano, e História Natural (aplicadas ao comércio), 4º ano, ambas do Curso Geral. História do Comércio, da Agricultura e da Indústria compõe a grade do 2º ano do Curso Superior.

As disciplinas História do Comércio, Indústria e Agricultura e História Econômica da América são estabelecidas, segundo Decreto (1931). Este Decreto marca o início dos cursos técnicos regulados pelo Governo. Mesmo assim, na nova grade curricular, são mantidas as disciplinas, nos cursos Técnico de Perito-Contador, bem como no Superior de Administração e Finanças, respectivamente. Ao comparar os currículos do Decreto (1935) e Regimento Fecap, mesmo ano, percebeu-se que é mantida a disciplina História do Comércio, Indústria e Agricultura, no currículo do Curso Técnico de Perito-Contador, somente no Decreto, mas no Regimento Fecap não consta esta disciplina.

No Regimento Fecap (1949), a disciplina passa a ser denominada História Econômica, fazendo parte da grade da graduação em Ciências Econômicas. Mesmo não tendo acesso ao conteúdo programático, pôde-se aferir que seu conteúdo voltou a ter escopo mais abrangente, assim, como era na Fase AC.

4.1.3 Disciplina História dos Tratados

A disciplina História dos Tratados é mais uma disciplina do ensino comercial que apresenta um caminho longínquo. Apesar de compor o currículo do ensino comercial, a partir de 1902, ano da fundação da Fecap, sob o título Tratados Comerciais, o termo “Tratados” já

havia aparecido, anteriormente, na Fase AC, no Plano de Aula da Bahia, do lente Vanério, como parte do conteúdo das disciplinas Geografia Comercial e História do Comércio. Depois, reaparece, na proposta de Veiga (1901), como parte do conteúdo da disciplina Geografia Econômica e Comercial. Na Figura 49, a seguir, é demonstrada a trajetória da disciplina.

Figura 49: Trajetória História dos Tratados



Fonte: Desenvolvido pela autora

Percebeu-se que o tema “Tratados” vai se consolidando em uma disciplina própria dedicada ao estudo exclusivo de “Tratados, requisitos, formas, efeitos e interpretação”, como é descrita, no Programa 1910-1911 da Fecap. A disciplina História dos Tratados é continuada, ao longo dos Regulamentos de 1905, 1907, 1910, 1911, 1912, 1915, e Decretos 1905 e 1926. Observou-se que, nos Regulamentos (1918) e (1921), o termo “Tratados” é substituído por “Contratos”, no entanto, trata-se da mesma disciplina. Logo, no Decreto-Lei seguinte, o título da disciplina volta a ter a nomenclatura anterior. Esta disciplina configura, no núcleo de disciplinas de Direito Internacional, Diplomacia e Correspondência Diplomática.

Mesmo esta disciplina tendo uma descrição resumida do seu conteúdo, observou-se que era importante a demonstração da sua continuidade, durante o ensino comercial, principalmente, porque o termo “Tratados” originou-se, na Aula do Commercio, no sentido de regulação das trocas comerciais.

Destacamos que a partir desse ponto, as disciplinas aparentam ser mais técnicas que generalistas.

4.1.4 Disciplina Estudo Geral de Mercadorias

Diferente das três disciplinas anteriores, a disciplina Estudo Geral de Mercadorias aparece pela primeira vez, na Fase EC, na proposta de Veiga Filho, para criação da Fecap. Na Figura 50, a seguir, esquematizou-se a trajetória da disciplina durante o período que compreende o presente estudo.

Figura 50: Trajetória Estudo Geral de Mercadorias

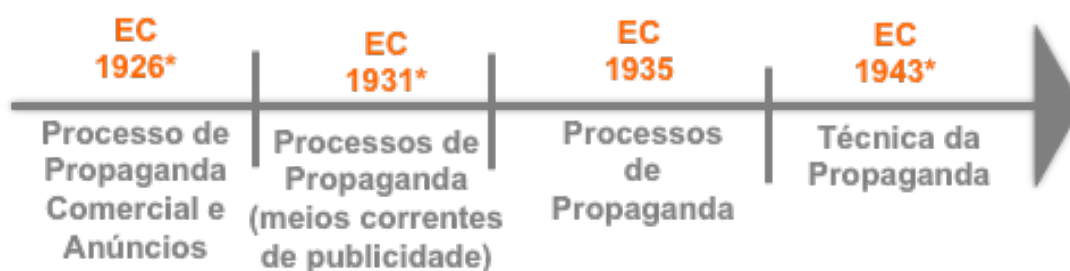
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Apresentamos da Figura 50, que os termos “Estudo” e “Mercadorias” surgiram pela primeira, juntamente, com a criação da Fecap. A disciplina sob o título Merceologia ou Estudo das Mercadorias consta, no Estatuto de criação da Fecap, em 1902, como parte da grade do 3º ano do ensino comercial. Porém, é excluída, no Regulamento Fecap (1903). Somente volta a aparecer, no Regulamento Fecap (1915), no Curso de Ciências Econômicas como Merceologia, produtos animais, vegetais e minerais. Destacou-se que, no Decreto (1943), ao lado do nome da disciplina aparecem os termos “comércio” e “propaganda”.

Em seção posterior, o conteúdo de Merceologia será analisado vis-a-vis com escopo de Marketing.

4.1.5 Disciplina Processo de Propaganda

Assim como a disciplina Estudo Geral de Mercadorias, a disciplina Processo de Propaganda tem sua trajetória iniciada somente, na Fase EC, no entanto, merece destaque, no levantamento da sua trajetória. Na Figura 51, a seguir, será apresentada esta trajetória com base, nas fontes documentais analisadas.

Figura 51: Trajetória Processo de Propaganda

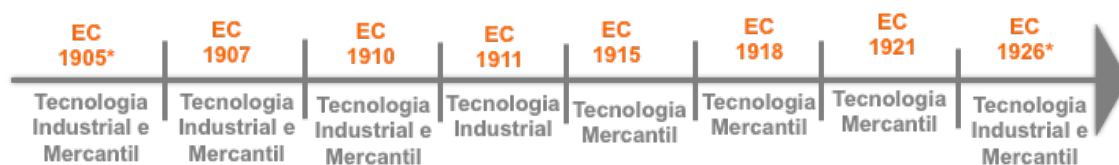
Fonte: Desenvolvido pela autora

Observou-se que a disciplina Processo de Propaganda surgiu, no Decreto-Lei (1926), sob o título Processo de Propaganda, Técnica Comercial e Anúncios, mesmo antes de aparecer, nos Regulamentos da Fecap. Interessante perceber que, nesse caso, o legislador se antecipou, na criação da disciplina antes da instituição de ensino comercial. No Decreto-Lei (1931), a disciplina aparece em quatro cursos técnicos diferentes: Guarda-livros, Administrador-vendedor, Atuário e Perito-contador. No Decreto (1935) a disciplina faz parte do currículo dos cursos de Guarda-livros e Perito-contador, ambas ministradas no 2º ano dos cursos técnicos.

4.1.6 Disciplina Tecnologia Industrial e Mercantil

Assim como as duas disciplinas anteriores, Estudo Geral de Mercadorias e Processo de Propaganda, a disciplina Tecnologia Indústria e Mercantil se enquadra, em um grupo de disciplinas mais técnicas. Apesar de não ter sido possível acessar ao conteúdo didático desta disciplina, entendeu-se que seu conteúdo era direcionado para as tecnologias comerciais e industriais existentes, no período. Na Figura 52, a seguir, comprova-se a sua trajetória, na Fase EC.

Figura 52: Trajetória Tecnologia Industrial e Mercantil



Fonte: Desenvolvido pela autora

A disciplina apareceu pela primeira vez, no Regulamento Fecap e Decreto-Lei, ambos de 1905, como parte do Curso Superior, no modelo das Escolas de Comércio. Depois se repete, nos Regulamentos Fecap (1907) e (1910) como disciplina do 1º ano do Curso Superior. No Regulamento Fecap (1911), sua nomenclatura é reduzida somente para Tecnologia Industrial, mas continua, na grade das disciplinas do 1º ano do Curso Superior. Nos Regulamentos (1915) e (1918), retorna a nomenclatura anterior e faz parte do 3º ano do Curso Geral e da Faculdade de Ciências Econômicas. No Regulamento (1921), a disciplina é excluída do Curso Geral, mas permanece, na Faculdade de Ciências Econômicas, no 3º ano. No Decreto-Lei (1926), passa a fazer parte da grade de disciplinas do 1º ano do Curso Superior.

Nos Decretos e Regimentos Fecap posteriores, a disciplina é descontinuada. No entanto, observou-se que a disciplina Tecnologia Industrial e Mercantil apresentou uma certa constância na sua nomenclatura ao longo do seu caminho.

4.1.7 Disciplina Técnica Comercial

A disciplina Técnica Comercial se configura, no grupo de disciplinas técnicas, apesar de não ter sido possível acessar ao conteúdo didático, o termo “técnica” aparece, no título da disciplina. Na Figura 53, a seguir, apresenta-se a sua trajetória.

Figura 53: Trajetória Técnica Comercial



Fonte: Desenvolvido pela autora

A disciplina Técnica Comercial foi encontrada pela primeira vez, na grade curricular da Fecap, de acordo com Regulamento (1921), no 4º ano do Curso Geral. Depois, apareceu novamente, na grade curricular do ensino comercial técnico, de acordo com Decreto-Lei (1931), nos cursos de Guarda-Livros, Administrador-vendedor, Atuário e Perito-Contador. No Regulamento Fecap (1935), a disciplina volta a aparecer, no 2º ano, do curso de Guarda-Livros e, no 2º ano, de Perito-Contador.

No Decreto-Lei (1943), a disciplina passa a ser chamada de Organização e Técnica Comercial, compondo o grupo de disciplinas de Cultura Técnica, do 2º ciclo, nos cursos Comércio e Propaganda e Secretariado. No Decreto-Lei (1945), faz parte da grade curricular do 3º ano do Superior em Ciências Contábeis e Atuariais. De acordo com o Regimento Fecap (1949), Técnica Comercial encontra-se, no 3º ano da Graduação em Ciências Contábeis e Atuariais.

Ao finalizar o mapeamento do percurso desse grupo de disciplinas, foi possível constatar seu processo de transitividade de uma fase para outra e de continuidade, nas grades curriculares do ensino comercial. Vale destacar que, nas disciplinas “Geografia Econômica e Comercial”,

bem como “História do Comércio”, sua gênese encontra-se, na Fase AC (Aula do Commercio), e permaneceram nas grades curriculares, ao longo de todo o período, que compreende o presente estudo. Como foi explicado, anteriormente, notou-se, principalmente, na Fase AC, que as disciplinas apresentavam um escopo didático mais amplo, e que alguns temas dessas disciplinas deram origem a outras disciplinas, por exemplo, História dos Tratados.

Considerou-se, ao analisar a trajetória das disciplinas apresentadas, nesta seção, que são evidências do processo de continuidade do ensino comercial, desde da Aula do Commercio até a criação da graduação, em Administração por volta de 1950.

4.2 Aproximações do Ensino Comercial com Marketing

Com um olhar mais específico, nesta seção, será apresentado o exame do conteúdo do ensino comercial e relações com o escopo de Marketing. A escolha das disciplinas analisadas se deu com base em dois critérios. Em primeiro lugar, levou-se em consideração a presença de descrição do conteúdo didático da disciplina apresentada, através de fontes documentais, tais como, Planos de Aulas, Regulamentações Oficiais, Estatutos, Regimento Interno, Livro Merceologia e Referências Bibliográficas. O segundo aspecto da escolha foi a disciplina apresentar justaposições entre Marketing, nas dimensões macro e micro, em consonância com Taxonomia de Hunt e Burnett (1982).

Consequente, foi possível identificar disciplinas que se relacionam com Marketing, mesmo que, à época, não fossem utilizadas as mesmas nomenclaturas. Buscou-se entendimento, a partir da descrição do objetivo das disciplinas e tópicos de ensino, conforme apresentados, a seguir. Em alguns casos, considerou-se a descrição como tópico do conteúdo.

Primeiro será efetuada a descrição do conteúdo das disciplinas, em seguida, serão analisadas as relações com o escopo de Marketing. As disciplinas serão apresentadas, na seguinte ordem: Geografia Comercial, História do Comércio, Estudo Geral de Mercadorias, Processo de Propaganda e Noções de Comércio.

4.2.1 Disciplinas Geografia/História Moderna e História do Comércio

A descrição do conteúdo das disciplinas Geografia e História Moderna foi efetuada de forma agrupada, ou seja, o lente da Aula da Bahia não informou de forma separada o que era ensinado em Geografia e História. Segundo o lente, Vanerio, cursando as disciplinas Geografia e História Moderna ou Comercial os negociantes deveriam adquirir conhecimentos em:

Tratados, e das alianças de todas as nações civilizadas, dos usos e costumes dos diferentes povos para onde faz suas especulações; prever de algum modo a fome e a guerra, saber os caprichos, as modas dos seus vizinhos, ter conhecimento dos pesos, das medidas, das moedas, e das produções de todos os países do Globo” (Plano de Curso, Vanerio, 1815).

Chaves (2008) e Chaves (2009) considera o conteúdo de Geografia Comercial como “indispensável” à classe mercantil. Segundo a autora, a disciplina abordava os seguintes temas:

Tamanho dos países e as potencialidades de mercado, portos marítimos (existência e capacidade), costumes e hábitos, a existência de rios (internos navegáveis), clima e compreensão das leis” (CHAVES, 2008; CHAVES, 2009).

No Decreto de 1856, é descrito que, em Geografia e Estatística Comercial, deveria ser ensinado aos alunos a respeito dos:

Estados e lugares mais importantes do Globo, sua organização política, suas rendas e seus meios circulantes, suas dívidas, movimento comercial interno e externo, principais produtos comercializados internos e externos, progressos industriais, meios de comunicação e distâncias de praça a praça e importância comercial das praças (BRASIL, 1856, p. 204).

Já, na Fase EC, Veiga Filho (1901) orienta, que em Geografia Econômica e Comercial, deveriam ser ensinados sobre:

Produtos de cada país e mercados. Produção brasileira. O café. História do comércio e tratados de comércio” (VEIGA FILHO, 1901).

No Programa do Curso de 1904, verificou-se que o conteúdo da disciplina era dividido em duas partes: a primeira parte compreende Geografia e a segunda, Estatística. Na primeira parte da disciplina são abordados:

Relações com a geografia política: a) sociedades; b) formas de governo; c) estados; d) religiões; e) cidades, vilas e campos; Vias de Comunicação: a) considerações gerais; b) caminhos vicinais e estradas de rodagem; c) rios; d) mares; e) canais internos; f) canais interoceânicos; g) correios; h) estradas de ferro; i) telégrafos; j) telefones; Atualidades Geográficas: a) expansão germânica; b) imperialismo americano; c) o transiberiano e o transaariano; d) Japão; e) África e China; f) países insuficientemente explorados; g) emigração e imigração; Quadro da Produção Geral: a) divisão geográfica dos principais produtos; b) demonstrações com auxílio do globo geográfico e cartas parietal (cartografia); c) organização do quadro de produção em geral; d) organização do quadro das vias de comunicação; e) demonstração da importância geográfico-econômica dos diversos estados, especialmente do Brasil” (PROGRAMA FECAP, 1904).

Na segunda parte da disciplina, em Estatística, era ensinado representações gráficas sobre:

Quadros Estáticos: a) produção em geral; e b) da produção brasileira” (PROGRAMA FECAP, 1904).

Em História do Comércio, Chaves (2008) e Chaves (2009) descreve que o ensino da disciplina incluía:

Todas as fontes do comércio como agricultura, artes da manufatura (CHAVES, 2008, p. 183-184; CHAVES, 2009, p. 273).

No Plano de Curso do lente José Antonio Lisboa, segundo Chaves (2008), a disciplina compreendia:

A história do comércio em geral (o que compreende); fontes de comércio (agricultura, mineração, artes mecânicas, artes liberais, pesca e caça); meios de comércio (colônias, navegação, moedas, câmbios e seguros); regras de comércio (leis gerais, usos e máximas) (CHAVES, 2008, p. 273).

Segundo Decreto-Lei (1846), o conteúdo de História Geral do Comércio compreendia:

(...) seus elementos e objetos que tem com ele [comércio] relação e dependência” (BRASIL, 1846).

Apresentadas as descrições do conteúdo das disciplinas Geografia Comercial e História Comercial, a seguir, será analisado o ensino comercial em busca de associações com a disciplina de Marketing, em suas dimensões macro e micro, como apresentado, no Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982).

Após leitura atenta e análise da descrição do conteúdo das disciplinas Geografia Comercial e História Comercial, verificou-se, em vários tópicos didáticos, aspectos sistêmicos de mercados e atividades de trocas mercantis nacionais e globais que se relacionam com a disciplina, a qual trata das relações entre mercados e sociedade: macromarketing. No Modelo Taxonômico de Hunt e Burnett (1982), foram identificadas as categorias conceituais: Sistemas de Marketing e Redes de Relações de Troca, que se aproximam do ensino comercial.

Sobre Redes de Relações de Troca, (Bagozzi, 1977) indica que estudos de redes de relações ligam os atores de marketing e padrões sociais ou relações sistêmicas, entre os atores de marketing. Enquanto, Sistemas de Marketing envolvem atividades de trocas e sistemas de trocas, a partir de uma perspectiva social (LAYTON, 2007; MOYER, 1974). Hunt e Burnett (1982) esclarecem, que as perspectivas de Bagozzi (1977) e Moyer (1974) parecem similares, no entanto, Bagozzi acrescenta redes de relações e padrões sociais. Layton (2007, p. 230) propõe uma definição operacional de sistemas de marketing como:

(...) uma rede de indivíduos, grupos e/ou entidades ligadas diretamente ou indiretamente através de participações sequenciais e compartilhadas em trocas econômicas que criam, agrupam, transformam e tornam possíveis sortimento de produtos, tanto tangíveis quanto intangíveis, ofertados em resposta às demandas dos compradores.

Segundo Costa (2015), as discussões a respeito das Redes de Relações de Troca envolvem aspectos relacionados às trocas comerciais, observando todo o conjunto que envolve as trocas, e, por isso, aproxima-se do domínio do macromarketing. Para Moyer (1974), estudos consideram marketing dentro do contexto de todo o sistema econômico. Nesse mesmo sentido, redes de relações de trocas comerciais ligam atores de marketing e padrões sociais ou relações sistêmicas, entre os atores de marketing (BAGOZZI, 1977). Layton (2007, p. 227) esclarece que “o conceito de troca é central para a teoria de marketing, os sistemas de marketing são centrais para macromarketing”.

De acordo com descrição do que era ensinado, nas disciplinas Geografia Comercial e História do Comércio, evidenciou-se conexões, entre o ensino comercial e rede de relações de trocas, regulações, padrões sociais, meios de comunicação, contexto econômico, seus atores. A seguir, com base, nos trechos que compõem a descrição das disciplinas. Por exemplo, nos trechos “tratados de comércio”, “alianças de todas as nações civilizadas”, “regras de comércio (leis gerais, usos e máximas)”, percebeu-se a preocupação de ensinar aos alunos do ensino comercial sobre a importância da observância de aspectos regulatórios das “nações”, com as quais o Brasil mantinha relações de trocas comerciais, bem como, o impacto dos tratados, das leis, das regras nas atividades mercantis. Foram identificadas, na categoria “regulações”, semelhanças com a discussão proposta por Layton (2007), na qual indica regulações como um componente do sistema de marketing. Logo, entender o papel das regulações é fundamental, no processo de trocas econômicas, pois pode acarretar algum tipo de vantagens competitiva ou até resultados inesperados.

Outro aspecto evidenciado, no ensino das disciplinas Geografia Comercial e História do Comércio, foi em relação ao ensino sobre a necessidade dos negociantes de conhecerem sobre o padrão social, através do conhecimento dos “usos e costumes dos diferentes povos”, “hábitos”, “caprichos”, “modas dos seus vizinhos”, dos agentes de Marketing, que mantinham relações de trocas. Com isso, desenvolver algum tipo de vantagem competitiva, na realização de trocas comerciais, entre os povos e suas diferentes culturas. Nesse sentido, situou-se o ensino desses tópicos como estudos no macromarketing, tendo em vista que o Bagozzi (1977) evidencia sobre rede de relações de trocas conectam integrantes do marketing e padrões sociais ou relações sistemáticas entre atores de marketing. Assim, também, aproxima-se de Layton (2007), ao entender que conhecer os compradores, como características demográficas, processos de decisão, identificação de grupo, segmentação, valor percebido, como componentes de sistema de marketing.

Além disso, verificou-se tópicos, nas disciplinas que tratam sobre “previsões”, por meio de temas como: “especulações”, “prever de algum modo a fome e a guerra”, que indicam capacidades de estimar, antecipar-se a possíveis situações de escassez. Nesse sentido, foi verificada a aproximação dos componentes de sistema de marketing no papel de informações e suas possíveis aplicações (LAYTON, 2009).

Nos trechos “produções de todos os países do Globo”, “Estados e lugares mais importantes do Globo, sua organização política, suas rendas e seus meios circulantes”, entendeu-se como moedas, pesos e medidas, “suas dívidas”, “religiões”, “principais produtos comercializados internos e externos”, “produtos de cada país e mercados”, “produção brasileira”, “divisão geográfica dos principais produtos”, “organização do quadro de produção em geral”, identificou-se na disciplina a intensão de ensinar sobre as influências produtivas e as consequências das influências, nas sociedades, com as quais eram estabelecidas relações de troca. Todos esses tópicos das disciplinas, mesmo que independentes, relacionam-se com os componentes das lógicas de troca e no contexto, como fundamentais no funcionamento dos sistemas de marketing (LAYTON, 2009).

Também era ensinado sobre “importância comercial das praças”, “demonstração da importância geográfico-econômica dos diversos Estados, especialmente, do Brasil”, “atualidades geográficas, como: a) expansão germânica; b) imperialismo americano; c) o transiberiano e o transaariano; d) Japão; e) África e China; f) países insuficientemente explorados; e g) emigração e imigração”, com objetivo de compreender quem eram os agentes de marketing, tendo em vista capacitar e beneficiar os atores de marketing em suas decisões estratégicas, nas relações de trocas.

Em todos os tópicos encontrou-se elementos que indicaram a intenção dos legisladores, das instituições de ensino e dos lentes de ensinar como viabilizar estratégias comerciais de trocas comerciais. Dessa forma, em consonância com a definição de Layton (2007, p. 230), na qual “o conceito de troca é central para a teoria de marketing, os sistemas de marketing são centrais para macromarketing”, logo, o ensino comercial das disciplinas Geografia Comercial e História do Comércio se aproximam da dimensão macromarketing.

Apreendeu-se da análise das duas disciplinas, Geografia Comercial e História do Comércio que os conteúdos eram abrangentes, valorizando aspectos mais macros do ensino comercial, portanto, aproximando-se de macromarketing. Os conteúdos estavam, diretamente, relacionados às demandas por formação para desenvolvimento da atividade econômica de trocas mercantis, entre os países com os quais o Brasil mantinha relações comerciais. Verificou-se, na seção anterior, na trajetória das disciplinas, que a disciplina Geografia Comercial foi transformada em Geografia Econômica, o que faz todo sentido ao analisar seu conteúdo, pois

desde a sua origem, na Aula do Commercio, mesmo não tendo a nomenclatura “econômica”, seu conteúdo já indicava seu objetivo macro.

Posteriormente, alguns tópicos do conteúdo das disciplinas foram transformados em disciplinas isoladas, contendo os conteúdos específicos. No próximo item, serão apresentadas as disciplinas Estudo Geral de Mercadorias e Processo de Propaganda.

4.2.2 Disciplinas Estudo Geral de Mercadorias e Processo de Propaganda

Os conceitos “Estudo de Mercadorias” e “Merceologia” surgiram pela primeira vez, juntamente, com a criação da Fecap, na proposta de Veiga Filho, que percebeu, já naquela época, a importância do estudo mais aprofundado dos produtos comercializados. Veiga (1901) descreve o conteúdo da disciplina como:

Tecnologia da composição física e química das mercadorias: sua proveniência, valor e processos pelos quais se pode conhecer a sua falsificação ou alteração” (VEIGA FILHO, 1901, foi mantida a grafia da época).

Fazoli (1992, p. 23), descreve o conteúdo da disciplina como:

(...) estudo geral de mercadorias, sua proveniência, seu valor e o processo através dos quais se pode avaliar sua falsificação ou alteração.

Sobre esta disciplina, além da descrição do conteúdo da disciplina, também foi possível examinar o livro didático sob o título: “Merceologia e Tecnologia Mercadológica”, conforme demonstrado, na Figura 54, a seguir. Foram apreciados os conteúdos dos livros das edições de 1938 e 1950, escritas por Lion de Araújo, fiscal federal do ensino comercial; e a edição de 1947, do autor Miguel Milano. Destacou-se que a edição de 1938 estava “de acordo com os programas das escolas de comércio”, a edição 1947, “para uso nas Escolas de Comércio e do comércio em geral”, e a edição de 1950, para o curso Técnico-Comercial. Apesar do termo “Merceologia” ter aparecido pela primeira vez, em 1901, na proposta de Veiga Filho, foi somente, no Decreto-Lei de 1926, que a disciplina apareceu novamente no ensino técnico comercial.

Figura 54: Capa do livro *Merceologia e Tecnologia Mercadológica*



Fonte: Acervo da autora

Lion Araujo, para as edições de 1938 e 1950, define que “Merceologia (do latim *merx* e do grego *logus*) é a parte da complexa ciência do comércio, a qual estuda, exclusivamente, as mercadorias”.

Na edição de 1938, o autor do livro apresenta, no capítulo I, algumas definições fundamentais para o entendimento do conteúdo. Sobre a definição de Mercadoria, o autor afirma:

(...) de modo geral, é tudo que é susceptível de ser comprado e vendido; de modo particular ou mercantil, é todo o bem móvel, de utilidade econômica, manufaturado ou não, ponto à venda e de consumo mais ou menos apreciável (ARAUJO, 1938, p. 17).

Ainda segundo o autor do livro, Merceologia tem como objeto o estudo minucioso:

(...) dos produtos negociáveis e deve considerar, principalmente: a) sua origem; b) suas diferentes espécies; c) seus principais mercados produtores; d) o estado em que são postos à venda; e) as fraudes e alterações a que estão sujeitos (ARAUJO, 1938, p. 17).

O autor Milano (1947) define Merceologia como parte dos estudos do comércio que trata:

(...) das mercadorias quanto à sua origem, preparação e usos, das alterações e adulterações a que podem estar sujeitas, dos modos de conservá-las e dos meios empregados em seu transporte” (MILANO, 1947, p. 9).

Milano (1947) acrescenta que unidades, as quais servem de base às transações comerciais podem ser consideradas sob o ponto de vista da origem da produção e do uso, e que as mercadorias constituem duas classes essenciais: a) Mercadorias ou matérias-primas (minerais, metais, madeiras, gorduras, ceras, gomas, fibras têxteis, sementes, etc.); b) Produtos da elaboração das matérias-primas (tecidos, produtos químicos, trabalhos em metal, trabalhos em madeira, etc.)

Na edição de 1938 do livro Meceologia, sobre a Origem dos produtos, Araújo (1938), descreve como: as mercadorias se originam dos três reinos da natureza, classificados em: mercadorias de origem mineral (todos os minérios, brutos ou manufaturados, de uso doméstico, industrial ou de utilidade diversas); mercadorias de origem vegetal (abrange todos os vegetais, sejam quais forem os seus empregos e, também, todos os produtos que lhe são derivados); e mercadorias de origem animal (compreendem todos os animais e os seus mais variados produtos).

Em relação às Espécies, dá-se o nome de espécie de uma mercadoria às diversas qualidades que elas apresentam ou, em alguns casos, pelas propriedades que lhe são inerentes, assim como o vinho (nome genérico) comporta muitíssimas espécies: vinho tinto, vinho branco, vinho doce, vinho agro, vinho natural, vinho artificial, etc. O açúcar pode ser de cana de açúcar ou de beterraba, branco ou mascavo, refinado ou cristalizado, etc. (ARAÚJO, 1938). Sobre Mercado Produtores, o autor esclarece que, mercados produtores de uma mercadoria, entende-se como o lugar, onde essa mercadoria é fabricada, cultivada, criada ou extraída. Esses mercados podem ser, de modo geral, uma Nação: Brasil (mercado produtor de café); de modo particular, um Estado: o Paraná (mercado produtor de mate); de modo mais restrito, uma localidade: Queluz (Estado de Minas Gerais, mercado produtor de manganês). Estado em que os produtos são postos à venda: As mercadorias não são vendidas de um modo uniforme. Uma são vendidas em latas, outras em vidros, outros em sacas, outras, ainda, em embalagens especiais, tais como: os barris, os cestos, as caixas de papelão, etc.

Araújo (1938, p. 19) destaca sobre Fraudes e Alterações, “no comércio intenso de hoje, principalmente, as mercadorias estão sujeitas às mais grosseiras fraudes e alterações”. Segundo o autor, fraude, adulteração ou falsificação é a mistificação, criminosamente, feita a um produto para que dele se obtenha um lucro superior ao lucro honesto. As fraudes podem ser: por adição ou por subtração, bem como por sofisticação. Por adição, quando se junta a uma mercadoria

um produto diverso com o intuito de aumentar o volume e o peso: água ao leite, margarina à manteiga, cal à farinha de trigo, etc. Por subtração, quando se extrai de uma mercadoria um produto principal, privando-a, assim, de seus princípios essenciais: leite sem nata, canela sem seu óleo essencial, etc. Por sofisticação, entende-se a venda de um produto artificial por um natural ou de uma mercadoria inferior por uma superior. É o caso de se vender talco por pó-de-arroz, vidro por cristal, borracha por seringueira. Alteração é o estado anormal em que fica uma mercadoria devido, principalmente, aos efeitos atmosféricos, térmicos e outros. As substâncias alimentícias são as que, com mais frequência, se alteram, quer pelo calor excessivo, quer pelos efeitos do ar, quer, ainda, pela intromissão de germes nocivos ao seu estado normal.

No capítulo II, da edição de 1938, o autor informa que Merceologia se relaciona com muitas ciências, delas “bebendo muitíssimo” de seus elementos. Suas relações mais estreitas e principais são com: Geografia Econômica, Química, Física, História Natural, Matemática e Direito.

Segundo o autor, Geografia Econômica contribui para Merceologia, pois estuda:

(...) os povos, os Estados, as produções – sempre debaixo do fator econômico e mostra, claramente, quais as regiões mais ricas em determinados produtos, indicando, assim, de maneira geral, porém precisa, os mercados produtores de todas as espécies comerciáveis. E a Merceologia, que necessita desses dados para orientar os que a estudam, vai buscá-los e, ampliando-os, segundo suas necessidades, fornece-os com precisão, dando-nos, desse modo, a fonte prodiga de informações sobre mercados produtores e consumidores das mercadorias que comerciamos” (ARAÚJO, 1938, p. 20).

Segundo o autor, Química contribui para Merceologia, no reconhecimento de fraudes e alterações dos produtos. Física ensina os meios físicos de conservação dos produtos, fixa o peso dos sólidos a densidade dos líquidos, resistência, etc. A Merceologia vai buscar, na História Natural, seus ensinamentos relativos aos vegetais, aos animais e aos minerais espalhados, na natureza, transformados em mercadorias. Matemática contribui com processos de estatística, comparação entre preços, etc. Direito colabora com as leis que regulam a compra e venda, as tarifárias, as de repressão às fraudes, as que se referem, exclusivamente, às mercadorias entre outras.

A edição de 1938, segmenta os Produtos em Alimentares, Têxteis, Florestais, Materiais de Construção, Minerais e Vegetais Fósseis e Diversos. Em Produtos Alimentares eram estudados os seguintes produtos: águas, sal, arroz (farinha de arroz), milho (maisena ou flor de milho, farinha, fubá, canjica, quirera), trigo (farinha), centeio, cevada, aveia, feijão, cana de açúcar (açúcar, beterraba), café, mate, cacau (manteiga de cacau, chocolate), guaraná, chá, mandioca (farinha e polvilho), batata, batata doce, baunilha, canela, noz moscada, mostarda, frutas (bananas, laranjas, abacaxis), castanhas do Pará, coco da Bahia (manteiga de coco), leite, manteiga, queijos, óleos (óleo de oliva, óleo de amendoim, óleo de gergelim, óleo de algodão), carnes (xarque, banha), peixes, aves, ovos, álcool (aguardente, vinhos, champagne, cervejas, licores, vinagres). Em Produtos Têxteis, eram apresentados os seguintes produtos: algodão, seda, lã, linho, juta, caroá, guaxima-roxa, tucum, cânhamo brasileiro, amianto. Em Produtos Florestais, era apresentada a definição de madeiras e suas divisões (cor, resistência, seu fim, como construção, ornamentação, mobiliário, etc.). Entre as madeiras estudadas constam: Pau-Brasil, pinho do Paraná, jacarandá, massaranduba, peroba, cedro, canela parda, pau setim e diversos. Em Materiais de Construção eram estudados os seguintes produtos: cal, cimento, pedras, argilas, vidros. Produtos Minerais e Vegetais Fósseis, eram apresentados distribuídos por estado do Brasil. Por exemplo, Alagoas (ferro, lignito, marga, chisto betuminoso e turfa); Minas Gerais (ágatas, águas férreas, águas gasosas, ferro, mármore, granitos, ouro, pedras preciosas, pedras calcárias, platina, prata, titânio, turmalinas de várias cores, etc.). Em Diversos, eram ensinados produtos tais como: corantes, mordentes, vernizes, adubos, borracha, sabões, perfumes, fumo, papel.

Após apresentação do conteúdo geral do livro *Merceologia e Tecnologia Merceológica*, será apresentada a disciplina *Processo de Propaganda* e, a seguir, a análise do ensino comercial em relação ao escopo de *Marketing*.

De acordo com a descrição do conteúdo da disciplina que consta, no Decreto (1931), em *Processo de Propaganda*, era ensinado sobre:

Métodos de propaganda; preceitos que devem ser observados, na sua aplicação e vantagens que proporciona às organizações comerciais e industriais. Exercícios frequentes de redação de anúncios, estimulando os dotes de imaginação (BRASIL, 1931).

Apresentados os conteúdos das disciplinas Merceologia e Tecnologia Merceológica, bem como Processo de Propaganda, serão apresentadas, no próximo item, as aproximações com as perspectivas gerenciais do Marketing.

No livro Merceologia e Tecnologia Merceológica eram tratados temas como origem dos produtos, diferentes espécies, principais mercados produtores, estado em que são postos à venda, fraudes e alterações, movimento comercial, vias mercantis e serviços que concorrem para o desenvolvimento do comércio; enquanto, na disciplina Processo de Propaganda, eram ensinados métodos de propaganda e suas vantagens para as empresas. Esses temas, atualmente, compõem os livros didáticos de Marketing utilizados, em cursos de graduação e pós-graduação, mais, especificamente, no tema gerenciamento do composto de marketing ou mix de marketing, em decisões estratégicas das variáveis de marketing produto (*product*), promoção (*promotion*) e praça (*place*).

O conceito de composto de marketing, ou marketing mix, ou 4P's é central, no ensino de Marketing, na atualidade. Este tópico faz parte dos currículos da disciplina de Marketing, em cursos, nos níveis de graduação e pós-graduação, assim como, consta dos livros didáticos recomendados pelos professores e instituições de ensino. McCarthy (1960) sugere que marketing mix, ou 4P's seja utilizado como um modelo mnemônico para alunos analisarem determinadas situações, como forma de diagnóstico e recomendação de alternativas de ação. Uma evidência da importância deste assunto, no ensino de Marketing, os autores Gilbert A. Churchill e J. Paul Peter, comentam em mais da metade do livro Marketing: Criando Valor para os Clientes é dedicada ao estudo dos 4P's.

Segundo Churchill e Peter (2000, p. 20), o composto de marketing é uma combinação de ferramentas estratégicas usadas para criar valor para os clientes e alcançar os objetivos organizacionais. Há quatro ferramentas ou elementos, no composto de marketing, denominados 4P's: Produto (do inglês *Product*); Preço (do inglês *Price*); Praça (do inglês *Place*); e Promoção (do inglês *Promotion*). O planejamento do composto de marketing se inicia, na formulação do produto, que é o mais importante elemento do mix de marketing (Kotler e Keller, 2012, p. 347). Afinal, sem produto não há o que ser comercializado. Produto é algo oferecido por profissionais de marketing para clientes com propósito de troca (CHURCHILL; PETER, 2000). As estratégias de produto demandam decisões sobre mix de produto, linhas de produtos, marcas, embalagens, características, designer e rotulagem (KOTLER; KELLER, 2012).

Para Kotler e Keller (2012), os produtos podem ser classificados, de acordo com sua durabilidade (bens duráveis e não duráveis) e tipo de uso (bens de conveniência, compra comparada, especialidade, não procurados). Além disso, produtos podem ser diferenciados quanto à forma (tamanho, formato, ou estrutura física); características (que complementam sua função básica); customização (individualização); qualidade de desempenho (nível, no qual as características básicas do produto operam); qualidade de conformidade (unidades idênticas); durabilidade (vida operacional esperada); confiabilidade (indicador de probabilidade de não quebrar); facilidade de reparo (facilidade de consertar); e estilo (visual do produto).

No livro *Merceologia e Tecnologia Merceológica*, percebeu-se a preocupação dos autores em descrever os principais produtos comercializados, nas atividades comerciais de importação e exportação realizadas pelos comerciantes, à época. Apesar das classificações serem diferentes das apresentadas por Kotler e Keller (2012), foram percebidas algumas semelhanças em relação, por exemplo, à descrição das características, embalagens, forma (tamanho, formato, ou estrutura física), confiabilidade, fraudes e alterações a que estão sujeitos, principalmente, na gestão de produtos ofertados. Um exemplo, que ilustra as diferenças de nomenclatura que, na atualidade, podem ser consideradas a mesma coisa, é a classificação de Araújo (1950) para “estado em que os produtos são postos à venda”, na atualidade, é chamado como embalagem dos produtos. O autor explica da seguinte forma “estado em que os produtos são postos à venda”:

As mercadorias não são vendidas de um modo uniforme. Algumas são vendidas em latas, outras em vidros, outras com os barris, os cestos, as caixas de papelão, etc. (ARAÚJO, 1950, p. 17).

Kotler e Keller (2012, p. 368) definem “embalagem como o conjunto de atividades de designer e produção do recipiente que envolve um produto”. Em função da importância da embalagem dos produtos, os autores informam que vários profissionais de marketing consideram embalagem como o quinto P (do inglês, *packaging*), juntamente com produto, preço, praça e promoção (KOTLER; KELLER, 2012). O primeiro contato do comprador com o produto é através da embalagem. No conceito de Araújo (1950), percebeu-se a preocupação com o modo como os produtos eram embalados.

Outro exemplo de similaridade é a forma como o produto laranja é descrito. Laranja é classificada pelo autor, em função do fim a que se destina, como produto alimentar, um dos

benefícios, ou “qualidade”, que a laranja apresenta é ser “riquíssima” e capaz de suprir carências de “vitaminas”. Além disso, o autor chama atenção para capacidade do Brasil em ser um dos maiores produtores da fruta, como verifica-se, no trecho abaixo:

As laranjas brasileiras, riquíssimas em vitaminas, são apreciadas por todos que tem a fortuna de as conhecer. Nossa exportação, por isso mesmo, tem aumentado consideravelmente e, dentro de poucos anos, talvez sejamos o maior mercado produtor de *citrus*. Para exportação, cultivamos mais as variedades “Baía”, “Pera”, sendo, também, as melhores que conhecemos” (ARAÚJO, 1938, p. 103).

Araújo (1938, p. 103) informa que o porto de Santos, em 1926, exportou apenas 12.824 caixas de laranjas, em comparação com 1937 com 4.970.858 caixas de laranjas, demonstrando o crescimento da cultura “citrus” e a valorização de “todos que têm a fortuna de as conhecer”, os compradores das laranjas brasileiras, “saborosas e ricas em vitaminas”. Para complementar a oferta do produto, o autor informa que da laranja se extraem “levulose, álcool, fabricam-se ótimos vinhos e se preparam suculentas conservas” (p.104).

Na edição de 1947, do livro *Merceologia*, o autor descreve o produto papel como um importante produto, desde a antiguidade até aqueles dias, destacando a origem do produto para os mercados que valorizavam sua tradição e “inestimáveis serviços prestados à humanidade”, como veremos a seguir:

O papel, que tantos e inestimáveis serviços tem prestado e continua a prestar à humanidade, teve sua origem, no Egito, às margens do rio Nilo, em cujos pântanos abunda uma planta chamada papiro, muito parecida com a cana (MILANO, 1947, p. 111).

Milano (1947) descreve, detalhadamente, sobre o processo de produção do papel:

Para produção do papel recorre-se à polpa da celulose que é, primeiramente, triturada em uma galga e, depois, introduzida numa refinadora, ou tanque, onde se desfaz, na água, juntamente com a resina, alúmen e soda, que constituem a cola, indispensável à consistência do papel.

A massa assim preparada é diluída com mais água, passa à máquina contínua, espalha-se sobre uma tela metálica de malha muito fina, na qual vai perdendo a maior parte da água que contém; passa para cilindros aquecidos ou secantes,

nos quais acaba de perder a umidade, e se enrola numa dobadoura, que termina a extensa e complicada máquina (MILANO, 1947, p. 112-113).

Entendeu-se que a ênfase, na descrição da produção do papel, é o processo de formulação do produto a ser comercializado (vide Kotler e Keller, 2012) como fundamental, no planejamento do composto de marketing.

Também havia preocupação, no ensino sobre possíveis adulterações dos produtos, um cuidado que existe até hoje, na gestão de produtos. O autor do livro ilustra o produto vinho, as adulterações produzidas eram: “acréscimo de água, de álcool; pela coloração artificial; pelo acréscimo de ácido sulfúrico, ácido salicílico, fluoretos, dulcificantes artificiais, glicose impura, etc.” (MILANO, 1947, p. 398).

Ainda sobre gestão de produtos, pôde-se a preocupação em fornecer o conhecimento aos comerciantes sobre os principais mercados, nos quais eram comercializados os produtos, bem como a preferência dos consumidores. Por exemplo, em relação ao café, o autor informa que as “sementes do cafeeiro, vastamente cultivado, na Arábia, na Índia, na América Central e no Brasil, notadamente, no Estado de São Paulo”, também informa, que o mercado prefere cafés de “tamanho mediano, nas cores verdes, verde-azulados e amarelos, embora existam cafés de ótima qualidade de qualquer cor” (MILANO, 1947, p. 165).

Outro elemento do composto de marketing tratado, no ensino comercial, refere-se ao “P” de promoção ou comunicação. A propaganda é encontrada desde os primórdios da história universal, arqueólogos descobriram placas anunciando vários eventos e ofertas, nas proximidades do mar Mediterrâneo; romanos pintavam anúncios de lutas de gladiadores em paredes; fenícios pintavam em grandes rochas, ao longo de suas rotas de comércio para promover suas mercadorias (KOTLER; ARMSTRONG, 2007). Promoção são os meios como os profissionais de marketing informam, convencem e lembram os clientes sobre produtos e serviços (CHURCHILL; PETER, 2000). O mix de comunicação de marketing, consiste, na combinação de propaganda, promoção de vendas, relações públicas, venda pessoal e marketing direto, sendo que cada categoria utiliza ferramentas promocionais, na comunicação com os clientes (KOTLER; ARMSTRONG, 2007).

O Decreto-Lei de 1931 não traz informações detalhadas sobre os tópicos da disciplina Processo de Propaganda, no entanto, o tema da disciplina por si só já carrega pistas sobre o que era ensinado. O termo “processo” nos direciona a pensar que o legislador entendia a propaganda

como um processo de desenvolvimento de comunicações efetivas, nesse sentido, entende-se que se relaciona com os temas atuais apresentados por Kotler e Keller (2012); Kotler e Armstrong (2007), como fundamentais, nas decisões estratégicas de Propaganda, como determinações dos objetivos da comunicação, que podem ser informar, persuadir ou lembrar; identificação dos compradores potenciais dos produtos, a fim de despertar a reação que se deseja; elaboração da mensagem de atraía a atenção, mantenha o interesse, desperte o desejo e induza à ação; estabelecimento do orçamento de propaganda; seleção das principais tipos mídias (placas, pôsteres, jornais, revistas, panfletos).

Na descrição, “vantagens que proporciona às organizações comerciais e industriais”. Em relação a esse tópico, entende-se que era apresentar aos alunos os benéficos das empresas “comerciais e industriais”, em desenvolver uma boa comunicação com seus clientes. Kotler e Armstrong (2007, p. 357) argumentam que a “criação de bons relacionamentos com o cliente exige mais do que apenas desenvolver um bom produto, atribuir-lhe um preço competitivo e colocá-lo à disposição dos clientes”. Além disso, “as empresas precisam comunicar suas proposições de valor aos clientes, e aquilo que comunicam não deve ser deixado por conta do acaso”, ou seja, exige que toda comunicação tenha planejamento.

O legislador, também, informa que deveriam ser realizados “exercícios frequentes de redação de anúncios estimulando os dotes de imaginação”. Entendeu-se que, nesta prática, pedagógica os alunos eram orientados a elaborarem uma boa mensagem que atraísse a atenção dos consumidores. Segundo Kotler e Armstrong (2007), o comunicador de marketing, ao desenvolver a mensagem, deve decidir o que dizer (conteúdo da mensagem, apelo ou tema que produzirá a resposta desejada) e como dizê-lo (estrutura e formato atraente para a mensagem). Por exemplo, se a atividade fosse para os alunos exercitarem o formato da mensagem, no caso de anúncio impresso, os alunos deveriam decidir sobre título, texto (mensagem), ilustração, cores, contrastes, fotos, posições, etc., ou seja, decidir sobre todos os elementos da propaganda para atrair a atenção dos consumidores.

A disciplina apresentada, no próximo tópico, não se repetiu, em outras grades curriculares, durante o período que compreende este estudo, por esse motivo não foi esquematizada sua trajetória, na seção anterior. Porém, foi possível analisar o conteúdo ensinado com base, no Programa (1904), considerando sua análise importante, tendo em vista o objetivo do presente estudo.

4.2.3 Disciplina Noções de Comércio

Conforme Regulamento Fecap (1903), é acrescentada a disciplina Noções de Comércio à grade curricular do ensino comercial. A descrição da disciplina, de acordo com Programa (1904), é dividida em duas partes. A primeira parte é voltada para escrituração mercantil, por isso, foi descartada desta análise. A segunda parte é direcionada às operações mercantis, compreendendo os seguintes tópicos sobre o comércio:

a) no ponto de vista das quantidades; b) no ponto de vista das relações; c) no ponto de vista do transporte; d) no ponto de vista de sua natureza; Classificação dos comerciantes; Compra e venda mercantil (PROGRAMA FECAP, 1904, mantida a grafia da época).

No tópico “no ponto de vista das quantidades”, observou-se a atenção dedicada pela instituição de ensino, na observância da influência das quantidades dos produtos, no processo de trocas mercantis. Em geral, comerciantes que detém maior quantidade de produtos apresentam maior poder de barganha. nas relações de troca. Segundo Milano (1947), no livro Meceologia, a quantidade influencia, na decisão do “movimento” dos produtos. No próximo tópico da descrição da disciplina “no ponto de vista das relações”, refere-se às relações diárias entre os comerciantes. Em relação ao comportamento dos envolvidos, nos canais de distribuição, Kotler e Armstrong (2007, p. 307) afirmam que os “canais são mais do que simples conjuntos de empresas ligadas por vários fluxos, eles são sistemas comportamentais, nos quais as pessoas e empresas interagem para atingir metas individuais, organizacionais e de canal”, cada membro do canal depende dos outros. Nesse sentido, entendeu-se a importância do ensino das “relações” entre os envolvidos, nas relações de trocas.

Os tópicos da disciplina “no ponto de vista do transporte” e “no ponto de vista de sua natureza” merecem atenção especial. Ambos os tópicos apareceram pela primeira vez, em 1903, juntamente, com os tópicos “quantidades” e “relações”, isso, até certo ponto, indica o prenúncio do que seria hoje decisões estratégicas de canais de distribuição. Por natureza, constatou-se os tipos de comerciantes ou papéis desenvolvidos por estes, nas relações comerciais, por exemplo, natureza comercial, industrial, intermediários. Em relação ao transporte, nesse ponto, envolve decisões estratégicas de como levar os produtos até os consumidores pelo menor preço, no menor tempo e melhores condições dos produtos. Em suma, os tópicos se aproximam de canal de distribuição ou canais de marketing, de acordo como Kotler e Keller (2012); Kotler e

Armstrong (2007) definem como conjuntos de organizações interdependentes que ajudam a tornar o produto ou serviço disponível para uso ou consumo. No livro *Meceologia*, edição de 1947, Milano descreve o “movimento comercial” das mercadorias, seu depósito e guarda, envolvendo instituições comerciais, como docas, armazéns gerais, depósitos francos. Sobre a importância desse processo o autor afirma:

As mercadorias destinadas ao abastecimento ou de simples trânsito encontram nos portos e localidades em que se acumulam vastas construções de caráter especial ou armazéns, que às recolhem e preservam de possível danos, bem como instituições de natureza comercial e fiscal que com elas se relacionam” (MILANO, 1947, p. 14).

Especificamente sobre os modais de transporte, o autor apresenta que o transporte das mercadorias se fazia por via aquática e por via terrestre, mas a melhor maneira de efetuar-la não pode ser indiferente a quem se dedica ao comércio (MILANO, 1947). Ainda segundo o autor, a importância de uma via de transporte se deduz da sua utilidade comercial e das vantagens que ela poderia apresentar, se outras coexistissem e lhe fizessem concorrência (p. 19). Dos fatores que determinam a capacidade comercial das vias de transporte, o autor destaca:

a) distância geográfica, geométrica e quilométrica entre determinados pontos; b) capacidade de transporte, isto é, o volume e a tonelage que por ela podem transitar na unidade de tempo; c) tarifas dos transportes; d) concessões e privilégios concedidos pelos Estados e outros poderes a algumas vias de transporte; e) aparelhamento comercial dos portos e das estações centrais de uma via de transporte; f) direitos de ancoragem, reboque, pilotagem, depósito etc., que oneram a navegação, nos portos de embarque e, em geral, nos de aproamento; g) coexistência de outras vias paralelas à considerada, ou de outros portos próximos a determinado porto; h) sistema alfandegário em vigor no Estado em que tem início a via de transporte; i) procedência, quantidade e qualidade das mercadorias que chegam a um ou mais pontos da via, para serem em seguida remetidas ou retidas (MILANO, 1947, p. 19).

Apreendeu-se desses itens que tratam de aspectos relacionados às decisões sobre a distribuição dos produtos comercializados, que o Decreto-Lei de 1943 traz, explicitamente, pela primeira vez, no currículo do ensino comercial, o termo “distribuição”, no título da disciplina,

Técnica da Compra, Venda, Armazenamento e Distribuição. A disciplina fazia parte do currículo do curso técnico de Comércio e Propaganda.

Como apresentado, na análise do ensino comercial, as disciplinas Merceologia, Processo de Propaganda, Noções de Comércio e o livro didático Merceologia e Tecnologia Merceológica apresentaram temas relacionados à gestão do composto do marketing, especialmente, os componentes Produto, Promoção e Praça (Distribuição), anteriormente, à criação da disciplina de Marketing, nos cursos de Administração, evidenciando as relações entre o ensino comercial e Marketing.

4.3 Periodizações

O objetivo deste tópico não é esgotar as periodizações existentes, mas somente ilustrar que existem diversas e conhecidas periodizações, em Marketing. A seguir, serão apresentadas algumas periodizações, em Marketing, após discutiremos a proposta de periodização do ensino comercial.

4.3.1 Periodizações em Marketing

Na tentativa de periodizar a história do Marketing, diversos autores dividiram suas narrativas, em períodos, como séculos, eras, fases, temas, locais (Hollander et al., 2005). Por exemplo, o artigo “Scholarly Research in Marketing: exploring the ‘4 eras’ of thought development”, publicado no *Journal of Public Policy & Marketing*, em 2003, de Wilkie e Moore, citado 741 (setecentos e quarenta e uma) vezes, até a presente data, segundo o site de busca *Google Scholar*, encontra-se entre as periodizações mais conhecidas da área. Sobre o trabalho de Wilkie e Moore (2003), considera Falcão (2014) que, apesar de retratar a realidade dos EUA, pode ser considerado como uma importante fonte de pesquisa para qualquer estudante ou pesquisador de marketing. O autor destaca que esse estudo se diferencia dos demais estudos em relação ao rigor metodológico, no uso do método histórico, tendo em vista que:

(...) é a primeira pesquisa, desde o trabalho de Robert Bartels, a apresentar um vasto levantamento de evidências e documentos históricos. Os autores apresentam um texto bem estruturado, com uma nova proposta de periodização da evolução do marketing nos Estados Unidos. Além disso, o trabalho apresenta de forma detalhada o método de pesquisa empregado (FALCÃO, 2014, p. 51).

Outro exemplo de periodização, é o artigo de Keith (1960), intitulado *The Marketing Revolution* e publicado no *Journal of Marketing*, que apresenta um estudo evolutivo do Marketing, também, dividido em fases. Em sua pesquisa, o autor sugere quatro eras de evolução do marketing em função das práticas, tendo como base sua experiência, na empresa *The Pillsbury Company*, uma organização do segmento de alimentos. A periodização proposta deu-se em função da sua orientação, ou seja, abordagens de como empresas se relacionarem com seus mercados. As quatro eras são: Orientação para Produção, Vendas, Marketing e Controle de Marketing.

Sheth, Gardner e Garrett (1988) identificam e organizaram de forma cronológica doze escolas de pensamento de Marketing surgidas, no século XX, e denominaram como: *Commodity*, Funcional, Regional, Institucional, Funcionalista, Gerencial, Comportamento do Consumidor, Ativista, Macromarketing, Dinâmica Organizacional, Sistêmica e de Trocas Sociais. Os autores classificam as escolas, de acordo com quatro dimensões: Interativa, Não Interativa, Econômica, Não Econômica. De acordo com essas dimensões, os autores apresentam as doze escolas, relacionando-as com as quatro dimensões.

Em sua tese de doutoramento, sobre o ensino de Marketing no Brasil, Bacellar (2005), tendo como inspiração o trabalho de Wilkie e Moore (2003), propôs uma divisão do ensino de Marketing, internacionalmente, em quatro fases, conforme apresentadas, no quadro 40, abaixo.

Quadro 40: Fases do Ensino de Marketing

Fases	Características
<p>Fase 1: Final do século XIX – 1925</p> <p>O começo da disciplina, sua construção inicial e suas primeiras dificuldades</p>	<p>Inicia-se com os primeiros cursos sobre o assunto, mesmo sem explicitar o título de Marketing; desenvolvimento dos primeiros conceitos para serem ensinados em sala de aula.</p>
<p>Fase 2: De 1926 a 1968</p> <p>Estruturação e disseminação das práticas de ensino</p>	<p>Inicia-se com a fundação da <i>National Association of Teachers of Marketing and Advertising</i> (NATMA) e caracteriza-se pela constante preocupação com a estruturação da disciplina incluindo o grande debate Marketing: ciência ou arte? E o surgimento da ênfase nas ciências comportamentais e quantitativas.</p>

<p>Fase 3: De 1969 até 1981:</p> <p>A ampliação do conceito e do ensino de Marketing</p>	<p>Inicia-se com a publicação do artigo <i>Broadening the Concept of Marketing</i> de Philip Kotler e Sidney J. Levy e caracteriza-se pelo duradouro debate acerca dos conceitos, do escopo e dos limites do Marketing.</p>
<p>Fase 4: De 1981 até o presente:</p> <p>Pós-modernismo: questionamentos, fragmentação e multiplicidade de direções</p>	<p>Inicia-se com a publicação do artigo <i>Interpreting Consumer Mythology: A Structural Approach to Consumer Behavior</i> de Sidney J. Levy e caracteriza-se pelo surgimento de uma enorme diversidade de alternativas de pensamento, pela retomada da valorização da abordagem qualitativa na pesquisa em Marketing e pela busca de formas diferentes de compreender a disciplina.</p>

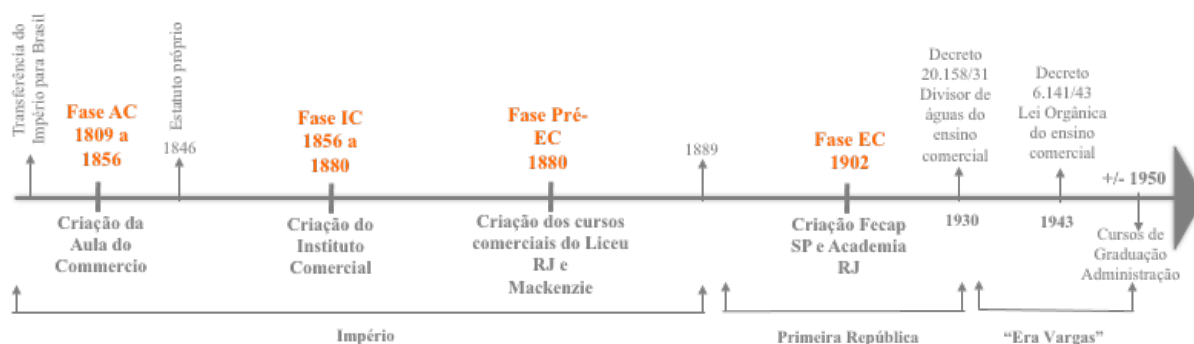
Fonte: compilado pela autora com base em Bacellar (2005)

Informa-se que a periodização do ensino comercial, teve como inspiração a proposta de Bacellar (2005) sobre o ensino de Marketing.

Dando continuidade a este tema, no próximo item, será apresentada uma proposta para uma periodização do ensino comercial no Brasil.

4.3.2 Periodização do Ensino Comercial

A periodização do ensino comercial brasileiro se deu através da análise de fontes documentais e pesquisas bibliográficas, sendo possível dividir a trajetória do ensino comercial, no Brasil, em quatro fases, a partir da trajetória das instituições de ensino comercial. As fases são: **Fase AC (Aulas do Comércio):** de 1809 a 1856; **Fase IC (Instituto de Comercial):** de 1856 a 1880; **Fase Pré-EC (Pré-Escolas de Comércio):** de 1882 em diante, **Fase EC (Escolas de Comércio):** de 1902 em diante, esquematizadas em uma linha temporal de acontecimentos demonstrados, na Figura 55, a seguir.

Figura 55: Linha do tempo – Fases Ensino Comercial

Fonte: Desenvolvida pela autora

Identificou-se quatro momentos distintos e marcados por especificidades. Todavia, as fases são inter-relacionadas e contínuas. Apesar da dificuldade de demonstração visual, dada sua complexidade, observou-se que, em algumas fases, o sentido de transitoriedade entre uma e outra, ou seja, não há rupturas, mesmo que a instituição tenha sido extinta o ensino comercial foi continuado em outra instituição. Por exemplo, nas Fases Pré-EC e EC, as instituições de ensino permanecem em funcionamento, na atualidade, evidenciando o processo de continuidade.

Nesta proposta de fases do ensino comercial, foi excluída a Escola Politécnica de São Paulo, pois não foi possível compreender sobre o funcionamento do seu curso comercial. Para esta divisão, os eventos foram organizados de forma cronológica, como informado anteriormente, a definição em fases teve inspiração, na proposta de Bacellar (2005).

Apresentadas as quatro fases do ensino comercial, no próximo subitem, serão apresentados alguns aspectos do ensino comercial de cada fase.

4.3.3 Características das Fases do Ensino Comercial

O objetivo deste item é consolidar algumas características do ensino comercial apresentadas, ao longo desta tese, e organizadas em quatro fases, a partir dos aspectos: 1) **Fatores Externos:** Podemos relacionar como fatores externos todos os eventos econômicos, políticos, sociais que de alguma forma influenciaram o ensino comercial, por exemplo, transferência da capital do império português para o Brasil, crescimento da cultura cafeeira, publicação de decretos, etc.; 2) **Necessidade de Formação Profissional:** Compreende as

necessidades mercantis que ocasionaram busca por formação profissional, por exemplo, coroa portuguesa, na administração local; necessidades das indústrias e do comércio, etc.; 3) **Rede de Relacionamento**: Entendeu-se esse aspecto como a rede de relacionamento existente entre o Governo e os empresários, imprensa, bancários existente, na época; e 4) **Capacidades Educacionais**: Compreende o funcionamento das instituições, grade curricular, método de ensino, etc. As características das fases consolidadas serão apresentadas, nos Quadros 41, 42, 43 e 44, a seguir. Posteriormente, serão apresentadas as considerações sobre as Fases AC, IC, Pré-EC e EC.

- **Fase AC**: A **Fase AC** é caracterizada pela criação da Aula do Commercio.

Quadro 41: Características do Ensino Comercial na Fase AC

Fase e Período	Fatores Externos	Necessidades de Formação Profissional	Rede de Relacionamento	Capacidades Educacionais
Fase AC (Aula do Comércio): de 1809 a 1856	<ul style="list-style-type: none"> - Transferência do Império português para o Brasil. - Transformar o Brasil em uma metrópole imperial. - Réplica das instituições portuguesas no Brasil. - Abertura dos portos brasileiros ao comércio internacional. - Permissão para abertura de fábricas e manufaturas. - O contexto social na Colônia era de conflitos e revoltas. - Carência de mão de obra com formação profissional. - Criação de novos postos de trabalho nas esferas pública e privada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades mercantis da coroa portuguesa na administração local. - Necessidades das fábricas, manufaturas, trapiches e comércio em geral. - AC responsável em formar pessoas para ocuparem diversas funções. - Forma de distinção social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Altamente centralizada pelo Império. - Financiadas e administradas pela Junta do Comércio. - Forte relacionamento com os comerciantes. - Administração do governo imperial depois da criação de Estatutos próprios (1846). 	<ul style="list-style-type: none"> - Regida pelo Estatuto da Aula de Portugal. - Ofertava de único curso comercial. - Na criação com 3 anos, depois 2 anos de duração. - Criação de Estatutos próprios em 1846. - Quantidade reduzida de disciplinas. - Disciplinas com escopo de ensino abrangente. - Processo de admissão dos alunos complexo. - Ensino orientado para prática.

Fonte: Desenvolvido pela autora

A **Fase AC** é caracterizada pela criação da Aula do Commercio. O principal desafio de D. João, com a transferência da administração do Império para o Brasil, era transformar a colônia em uma metrópole desenvolvida economicamente. O contexto social da colônia Brasil estava imerso em “descontentamento e revoltas” derivados de conflitos políticos e econômicos oriundos da relação Portugal e Brasil, bem como “entre o trabalho escravo e os detentores do poder” (MELO, 2012, p. 21). Nesse cenário conturbado, entre as primeiras medidas tomadas pelo Imperador, em terras brasileiras, foi replicar, no Brasil, o modelo estrutural administrativo português com a criação de instituições como espelho das portuguesas, entre elas, a criação do primeiro curso de ensino comercial, a Aula do Commercio, na cidade do Rio de Janeiro.

Outras medidas administrativas foram decretadas por D. João que impactaram, na vida da colônia, pode-se relacionar a abertura dos portos brasileiros ao comércio internacional, em especial com a Inglaterra, anuência para abertura de fábricas e manufaturas, e a criação de novos postos de trabalho, nas esferas públicas. Além disso, a presença da corte portuguesa e dos comerciantes ingleses transformou o perfil dos consumidores que passaram a ter outras necessidades de consumo. Essas transformações sociais, políticas e econômicas, demandavam pessoas qualificadas para ocuparem os cargos novos que surgiram, na capital do Império.

A Aula do Comércio foi responsável em suprir as carências mercantis da coroa portuguesa, na administração local, e as necessidades das fábricas, das manufaturas e do comércio na formação profissional. A Aula preparava caixeiros, corretores, agentes de leilões, feitores, guarda-livros, trapicheiros e administradores de armazéns de depósito e comissários de transportes (CABRAL, 2016) para exercerem de forma qualificada suas profissões. A Aula do Commercio teve um importante papel, na formação comercial dos negociantes, que buscavam se adequar às novas demandas provenientes das mudanças estruturais e sociais, assim como, uma forma de distinção social.

A Aula de caráter oficial e “utilidade pública”, estava diretamente relacionada, desde seus primórdios, à influência política governamental, por meio dos seus órgãos de observância como a Junta do Comércio (representante dos comerciantes), posteriormente, a Secretaria de Estado dos Negócios do Império. A Aula do Commercio tinha o papel de formar os negociantes e seus filhos para assumirem os negócios. Outro ponto importante, por ser um curso oficial do Governo, a fiscalização e a gestão eram centralizadas e regidas através de regulamentações oficiais da administração pública. Os Decretos-Lei definiam, por exemplo, contratação dos

lentes, aprovação de planos de aula, anuência dos compêndios, indicação do local de funcionamento, entre outras.

Sobre as capacidades educacionais, na sua criação, a Aula era regulada pelo Estatutos da Aula de Lisboa sob orientação da Junta do Commercio, que também financiava o curso, seguindo o mesmo modelo da Aula de Lisboa. Somente por meio de Decreto-Lei de 1846, a Aula passou a Estatutos próprio. A grade curricular da Aula apresentava uma quantidade reduzida de disciplinas, porém com escopo de ensino abrangente. O direcionamento pedagógico era de um ensino que priorizava a prática mercantil.

A Aula funcionou, durante muito tempo, com um único curso comercial, no entanto, para se adaptar às mudanças do mercado ocasionadas por fatores externos e às sugestões dos lentes do curso, manifestadas em seus Planos de Curso, a duração da Aula passou de três para dois anos. Os candidatos ao curso comercial deveriam ter idade mínima de 14 (quatorze) anos para ingresso, os aprovados gozavam de preferência para ocuparem cargos públicos, sem a exigência de realizarem concurso. Uma característica da Aula, que fazia parte da época, era o rigor na disciplina dos alunos, nas edificações da Aula.

A principal regulamentação desta fase é o Decreto nº 456 de 6 julho de 1846, que desvinculou a Aula do Commercio do Brasil dos Estatutos de Portugal, com a criação de Regulamento próprio.

A seguir, serão apresentadas as principais características da Fase IC.

- **Fase IC:** A Fase IC tem duração temporal menor em relação a Fase AC, é caracterizada pela continuidade da Fase AC, com a extinção da Aula do Commercio que deu lugar ao Instituto Comercial (vide Decreto nº 1.763 de 1856). Além disso, as duas fases apresentam similaridades, no funcionamento do curso comercial, por serem ambas instituições administradas pelo Governo Imperial.

Quadro 42: Características do Ensino Comercial na Fase IC

Fase e Período	Fatores Externos	Necessidades de Formação Profissional	Rede de Relacionamento	Capacidades Educacionais
Fase IC (Instituto Comercial): de 1856 a 1882	<ul style="list-style-type: none"> - Período Imperial. - Complexidade econômica. - Comércio de escravos. - Crescimento da cultura cafeeira. - Investimentos de capital estrangeiro no país. - Criação de bancos privados. - Início das obras de infraestrutura: ferrovias e serviços urbanos. - Criação do Código Comercial. - Reorganização do ensino comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades para cargos públicos. - Necessidades para trabalhar em bancos, e empresas de infraestrutura. - Forma de distinção social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Administração do Governo imperial. - Relacionamento com os comerciantes e empresários. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regulamentação própria. - Oferta de dois cursos: Preparatório e Profissional - Aumento da quantidade de disciplinas na grade curricular. - Processo de admissão dos alunos complexo. - Curso variando de 2 a 4 anos de duração.

Fonte: Desenvolvido pela autora

Na Fase IC, percebeu-se o aumento da influência dos empresários, no funcionamento do ensino comercial, tendo em vista, as diversas reorganizações, pelas quais o ensino comercial passou, na tentativa de se adaptar às mudanças do mercado e às demandas da classe mercantil (vide Decretos nº 2.741 de 1861; nº 3.058 de 1863; nº 7.538 de 1879; nº 7.679 de 1880). Porém, foi mantido o relacionamento de dependência e centralidade governamental.

A Fase IC é qualificada pelo aumento das complexidades econômicas, entre elas, o crescimento da cultura cafeeira iniciada, em meados dos anos 40. Apesar da redução do preço do café, a partir de 1857, no mercado internacional, com sérias consequências, no mercado interno, esse período caracteriza-se pelo surgimento da “burguesia do café”, como eram conhecidos os cafeicultores. Também, observou-se o aumento do fluxo de capital interno gerado, a partir do tráfico de escravos para trabalhar, nas lavouras canavieiras e cafeeiras e investimentos estrangeiro. Diversos empresários estrangeiros foram atraídos pelo mercado brasileiro para financiarem e construir obras de infraestrutura como estradas, ferrovias, serviços urbanos e casas bancárias. Todos esses fatores externos contribuíam para a valorização do ensino comercial.

Assim como na Fase AC, duas características permaneceram inalteradas: a necessidade por pessoas qualificadas para assumirem novas posições de trabalho demandadas dos fatores externos; e o ensino comercial como forma de distinção social. Uma mudança percebida, nessa fase, é preferência dos formandos do curso comercial do IC, para assumirem funções sem a realização de concurso público, em cargos de Escriturários do Tesouro Nacional, Escriturários de Tesourarias, Alfândegas, Consulados, no próprio Instituto Comercial, e, também, em outras repartições públicas (vide Brasil, 1856). O curso comercial do IC preparava para funções, no comércio, em bancos privados, em empresas de serviços urbanos, em ferrovias, etc.

Apesar da valorização do ensino comercial, o IC não conseguiu aderência de novos alunos. Na tentativa de atrair alunos, o Governo reorganizou algumas vezes administrativamente e funcionalmente o Curso Comercial, mas sem sucesso. Para “salvar” o Instituto Comercial, o Governo interferiu de forma direta para evitar o seu fechamento. Em 1882, o Instituto Comercial é extinto, por não conseguir suprir as demandas comerciais da época e pelo seu horário de funcionamento diurno, que não possibilitava a frequência da classe trabalhadora, em especial, do comércio que trabalhava no período diurno (BIELISNKI, 2000).

Sobre as capacidades educacionais, a duração do curso comercial sofreu alterações, ao longo desta fase, primeiro passou de dois anos para quatro anos, depois voltou a ter dois anos de duração. A oferta de cursos e grade curricular, também, sofreram alterações, ao invés de um curso passou a ser ofertado dois cursos: Preparatório e Profissional. Todas essas modificações foram tentativas de atrair alunos para o curso comercial. Em 1882, o IC foi extinto, apesar do encerramento das suas atividades educacionais não significou a descontinuidade do ensino comercial. No Rio de Janeiro, o ensino comercial ficou a cargo do Liceu de Artes e Ofícios, como será abordado, na próxima Fase Pré-EC.

- Fase Pré-EC: A Fase Pré-EC marca o processo de transição e continuidade entre uma fase e outra, principalmente, em função do funcionamento de forma ininterrupta das instituições de ensino comercial, que configuram as fases, mesmo com derivação do ensino comercial para outros cursos técnicos profissionalizantes.

Quadro 43: Características do Ensino Comercial na Fase Pré-EC

Fase e Período	Fatores Externos	Necessidades de Formação Profissional	Rede de Relacionamento	Capacidades Educacionais
<p>Fase Pré-EC: de 1882 em diante</p> <p>Liceus de Artes e Ofícios RJ</p> <p>Mackenzie SP</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Início da Primeira República. - Abolição da escravatura. - Mecanização do trabalho. - Expansão da produção de café. - Expansão das ferrovias e serviços urbanos. - Investimentos de capital estrangeiro no país. - Multiplicação das casas comerciais e bancos. - Início ao complexo industrial paulistano. - Início da imigração: italianos, espanhóis, alemães e japoneses. - Introdução do trabalho livre e assalariado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades para cargos públicos. - Necessidades para trabalhar em bancos, e empresas de infraestrutura. - Distinção social. - Comerciantes em busca de qualificação - Preparava estrangeiros e brasileiros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Autonomia de funcionamento. - Depois se adaptou aos Decretos-Lei do Governo. - Relacionamento com os comerciantes e empresários. 	<ul style="list-style-type: none"> - Três cursos: Curso Preparatório, Normal e Superior. - Variando de 4 a 2 anos de duração. - Superior de Comércio.

Fonte: Desenvolvido pela autora

De forma geral, nesta fase, entre os fatores externos que impactaram, do ponto de vista social, político e econômico, destacou-se o final da Monarquia e início da Primeira República (1889 – 1929); a Abolição da Escravidão; a Revolução Industrial, ocasionando o início da mecanização da indústria; a expansão das obras de infraestrutura como aumento das ferrovias e serviços urbanos, como luz elétrica, etc.

A partir desta Fase, começam a se configurar diferenças, no ensino comercial, entre Rio de Janeiro e São Paulo, principalmente, em função da influência dos fatores externos em cada cidade. São Paulo, por volta de 1880, tinha contornos de uma metrópole industrial, enquanto a cidade do Rio de Janeiro era considerada a maior cidade brasileira e capital política e administrativa do país. De forma geral, esse era um dos aspectos que diferenciava as duas cidades, nesse período. Todavia, existiam aspectos que as unificavam, entre eles, o ensino

comercial como fundamental em atender as necessidades ocasionadas pelas transformações, nos ambientes empresariais e governamentais. Por exemplo, no ano que foi criado o Curso Superior de Comércio do Mackenzie, em 1880, a cidade de São Paulo era influenciada pelos surtos cafeeiro e canavieiro que vivia o país. O curso comercial do Mackenzie visava preparar profissionais para altos cargos do comércio cafeeiro de Santos e São Paulo, notadamente, das Casas Comissárias, Fábricas de Tecidos, Metalúrgicas, Cerâmicas e Curtumes que davam início ao complexo industrial paulistano (GARCEZ, 1970), somado a imigração de italianos, espanhóis, alemães e japoneses que chegaram, ao Brasil, para trabalharem, nas lavouras de café e nas indústrias paulistas. Enquanto, no Liceu do Rio de Janeiro, 73% dos inscritos, no curso comercial, eram empregados do comércio e 4% de funcionários públicos, em 1882 (vide Quadro 12). No entanto, em ambos os estados os cursos comerciais preparavam pessoas em busca de qualificação profissional.

Sobre a rede de relacionamentos, nesta fase, percebeu-se que o Curso Comercial do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro, era uma instituição de ensino privada a receber o título de Imperial. Em sua inauguração compareceram, entre outros, o Imperador D. Pedro II, pessoas ilustres ligadas ao comércio e à política, tais como, Visconde de Tocantins, os senadores Rodolfo Dantas e Silveira da Motta e Ministros do Império (BIELISNKI, 2000). A partir dessa evidência, o seu fundador Sr. Joaquim Béthencourt da Silva e os demais membros do Liceu, desfrutavam de uma rede de influências com participantes do comércio, da imprensa e do Governo. Mesmo não sendo possível mapear a rede de relações, evidenciou-se que de alguma forma o Liceu se beneficiou das relações existentes, na implantação do seu Curso Comercial.

Em relação à rede de relacionamentos, em São Paulo, apreendeu-se que pela tradição Mackenzie é possível observar uma rede de relacionamento entre os empresários paulistas e o Governo, porém não foi possível mapear os atores e a rede de relacionamento. Além disso, o Curso Superior de Comércio do Mackenzie, criado, em 1886, tinha o intuito de atender “os surtos cafeeiro e canavieiro que tomavam corpo, no país, gerando forte corrente comercial em moedas estrangeiras” (GARCEZ, 1970, p. 138), ou seja, o curso comercial paulista estava mais voltado para suprir as necessidades mercantis e fabris.

Do ponto de vista das capacidades educacionais, o curso comercial do Mackenzie foi sofrendo transformações, à medida que o contexto político, econômico e social da cidade de

São Paulo foi se transformando. Dessa forma, concluiu-se que o Mackenzie atendia as demandas externas, inclusive com a criação de outros cursos, como Engenharia, por exemplo.

O Mackenzie, em SP, e o Liceu do RJ, ambas instituições privadas, não eram fiscalizadas pelo Governo, com isso, mantinham independência dos órgãos oficiais, em relação ao funcionamento dos cursos comerciais. Com o final da monarquia, passaram a ser fiscalizados, depois do Decretos-Lei de 1926 (vide Decreto-Lei nº 17.329 de 1926), que instituiu fiscalização das instituições de ensino comercial.

Em relação às grades curriculares, eram similares à grade curricular da Aula do Commercio, com uma quantidade reduzida de disciplinas e escopo abrangente. O ensino comercial do Liceu do RJ era gratuito, noturno, sem restrições para matrícula. Ofertava três cursos: Preparatório (1 ano de duração), Curso Normal e Curso Superior (4 anos de duração). Enquanto o Mackenzie ofertava o Curso Superior de Comércio com duração de dois anos.

- **Fase EC:** A Fase EC compreende as Escolas de Comércio do Rio de Janeiro e São Paulo. Nesta fase, concentrou-se as maiores transformações, no ensino comercial, do ponto de vista funcional e regulatório. Foram publicados os Decreto-Lei nº 1.339 de 1905, que declararam a Academia de Comércio do Rio de Janeiro e a Escola Prática de Comércio de São Paulo instituições de utilidade pública e reconheceram os diplomas expedidos de caráter oficial; o Decreto-Lei nº 17.329 de 1926 determinou a fiscalização pelo Governo das instituições de ensino comercial; o Decreto-Lei nº 20.158 de 1931 é um marco do ensino comercial, pois modificou, completamente, a estrutura dos cursos; o Decreto-Lei nº 6.141 ou Lei Orgânica do Ensino Comercial; Decreto-Lei nº 7.988 de 1945 regulamentou o ensino superior; Decreto-Lei nº 1.076 de 1950 flexibilizou a articulação entre cursos do ensino comercial e cursos clássico ou científico; Decreto-Lei nº 1.826 de 1953 regulou sobre equivalência entre cursos.

É importante destacar que as diferenças entre o ensino comercial, no início dessa fase, permaneceram entre as instituições de ensino comercial do Rio de Janeiro e São Paulo. Porém, ao longo do tempo, essas diferenças vão reduzindo, em função homogeneização decorrente das regulamentações oficiais do ensino comercial. Ressaltou-se, ainda, que a Fecap e Academia do Comércio, ambas Escolas de Comércio, foram consideradas de “utilidade pública” pelo Governo e tiveram seus diplomas reconhecidos oficialmente. Apesar do reconhecimento

oficial, mantiveram-se independentes do Governo, com total autonomia de funcionamento até 1926, quando o Decreto-Lei nº 17.329 instituiu a fiscalização, nas instituições de ensino comercial.

Quadro 44: Características do Ensino Comercial na Fase EC

Fase e Período	Fatores Externos	Necessidades de Formação Profissional	Rede de Relacionamento	Capacidades Educacionais
<p>Fase EC (Escolas de Comércio): de 1902 em diante</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Primeira República. - Presença de oligarquias. - Crescimento da exportação de café. - Crescimento das indústrias têxtil. - Processo de urbanização das cidades. - Trabalho livre e assalariado - Mão de obra em abundância vinda de outros países. - Expansão de bancos, comércio de importação e exportação, ferrovias e serviços urbanos. - Surgimento da classe média. 	<ul style="list-style-type: none"> - Necessidades das indústrias e do comércio. - Substituir com mão de obra nacional os estrangeiros no comando dos negócios. - Aumento os órgãos do Governo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ensino privado. - Autonomia total de funcionamento. - Fiscalização do Governo após 1926. - Relacionamento com Governo e empresários. - Após 1931, centralidade governamental: “Era Vargas”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criação de Regulamentos próprios. - Depois se adaptou aos Decretos-Lei do Governo. - De Único curso (Cursos Técnico) à Graduação - De 3 anos a 6 anos

Fonte: Desenvolvido pela autora

De forma geral, no Brasil, os fatores externos que marcaram, essa fase, são Abolição da Escravidão, Proclamação da República e crescimento das produções cafeeira, apesar das crises em função do preço, no mercado externo. Observou-se, no contexto paulista, o aumento da indústria têxtil (lã e juta), o célere processo de urbanização, a chegada de imigrantes em busca de empregos vindos, principalmente, da Europa, a evolução dos meios de transporte, a geração de energia elétrica, bem como a ampliação dos serviços financeiros, casas comerciais importadoras e exportadoras. Enquanto o Rio de Janeiro era mais voltado para o comércio, agricultura e questões governamentais, em função, da proximidade física com os órgãos do Governo. É nesse contexto de grandes transformações, nos primeiros anos da República (1889-

1930), que são criadas a Academia do Comércio, no Rio de Janeiro, e a Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap), em São Paulo, ambas em 1902.

Os responsáveis pela fundação da Academia do Comércio são o Conde Cândido Mendes de Almeida e seu irmão Fernando Mendes de Almeida, filhos do Senador Cândido Mendes de Almeida, um dos mais ilustres juristas do Império, ambos comprometidos com causas sociais (BASTOS, 2003). Percebeu-se a influência da rede de relacionamentos dos fundadores da Academia com o Governo, nesse caso, iniciada pelo pai, quando funcionário do Império. Mesmo não sendo possível mapear a rede de relacionamento, pôde-se afirmar que os filhos do Senador Candido Mendes foram de alguma forma beneficiados com a chancela para criação de uma instituição privada de ensino comercial, pela rede de relacionamento iniciada pelo pai. Como evidências dos benefícios do Governo, o funcionamento da Academia de Comércio, no mesmo edifício da Escola Politécnica da Universidade do Rio de Janeiro, UFRJ, uma instituição pública. Nesse caso, observou-se um entrelaçamento de instituições de ensino público e privado, no mesmo local físico. Além disso, Saes e Cytrynowicz (2001, p. 39) afirmam que a Academia, também, desempenhava a função consultiva do Governo para assuntos comerciais, industriais e “questões de Estado”.

A Escola de Comércio Álvares Penteado, Fecap, de ensino comercial privado com total autonomia de funcionamento, apresentava seus fundadores mais ligados às finanças, ao café e à industrialização nascente. Polato (2008) afirma que os principais atores da rede de relacionamento e fundadores Fecap, são eles: Veiga Filho, Horário Berlinck, Álvares Penteado e Lacerda Franco. A rede de relacionamento que eles criaram se deu em função do parentesco e atribuições profissionais comuns, por exemplo, Álvares Penteado e Lacerda Franco trabalharam juntos, na Associação Comercial, enquanto, Horário Berlinck trabalhou com ambos, na indústria Álvares Penteado e no Banco União; Veiga Filho, político responsável em dar andamento ao projeto de criação da escola de comércio, trabalhou com Horário Berlinck, na Associação Comercial (vide Figura 6). É certo que as aproximações profissionais facilitaram a relação entre os quatro, bem como na construção de relacionamento com representantes da indústria e comércio paulista e na articulação de recursos financeiros para criação da Fecap, tendo em vista que o Governo não participou com apoio financeiro. Uma evidência da importância da Fecap para a sociedade paulista da época, foi o grande número de pessoas da classe mercantil, política, acadêmica e consular que compareceram à inauguração da sede própria da Fecap, em 1908.

Verificou-se que Fecap supria, principalmente, as demandas da classe mercantil e industrial de São Paulo. Em relação às capacidades educacionais, a Fecap, nos seus primeiros anos de funcionamento, ofertava um único Curso Técnico, com três anos de duração, ao final dos anos 1950, ofertava dois cursos de graduação, ambos com 4 anos de duração. No entanto, entre esse intervalo houve crescimento da oferta de cursos comerciais, bem como a criação de cursos direcionados, exclusivamente, para mulheres. Segundo Prof. Marcelo Krokosz, Diretor do Colégio Fecap, por e-mail, “o colégio mantém os cursos técnicos desde a fundação, em 1902”. É ofertado “curso pleno, equivalente ao Propedêutico, que corresponde ao ensino médio regular”.

Por outro lado, a Academia de Comércio era mais direcionada às questões governamentais. Na sua criação, a Academia ofertava o Curso Geral e o Superior. Fazoli (1992) destaca que a Universidade Cândido Mendes, sucessora da Academia, rapidamente, ganhou destaque, no ciclo universitário, enquanto a Fecap centralizou-se, nos cursos de nível médio, somente se dedicou aos cursos superiores, em alguns segmentos como Economia, Contábeis e Administração.

Nesta seção, foi possível apreender que, nas Fases AC e IC, o ensino comercial era homogêneo, enquanto, nas Fases Pré-EC e EC, o ensino era heterogêneo, pois apresentava total autonomia de funcionamento, até o Decreto 1926, que estabeleceu a fiscalização do ensino. Após o encerramento da Fase IC, constatou-se que havia um hiato temporal do ensino comercial, entre o encerramento das atividades educacionais do Instituto Comercial do Rio de Janeiro (1882) e a criação da Academia do Comércio (1902). Durante esse período, o Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro foi responsável em manter a continuidade do ensino comercial.

As trajetórias do ensino comercial, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, foram distintas. A Aula do Commercio não existiu, em São Paulo, que, naquela época, era uma acanhada província, enquanto na cidade do Rio de Janeiro, por ser a capital do Império e reunir uma quantidade maior de indústrias e comércio, exigia formação técnica da classe mercantil, bem como a qualificação das pessoas para ocuparem cargos públicos e privados. Em São Paulo, antes da fundação da Fecap, em 1902, existiram outras instituições que ofertavam o ensino comercial, por exemplo, o Mackenzie.

Também, as instituições oficiais do Governo (Aula do Commercio e Instituto Comercial), assim como as instituições privadas (Mackenzie, Liceus, Fecap, Academia do Comércio), apresentaram um entrelaçamento entre o ensino comercial e os fatores externos, tais como, contexto político, econômico e social. As diferenças entre as instituições residem no modelo de instituição (públicas ou privadas), atores envolvidos, localização temporal e geográfica. Outro aspecto comum entre as instituições é que o ensino comercial está, diretamente, relacionado em suprir as demandas profissionais públicas ou privadas, ocasionadas pelas transformações dos fatores externos.

Observou-se que o ensino comercial era voltado para prática mercantil, em todas as quatro fases, logo, a prática comercial não estava dissociada do ensino comercial. Além disso, evidenciou-se o processo de continuidade entre uma fase e outra. Por exemplo, na Fase IC, após a extinção do Instituto Comercial, o ensino comercial foi continuado em outra instituição, o Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro.

No próximo capítulo, serão apresentadas as considerações finais baseadas nas reflexões da pesquisadora sobre ensino comercial e seus desdobramentos para Marketing. Ainda serão sugeridas questões para estudos futuros que abordem os temas apresentados no presente estudo e que merecem serem explorados em profundidade por outros pesquisadores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese de doutorado com perspectiva histórica, em alguns momentos descritiva e em outros, analítica, tem como objetivo compreender o papel do ensino comercial, no desenvolvimento do ensino de Marketing, no país. Para isso, buscou-se reconstituir a trajetória do ensino comercial, iniciando em seus primórdios até a criação da disciplina de Marketing, nos cursos de graduação de Administração. Além disso, analisou-se como o conteúdo do ensino comercial se relaciona com a disciplina de Marketing. Como fruto desse esforço, foram mencionadas algumas contribuições.

- Contribuições para estudos historiográficos em Marketing

Os estudos historiográficos, no Brasil, em especial, na área de Marketing, são pesquisas ainda pouco frequentes. Em vista disso, decorrem algumas vantagens, neste tipo de pesquisa. Mesmo que outras áreas como Administração, Administração Pública, Contabilidade, Economia, Educação e História tenham avançado em pesquisas sobre o ensino comercial, na originalidade das descobertas apresentadas, nesta tese, para Marketing decorrem da construção de uma narrativa histórica possível da trajetória do ensino comercial, desde a criação da Aula do Comercio até a introdução da disciplina de Marketing. E também a análise aprofundada do conteúdo das disciplinas que faziam parte do currículo do ensino comercial, assim como, das relações com o escopo do ensino de Marketing, na atualidade.

Dessa forma, propôs-se que entender o papel do ensino comercial ajuda a compreender como o ensino de Marketing se constituiu até os dias atuais. Este estudo revelou caminhos não explorados, e, com isso, abre-se as possibilidades de construir uma história da disciplina diferente da atual, com mais consistência para uma proposta original da disciplina de Marketing, no Brasil. Assim, esta tese contribui para discussões que consideram que o ensino de Marketing brasileiro pode ter sua própria história e que contemplem outros pontos de vista.

A presente pesquisa não se limitou a apresentar fatos isolados, em si mesmos, mas buscou apresentá-los inseridos, no contexto político, econômico e social em que ocorreram. A partir desta perspectiva, o presente estudo trouxe, à luz, instituições, pessoas e fatos relacionados ao ensino comercial de forma mais abrangente do que apresentados em pesquisas anteriores. Ademais, este estudo historiográfico, em Marketing, revelou a importância das

instituições de ensino comercial e das pessoas responsáveis por sua introdução, no país, como tendo o papel de precursores do ensino de Marketing.

Destacou-se que somente foi possível desvelar a trajetória do ensino comercial, a partir da análise da história das instituições de ensino comercial. Dessa forma, as instituições de ensino comercial eram: a Aula do Commercio, o Instituto Comercial, os Liceus de Artes e Ofícios, o Mackenzie, a Fecap e a Academia de Comércio do Rio de Janeiro (atual UCAM). Além das instituições de ensino, salientou-se as pessoas responsáveis pela fundação e/ou transmissão de conhecimento a respeito do ensino comercial. Em especial, na estruturação do ensino comercial e na formação de pessoas a respeito das práticas comerciais, os lentes da Aula do Commercio Euzébio Vanerio (Aula de Salvador), Manoel de Veiga (Aula de Pernambuco), José Antonio Lisboa (Aula do Rio de Janeiro); os idealizadores da Fecap, Conde Antônio de Álvares Leite Penteado, senador Antônio de Lacerda Franco, Dr. João Pedro da Veiga Filho e Prof. Horário Berlinck; Sr. Joaquim Béthencourt da Silva fundador do Liceu do RJ; e Candido Mendes, fundador da Academia do Comércio do RJ.

Além das instituições de ensino apresentadas, neste estudo, existiram outras instituições de ensino comercial, no Brasil, bem como outros brasileiros responsáveis pela transmissão de conhecimento comercial. Dessa forma, aponta-se que pesquisas futuras possam avançar, no sentido de desvelar outras instituições e pessoas, na compreensão do ensino comercial, no país.

- Contribuições para estudos que discutem a origem do Marketing

A primeira proposição desta tese é que “marketing” (mesmo não podendo ser chamado de marketing), no Brasil, originou-se no ensino de comercial. Portanto, não foi apresentado com a introdução da disciplina, nos cursos de graduação em Administração de Empresas, nas instituições de ensino: Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV), Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP) e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), por volta de 1950 (vide Richers, 2000; Cobra, 2003; Bacellar, 2005; Costa e Vieira, 2007; Bacellar e Ikeda, 2011; Boschi, Barros e Sauerbronn, 2016). Entendeu-se que houve geração de conhecimento original de Marketing, no período do ensino comercial, dessa forma, anterior à introdução da disciplina de marketing, nos cursos de graduação de Administração, no país.

Esta proposição é confirmada, na análise do conteúdo das disciplinas do currículo do ensino comercial. Revelamos que o “elo perdido” entre ensino comercial e Marketing é, em especial, a disciplina Merceologia ou Estudo das Mercadorias. Tendo em vista, sua inclusão, no currículo do ensino comercial, em 1901 (vide Quadros 18 e 19), na criação da Fecap. Também evidenciada de forma aprofundada, na análise do livro didático “Merceologia e Tecnologia Merceologica”, utilizado, nas Escolas de Comércio, conforme demonstrado, no capítulo 4, no item aproximações do ensino comercial com Marketing. A análise do livro revela que temas, os quais hoje são ensinados, em Marketing, tais como: produto, falsificação, embalagem, armazenamento, transporte, já eram ensinados nas Escolas de Comércio, naquela época.

Outras evidências da aproximação do ensino comercial com Marketing, são encontradas, nas disciplinas Técnica de Propaganda e Técnica da Compra, Venda, Armazenamento e Distribuição, que tratam os temas relacionados ao ensino de Marketing como Propaganda e Praça (Distribuição). Corroborando com a proposição apresentada, nesta tese, destacou-se o estudo de Gammp e Sauerbronn (2021). Os autores evidenciam que os textos do poeta português Fernando Pessoa já traziam, na década de 1920, discussões acerca de segmentação de mercado, definição de mercado-alvo, comportamento do consumidor, orientação da empresa para o mercado e composto de marketing, temas que compõem a disciplina de marketing, na atualidade (GAMMP; SAUERBRONN, 2021).

Ante ao exposto, esta tese, contribui para discussões que consideram a introdução da disciplina de Marketing, no Brasil, não somente por volta de 1950. Entendeu-se recontar a história do Marketing, no país, como contribuição para estudos, os quais discutem que a prática do Marketing é anterior a 1900, ou seja, antes de ter se tornado uma disciplina formal, nos EUA (vide Wilkie; Moore, 2003), tendo em vista a existência de disciplinas correlatas ao ensino de Marketing, sendo ministradas de forma regular fora dos EUA.

O objetivo deste trabalho, não é aprofundar a discussão a respeito da localização do Marketing se encontrar, nos EUA, no entanto, sugere-se que esta reflexão poderia ser aprofundada em estudos futuros.

Além da disciplina Merceologia ou Estudo das Mercadorias, fica evidente que, juntamente, com a fundação da Fecap foi recomendado a criação de um Museu de Mercadorias (vide Quadro 18). Destaca-se que a Academia do Comércio administrava o Museu do

Comércio, localizado, na cidade do Rio de Janeiro, Praça XV, no antigo Convento do Carmo. Ainda segundo Peres (2007), consta, no relatório do Ministério da Agricultura de 1928, que o Governo determinava a criação de Museu Comercial, nas instituições de ensino comercial. O Decreto de 1931, também, determinava que as instituições de ensino comercial eram obrigadas a criar e manter o Museu de Merceologia.

O Museu Comercial era destinado a divulgar os principais produtos agrícolas brasileiros às delegações estrangeiras sediadas, na Capital Federal (PERES, 2007). Ainda, nesse sentido, segundo a UCAM (s/d), o Museu do Comércio tinha como finalidade disseminar as amostras de novos artefatos da industrialização. Do ponto de vista didático, os museus serviam como laboratórios práticos, na demonstração de produtos comercializados, em cada época, para os alunos do ensino comercial.

Uma evidência que o funcionamento dos museus comerciais não se encontrava localizado somente, nas Escolas de Comércio do Brasil, era o Museu de Merceologia da Universidade Bari, instituído, em 1886, na *Royal High School of Commerce* de Bari. O museu de Merceologia auxiliou, juntamente, com laboratório de merceologia, o ensino da ciência das commodities e os empresários locais, por meio da variedade de produtos expostos, permitindo o reconhecimento e comparação dos produtos com as amostras “padrão” (MONTENEGRO; GARUCCIO, 2017).

Nesta tese, chega-se até esse ponto, mas defendemos que estudar os Museus de Mercadoria ou Merceologia ajudaria, nas discussões a respeito da história da prática do Marketing. Apesar deste tema não se encontrar, no escopo central deste trabalho, ele tangencia este estudo de várias formas, tendo em vista, que o ensino comercial era muito próximo da prática dos comerciantes. Dessa forma, sugere-se como pesquisas futuras a expansão e aprofundamento a respeito dos museus de Merceologia e a sua contribuição para as práticas de Marketing.

Contribuições para estudos que discutem evolucionismo ou criacionismo do Marketing

Uma contribuição desta tese é que o ensino comercial evoluiu, ao longo do tempo, e foi ficando cada vez mais parecido com o que chamamos de Marketing, na atualidade. Uma evidência da evolução do ensino comercial é que, na Fase AC, os conteúdos das disciplinas

eram menos parecidos com o ensino de Marketing, atualmente, e, na Fase EC, eram mais semelhantes com o atual ensino de Marketing. Além disso, identificou-se, na trajetória das disciplinas do ensino comercial, que elas apresentaram continuidade, ou seja, transitaram de uma fase para outra. Ademais, evidenciamos no mapeamento do ensino comercial que não houve rupturas. Por exemplo, com a extinção do Instituto Comercial do Rio de Janeiro o ensino comercial foi continuado por outra instituição de ensino, nesse caso, o Liceu do RJ. Dessa forma, evidenciando que houve um caminho de evolução.

O objetivo deste estudo não é discutir a perspectiva de evolução do Marketing, no entanto, este tema emergiu das reflexões a respeito deste ensino. Em vista disso, esta tese se aproxima de estudos com perspectiva evolucionista do Marketing, a qual defende que a gênese do Marketing se encontra, na antiguidade (vide Nevett, Nevett, 1987; Dixon, 1995; Twede, 2002; Shaw, 2015), apoiados, nas recentes melhorias, em áreas como arqueologia marinha que reforçam a importância das rotas comerciais do Mediterrâneo (HOLLANDER et al, 2005).

Nesse sentido, Ambler (2004) apresenta que, no Renascimento, São Tomás de Aquino (1225-1274) e seus seguidores, conhecidos como “Escolásticos”, desenvolveram o que foi, provavelmente, a primeira análise formal da motivação do comprador. Segundo o autor, São Bernardino de Siena (1380-1444), estabeleceu a diferença entre *virtuositas* (função), *raritas* (escassez ou preço de mercado, benefícios econômicos) e *complacibilitas* (benefícios psicológicos), anos mais tarde redescobertos, pelas novas gerações de especialistas, em Marketing, os três principais benefícios do comprador: funcionalidade (o problema que o produto resolve); eficiência de gastos (valor pelo dinheiro); e recompensas psicossociais (por exemplo, posição social) (AMBLER, 2014, p.3). Os comerciantes tinham que levar em consideração os três componentes na determinação do *justum pretium* (preço justo) das mercadorias (AMBLER, 2014). Eles não chamavam isso de “marketing”, até porque estavam escrevendo em latim, como fazia Santo Agostinho milênios antes (AMBLER, 2014).

Twede (2002) defende que ânforas, grandes vasos de cerâmica usados, a partir de 1500 a.C. até 500 d.C., para transportar vinhos e outros produtos, no comércio do Mediterrâneo para abastecer os impérios grego e romano, podem ter sido a primeira embalagem de consumo (*consumer package*). Apesar das ânforas apresentassem forma e designer diferente das atuais embalagens, foram utilizadas com os mesmos princípios da atualidade para projetar embalagens

de sucesso, como por exemplo, facilitar manuseio, armazenamento, transporte e uso em canais de Marketing que tinham formatos distintos dos atuais (TWEDE, 2002).

Ambler (2004), também, argumenta que Marketing existe desde os primórdios do comércio, embora não fosse assim chamado. O autor afirma que os comerciantes não compravam e vendiam, simplesmente, eles desenvolveram relacionamentos de longo prazo, o que, na atualidade, seria denominado “brand equity”, ou valor de marca (AMBLER, 2004). Para o autor, os comerciantes não realizavam análises detalhadas dos seus métodos de negócios, no entanto, se não soubessem como satisfazer os clientes, enquanto obtinham lucros, o comércio não teria sobrevivido, ou seja, os comerciantes deviam ter desejado que os clientes voltassem e comprassem novamente (AMBLER, 2004).

Wilkie e Moore (2003) denominam de pré-marketing o período anterior a 1900, caracterizado pela inexistência de uma área de estudo. Segundo os autores, antes da fundação do campo questões relacionadas a vendas e distribuição eram tratadas dentro do campo da Economia. Diferente dos portugueses, que realizavam atividades comerciais, há séculos, e alicerçados, na prática comercial, desenvolveram o ensino comercial, desde 1759, estruturado na Aula do Commercio. Nesse sentido, a prática e o ensino comercial, em Portugal, por consequência, no Brasil, estão conectados desde sua gênese. Dessa forma, compreender os desdobramentos do comércio são fundamentais para entender o surgimento do Marketing (SANTOS et al., 2009).

Observa-se que a humanidade realiza trocas comerciais, há vários séculos, e as práticas comerciais se relacionam com o ensino de Marketing, na atualidade. O comércio é uma das mais antigas atividades desenvolvidas pela humanidade, considerada a primeira forma de mercar, ou do latim “mercare”, designando o ato de comercializar produtos, na Roma Antiga, e origem da palavra Marketing (SANTOS et al., 2009, p. 91). Por conseguinte, seria uma falácia considerar que a disciplina de Marketing está desconectada do ensino comercial.

Ante ao exposto, esta tese contribui para discussões, as quais consideram que as práticas e o ensino de Marketing evoluíram com as práticas comerciais. O objetivo foi recontar a história do Marketing, incluindo outras perspectivas e contribuir para discussões que abordem evolucionismo do Marketing, situadas, no campo de macromarketing. Para finalizar, este trabalho se alinha com a perspectiva evolucionista do Marketing. Esta discussão foi trazida até este ponto, no trajeto das disciplinas e análise do ensino comercial. Assim, outros pesquisadores

poderão seguir, no caminho de estudos, considerando esta perspectiva em trabalhos futuros, para avançarem no sentido, por exemplo, traçar paralelo com Marketing no mundo, entender a trajetória do ensino técnico comercial no Brasil.

6. FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Publicações da UCAM

SBI. Edição Comemorativa de 90 anos da Sociedade Brasileira de Instrução. Afinal Gráficos & Editores, Rio de Janeiro, s/d.

UCAM. Edição Comemorativa, Candido Mendes: 100 anos de Excelência. JB – Projetos de Mercado, Rio de Janeiro, s/d.

UCAM. Edição Comemorativa, Universidade Candido Mendes: 110 anos. Rio de Janeiro.

Publicações da FECAP

FAZOLI, A. F. Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – 1902-1992: 90 anos servindo ao ensino comercial e econômico. Edição Comemorativa. São Paulo: Letras & Letras, 1992.

FECAP. Edição Comemorativa do Lançamento da Pedra Fundamental da Escola De Commercio Alvares Penteado em 30 de maio de 1907. São Paulo: Duprat & Comp., 1907.

FECAP. Escola de Comércio “Álvares Penteado”: 1902-1910. São Paulo: 1910. São Paulo: Casa Duprat, 1910.

FECAP. Histórico da fundação, solenidades comemorativas do 30º aniversário e constituição atual da Escola de Comércio “Álvares Penteado”. São Paulo: 1932.

FECAP. A Escola de Comércio Álvares Penteado em seu 40º aniversário de fundação (1902-1942). São Paulo: 1942.

FECAP. Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – Fecap: 100 anos. São Paulo: Marca D'Água, 2002.

PROGRAMA. Programa do Segundo Anno da Escola Pratica de Commercio de S. Paulo. São Paulo: Duprat & Comp., 1904.

PROGRAMA. Programa de Ensino da 2ª Cadeira do 2º Anno do Curso Superior da Escola de Commercio Alvares Penteado. São Paulo: Duprat & Comp., 1910.

PROGRAMA. Programa do 1º Anno da Escola de Commercio “Alvares Penteado”. São Paulo: Altino Netto & Irmão, 1929.

PROGRAMA. Programa do Curso-Secretario da Escola de Comércio “Alvares Penteado”. São Paulo: Cardoso & Botelho, 1935.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola Pratica de Commercio de S. Paulo. São Paulo: Duprat & Comp., 1902.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola Pratica de Commercio de S. Paulo. São Paulo: Duprat & Comp., 1903.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio de S. Paulo. São Paulo: Duprat & Comp., 1905.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio de S. Paulo. São Paulo: Duprat & Comp., 1907.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio “Álvares Penteado”. São Paulo: Duprat & Comp., 1911.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio “Álvares Penteado”. São Paulo: C. Manderbach & Co., 1912.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio “Álvares Penteado”. São Paulo: Magalhães, 1915.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio “Álvares Penteado”. São Paulo: Casa Duprat, 1918.

REGULAMENTO. Regulamento da Escola de Commercio “Álvares Penteado”. São Paulo, 1921.

REGIMENTO INTERNO. Extrato do Regimento Interno de 1935. São Paulo: Reis, Cardoso & Botelho, 1935.

REGIMENTO INTERNO. Extrato do Regimento Interno. São Paulo: Casa Duprat, 1940.

REGIMENTO INTERNO. Extrato do Regimento Interno. São Paulo, 1941.

REGIMENTO INTERNO. Regimento Interno da Faculdade de Ciências Econômicas de São Paulo: Da Fundação Escola de Comércio “Álvares Penteado”. São Paulo, 1949.

Legislações do ensino comercial

Estatutos da Aula do Commercio, de 19 de abril 1759. *In*: DE MENDONÇA, M. C., Aula de Commercio, Transcrição e reprodução fac-similar de documentos do Arquivo do Cosme Velho, anotações. e comentários. por Marcos Carneiro de Mendonça, Rio de Janeiro, Xerox do Brasil, 1982.

BRASIL. Decreto Imperial nº 456, de 06 de julho de 1846. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Tomo IX, Parte II, p. 63, 1847.

_____. Decreto Imperial nº 1.763, de 14 de maio de 1856. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Tomo XIX, Parte II, p. 182, 1857.

_____. Decreto Imperial nº 2.741, de 09 de fevereiro de 1861. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Tomo XXIV, Parte II, p. 106, 1861.

_____. Decreto Imperial nº 3.058, de 11 de março de 1863. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Tomo XXVI, Parte II, p. 33, 1863.

_____. Decreto Imperial nº 7.538 de 15 de novembro de 1879. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Parte II, p. 606, 1879.

_____. Decreto Imperial nº 7.679, de 28 de fevereiro de 1880. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Collecção das Leis do Império do Brasil, Parte II, p. 181, 1861.

_____. Decreto Federal nº 1.339, de 09 de janeiro de 1905. Declara instituição de utilidade pública a Academia de Commercio do Rio de Janeiro, reconhece os diplomas por ela conferidos, como de caráter oficial; e dá outras providências. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, Diário Oficial de 11/1/1905, p. 225 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 1.423, de 27 de novembro de 1905. Torna extensivas á Escola Commercial da Bahia, fundada em 12 de março deste ano, as disposições da lei n. 1.339, de 9 de janeiro de 1905. CLBR - Coleção de Leis do Brasil. Diário Oficial de 29/11/1905, p. 6.146 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 4.724-A, de 23 de agosto de 1923. Equipara os diplomas da Academia de Ciências Comerciais de Alagoas e de outras instituições, aos da Academia de Comércio do Rio de Janeiro e dá outras providências. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1923, p. 156 v. 1. Diário Oficial da União - Seção 1 de 9/9/1923, p. 24.869 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 17.329, de 28 de maio de 1926. Approva, o regulamento para os estabelecimentos de ensino; técnico comercial reconhecidos oficialmente pelo Governo Federal. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1926. Diário Oficial da União - Seção 1 de 15/6/1926, p. 12.060 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 19.402, de 14 de novembro de 1930. Cria uma Secretária de Estado com a denominação de Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1930. Diário Oficial da União - Seção 1 de 18/11/1930, Página 20.883 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 20.158, de 30 de junho de 1931. Organiza o ensino comercial, regulamenta a profissão de contador e dá outras providências. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1931, p. 465 v. 2 (Publicação Original). Diário Oficial de 9/7/1931, p. 11.120 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 6.141, de 28 de dezembro de 1943. Lei Orgânica do Ensino Comercial. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1943, p. 313 v. 7. Diário Oficial da União - Seção 1 de 31/12/1943, p. 19.217 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 6.142, de 28 de dezembro de 1943. Disposições transitórias para execução da Lei Orgânica do ensino comercial. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1943. Diário Oficial da União - Seção 1 de 31/12/1943, p. 19.221 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 14.373, de 28 de dezembro de 1943. Regulamenta a Estrutura dos Cursos de Formação do Ensino Comercial. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1943. Diário Oficial da União. Seção 1 de 31/12/1943. p. 19.231 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 7.988, de 22 de setembro de 1945. Dispõe sobre o ensino superior de ciências econômicas e de ciências contábeis e atuariais. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1945. Diário Oficial da União - Seção 1 de 26/9/1945, p. 15.297 (Publicação Original).

_____. Decreto Federal nº 1.076, de 31 de março de 1950. Assegura aos estudantes que concluírem curso de primeiro ciclo do ensino comercial, industrial ou agrícola, o direito à matrícula nos cursos clássico e científico e dá outras providências. CLBR - Coleção de Leis do Brasil, 1950, p. 142, v. 3 (Publicação Original). Diário Oficial da União - Seção 1 de 12/4/1950, p. 5.425 (Publicação Original).

Referências Bibliográficas

AJZENTAL, A. **Uma história do Pensamento em Marketing**. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008.

ARAUJO, L. DE. **Merceologia e Tecnologia Merceológica (De acordo com os programas das Escolas de Comércio)**, Companhia Editora Nacional, 2 ed.,1938.

ARAUJO, L. DE. **Merceologia e Tecnologia Merceológica (Para o curso técnico-comercial)**, Companhia Editora Nacional, São Paulo, 8 ed.,1950.

ARAÚJO, W. G; RODRIGUES, L. L.; CRAIG, R., ‘Empire as an imagination of the centre’: The Rio de Janeiro School of Commerce and the development of accounting education in Brazil, *Critical Perspectives on Accounting*, v. 46, p. 38–53, 2017.

ARAÚJO, W. G. e RODRIGUES, L. L., As primeiras Aulas do Comércio do Brasil no século XIX. **Comunicação apresentada ao XIV Congresso Internacional de Contabilidade e Auditoria** (Lisboa, 10-11 Out.), p. 1-23, 2013.

ARAÚJO, W. G, **A Influência da regulação das práticas contábeis portuguesas para regulação das práticas contábeis brasileira**, Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa, *Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, Volume 3, 2015. Disponível: <https://proceedings.ciaiq.org/index.php/ciaiq2015/article/download/169/165/>, Consulta: 15/03/2019.

ARRUDA, M. C. C. A Evolução do Marketing no Brasil. **Revista Marketing**, n. 161, p. 17-24, 1987.

BACELLAR, F. C. T. **Contribuições para o Ensino de Marketing: Revelando e Compreendendo a Perspectiva dos Professores**. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

BAGOZZI, R. P. Marketing at the societal level: theoretic issues and problems. In: Slater, C. (ed.). *Macromarketing: distributive processes from a societal perspective*. Boulder: University of Colorado, 1977.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARROS, A., Antecedentes dos Cursos Superiores em Administração Brasileiros: As Escolas de Comércio e o Curso Superior de Administração e Finanças. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, nº 1, Artigo 5, Rio de Janeiro, jan./mar. 2017.

BARROS, A.; CRUZ, R. C.; XAVIER, W. S.; CARRIERI, A.; LIMA, G. C. O. Apropriação dos Saberes Administrativos: Um Olhar Alternativo sobre o Desenvolvimento da Área. **Revista de Administração da Mackenzie**, v. 12, n. 5, set./out. p. 43-67, 2011.

BARROS, A.; CARRIERI, A. P., Ensino Superior em Administração entre os anos 1940 e 1950: uma Discussão a Partir dos Acordos de Cooperação Brasil-Estados Unidos. **Cadernos EBAPE. BR**, v.11, p. 256-273, 2013.

BASTOS, A. W. Universidade Candido Mendes: Memória e História. **ARCHÊ: Interdisciplinar**, Rio de Janeiro, v. XII, n. 33, jul./dez. 2003.

BELOTTI, A. Escola Politécnica USP: 120 anos (1893-2013). Edição Comemorativa 120 anos. Organizador Vera Nakata; Coordenador José Roberto Castilho Piqueira, São Paulo: Riemma Editora, 1. ed., 2013.

BIELINSKI, A. C. Educação Profissional no Século XIX - Curso Comercial do Liceu de Artes e Ofícios: Um Estudo de Caso. **Boletim Técnico do Senac**. [online]. set./dez. 2000, v. 26, n. 3. Disponível em:< <https://www.bts.senac.br/bts/article/view/824>>. Acesso em: 06/05/2021.

BIELINSKI, A. C. **Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro - Dos Pressupostos aos Reflexos de sua Criação - de 1856 a 1900**. Dissertação de Mestrado da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

BOSCHI, M. R., **A História e o Desenvolvimento da Educação Executiva em Marketing no Brasil**, Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade do Grande Rio - Unigranrio, 2018.

BOSCHI, M. R.; BARROS, D. F; SAUERBRONN, J. F. R. A Introdução da Disciplina de Marketing no Brasil: “Uma Linguagem Comum que nos Une”. **FAROL (Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade)**, v. 3, n. 8, dez., 2016.

CABRAL, D. **Aula de Comércio da Corte**. Memória da Administração Pública Brasileira - MAPA, Arquivo Nacional, 2011. Disponível em: < <http://mapa.an.gov.br/index.php/dicionario-periodo-colonial/136-aula-de-comercio-da-corte-1808-1821>>. Consulta em: 17/03/2021.

CABRAL, D. **Código Comercial**. Memória da Administração Pública Brasileira - MAPA, Arquivo Nacional, 2016. Disponível em: <<http://mapa.an.gov.br/index.php/menu-de-categorias-2/277-codigo-comercial>>. Consulta em: 29/04/2021.

CARDOSO, J. L. Uma “notícia” esquecida: o ensino de economia na Aula de Comércio. *Estudos de Economia*, v.5, n.1, p.87-101, 1984.

CARVALHO, F. M. Das C. Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo: *Severum Gaudium* (A Alegria Séria das Artes). Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Departamento de História e Estética de Projeto da Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP), 2019.

CASTRO, N. J. De. O Economista: A História da Profissão no Brasil. Rio de Janeiro: Cofecon, 2001.

CERVO, A. L.; BERVIAN P. A.; DA SILVA, R. Metodologia Científica. 6. ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHAVES, C. M. Das G., A Arte dos Negócios: Saberes, Práticas e Costumes Mercantis no Império Luso-Brasileiro. **America Latina en La Historia Economia Revista de Investigación**, n. 31, 171-193, 2009.

CHAVES, C. M. das G. As Aulas de Comércio no Império luso-brasileiro: O Ensino Prático Profissionalizante. *Temas Setecentistas: Governos e Populações no Império Português*. Curitiba: UFPR/Fundação Araucária, 2008.

CHURCHILL JR., G.A. **Marketing research: methodological foundations**. Chicago: The Dryden Press, 1987.

CHURCHILL JR., G.A.; PETER, P. P. **Marketing: Criando Valor para os Clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

COELHO, F. DE S., **Educação Superior, Formação de Administradores e Setor Público: Um Estudo Sobre o Ensino de Administração Pública – em nível de graduação – no Brasil**. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo, 2006.

COELHO, F. DE S.; NICOLINI, A. M., Revisitando as Origens do Ensino de Graduação em Administração Pública no Brasil (1854-1952). *Revista de Adm. Pública*, Rio de Janeiro, n. 48, v. 2, p. 367-388, mar./abr. 2014.

COSTA, F. J Da. *Marketing & Sociedade*. João Pessoa: Editora UFPB, 2015.

CURADO, I. B. O Desenvolvimento dos Saberes Administrativos em São Paulo. Tese (Doutorado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2001.

CURADO, I. B. Pesquisa Historiográfica em Administração: uma Proposta Mercadológica. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 25, 2001, Campinas. *Anais*. Campinas, SP: Anpad, 2001. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2001-epa-701.pdf>>. Consulta em: 19/07/2021.

DA SILVA, A. F. A Contabilidade Brasileira no Século XIX: Leis, Ensino e Literatura. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis e Financeiras, PUC São Paulo, São Paulo, 2005.

DE MENDONÇA, M. C., Aula de Comercio, Transcrição e reprodução fac-similar de documentos do Arquivo do Cosme Velho, anotações. e comentários. por Marcos Carneiro de Mendonça, Rio de Janeiro, Xerox do Brasil, 1982.

DE OLIVEIRA, A. A Escola que Ensinou o Comércio: A História da FECAP. Portal São Paulo in Foco, 2016. Disponível em: < <https://www.saopauloinfoco.com.br/a-escola-que-ensinou-o-comercio-a-historia-da-fecap/>>. Consulta em: 23/08/2021.

DISNEY, A. R. **A history of Portugal and the Portuguese empire: From beginnings to 1807**. New York: Cambridge University Press, 2009.

DIXON, D F. Retailing in Classical Athens: Gleanings from Contemporary Literature and Art. **Journal of Macromarketing**, v.15, n.1, p. 74-85, 1995.

FALCÃO, R. F. **O Marketing no Brasil: Sua História e Evolução**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

FAUSTO, B. Trabalho Urbano e Conflito Social (1890-1920). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 5 ed., 2000.

FERBER, R., The Expanding Role of Marketing in the 1970s, **Journal of Marketing**, v. 34, jan., p. 29-30, 1970.

FIRAT, A. F. Historiography, Scientific Method and Exceptional Historical Events. *Advances in Consumer Research*. v.14, n. 1, 1987.

FISCHER, T. WAIANDT, C., FONSECA, R. L. A História do Ensino em Administração: Contribuições Teórico-metodológicas e uma Proposta de Agenda de Pesquisa, **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 4, p. 911-939, jul./ago. 2011.

FULLERTON, R. A. The historical development of segmentation: the example of the German book trade 1800-1928. *Journal of Historical Research in Marketing*, v.4, n.1, p. 56-67, 2012.

GABLER, L. Aula de Comércio da Corte. Arquivo Nacional, Memória da Administração Pública Brasileira (MAPA), 2014. Disponível em:

GAMMP, G.; SAUERBRONN, J. F. R. Poeta e Pensador de Marketing? Uma Análise dos Escritos de Fernando Pessoa Sobre Gestão. *RIMAR (Revista Interdisciplinar de Marketing)*, v. 11, n.1. p. 70-85, jan./jul. Doi: 10.4025/rimar.v11i1.54148, 2021.

GARCEZ, B. N. O MACKENZIE, Casa Editora Presbiteriana, São Paulo, 1970.

GODOY, A. S. A Criação e Consolidação da FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado): Em São Paulo, no Início do Século XX. *In: I Congresso Brasileiro de História da Educação*, p. 1-10, 2000.

GOLDER, P. N. Historical Method in Marketing Research with New Evidence on Long-Term Market Share Stability. **Journal of Marketing Research**, v. 37, n. 2, p. 156-172, 2000.

GUIMARÃES, L. A. P., A Educação Profissional nos Relatórios dos Ministros do Império à Assembléia Geral Legislativa Entre 1854 a 1889, **SBHE (Sociedade Brasileira de História da Educação)**, VI Encontro Norte e Nordeste de História da Educação | Natal/RN, ENNHE, 2016. Disponível em:

<http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe6/anais_vi_cbhe/conteudo/file/992.doc>.

Acesso em 15/03/2019.

GRACIOSO, F. **Marketing: O Sucesso em 5 Movimentos**. São Paulo: Atlas, 1997.

HOLLANDER, S. C., RASSULI, K. M., BRIAN JONES, D. G., DIX, L. F., Periodization in Marketing History. **Journal of Macromarketing**, v. 25 n.1, p. 32-41, June, 2005.

HUNT, S. D.; BURNETT, J., The macromarketing/micromarketing dichotomy: A taxonomical model. **Journal of Marketing**, v. 46 (Summer): p. 11-26, 1982.

HUNT, S. D., On the intersection of marketing history and marketing theory, *Marketing Theory*, v.11, n. 4, p. 483–489, DOI: 10.1177/1470593111418802, 2011.

JONES, B. D. G., **A History of Historical research in marketing**, chapter 3, Baker & Saren-4011, DOI/10.1177/0276146706290922, 2007.

KEITH, R. J., The Marketing Revolution. **Journal of Marketing**, v. 24, n. 1, p. 35-38, January, 1960.

KOTLER, P.; LEVY, S, J. Broadening the Concept of Marketing. **Journal of Marketing**, v. 33, n. 1, p. 10-15, jan. 1969.

KOTLER, P., A Generic Concept of Marketing, **Journal of Marketing**, v. 36, (April), n. 49. 1972.

KOTLER, P.; ZALTMAN, G., Social Marketing: An Approach to Planned Social Change, **Journal of Marketing**, v. 35, jul., n. 5, 1971.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Princípios de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 12 ed., 2007.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 14 ed., 2012.

LAYTON, R. A. Marketing Systems: a core micromarketing concept. *Journal of Macromarketing*, v. 27, n.3, p. 227-242, 2007.

LAYTON, R. A. Marketing Systems, Macromarketing and the Quality of Life. In: MACLARAN, P.; SAREN, M.; STERN, B.; TADAJEWISKI, M. *The Sage Handbook of Marketing Theory*. London: Sage, 2009.

LEAVY, P. *Research Design: quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community based participatory approaches*. New York: Guilford, 2017.

LEVY, S. J., *Interpreting Consumer Mythology: A Structural Approach to Consumer Behavior*. **Journal of Marketing**, v. 45, n. 3, p. 49-61, 1981.

LIGHT, K. H., *A Viagem da Família Real para o Brasil, 1807-1808*. IHP (Instituto Histórico de Petrópolis, 2008. Disponível em: <http://www.ihp.org.br/26072015/lib_ihp/docs/khll20000910.htm#topo>. Consulta em 18/03/2021.

LIGHT, K. H., *D. João e seu Amor pelo Brasil*. IHP (Instituto Histórico de Petrópolis, Boletim do IHP, Ano III, Números 6 e 7, Jan./Jun./2009. Disponível em: <http://www.ihp.org.br/26072015/lib_ihp/docs/khll20090610.htm>. Consulta em 18/03/2021.

LORENZ, C., **History and theory**. In A. Schneider, D. Woolf, & I. Hesketh (Eds.), *The Oxford history of historical writing*. Volume 5: *Historical writing since 1945*: 13–35. Oxford: Oxford University Press, 2011.

LUCK, D. J., *Broadening the Concept of Marketing – Too Far*. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 33, n. 3, p. 53-55, jul. 1969.

LUCK, D. J., *Social Marketing: Confusion Compounded*, **Journal of Marketing**. V. 38 (October), p. 70-72, 1974.

MACIEL, L. S. B.; SHIGUNOV NETO, A. *A educação brasileira no período pombalino: uma análise histórica das reformas pombalinas no ensino*. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 32, n. 3, p. 465-476, set./dez. 2006.

MANCHESTER, A. K., *The Transfer of the Portuguese Court to Rio de Janeiro*. In H. H. Keith, & S. F. Edwards (Eds.), *Conflict and continuity in Brazilian society* (pp. 148–163). Columbia: University of South Carolina Press, 1969.

MARSON, M. D. *Comércio, Indústria e Empresas do Estado de São Paulo, 1911-1920*. In: XI Congresso Brasileiro de História Econômica. 12ª Conferência Internacional de História de Empresas, set., Vitória-ES, 2015.

MARTINS, Z. de S. *O Curso Comercial do Liceu de Artes e Ofícios do Rio de Janeiro do Final do Século XIX*. In: *Anais do X SNHM (Seminário Nacional de História da Matemática)*, Campinas, São Paulo, 2013.

MARTINS, E.; DA SILVA, A. F.; RICARDINO, A. Escola Politécnica: Possivelmente o Primeiro Curso Formal de Contabilidade do Estado de São Paulo. *Revista Contabilidade Finanças*, v. 17, n. 42, São Paulo, set./dez. Doi.org/10.1590/S1519-70772006000300010, 2006.

MARTINHO, L. M.; GORENSTEIN, R. *Negociantes e Caixeiros na Sociedade da Independência*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Divisão de Editoração, 1993.

MENDONÇA NETO, O. R. De; ANTUNES, M. T. P; CARDOSO, R. L. C; OYADOMARI, J. C. T; LIMA, P. M. De. A contribuição da Universidade Presbiteriana Mackenzie na Formação do Pensamento Contábil Brasileiro. *Revista de Contabilidade da UFBA*, v. 3, n. 3 p. 17-32, set./dez., 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/rcontabilidade/article/view/3574/2780>>. Acesso em: 20/05/2021.

MCCARTHY, E. J. *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, 1960.

MILANO, M. *Merceologia e Tecnologia Merceológica (Para uso das Escolas de Comércio e do Comércio em geral)*, Edições Melhoramentos, 1947.

MIRANDA, C. M. C.; ARRUDA, D. M. de O. A Evolução do Pensamento de Marketing: Uma Análise do Corpo Doutrinário Acumulado no Século XX. *RIMAR (Revista Interdisciplinar de Marketing)*, v. 3, n. 1, p. 40-57, jan./jun.2004.

MOURA, L. D. De. *A educação Católica no Brasil: Passado, Presente e Futuro*. Editora: Loyola, 1ª edição, São Paulo, 2000.

MORAES, Carmen Sylvia Vidigal. *A socialização da força de trabalho: instrução Popular e qualificação profissional no Estado de São Paulo (1873 a 1934)*. Tese de doutorado. Departamento de Sociologia da FFCLH-USP. São Paulo, 1990.

MONTENEGRO, V.; GARUCCIO, A., The Museum of Merceology of the University of Bari. XVIII Universeum Network Meeting, Mobility of University Heritage University of Belgrade, Serbia, Book of Abstracts, p. 69, Jun., 2017.

MOYER, R. *Macro Marketing: uma perspectiva social*. Rio de Janeiro: Editora Companhia Americana, 1974.

MUNHOZ, A. M, **Pensamento em Marketing no Brasil: Um Estudo Exploratório**, Dissertação (Mestrado em Administração), Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1982.

NASON, R. W., The scope of macromarketing revisited. **Journal of Macromarketing** , v. 8 (Spring): p. 2-3, 1988.

NICOLINI, A. M. Qual Será o Futuro das Fábricas de Administradores? **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 43, n. 2, p. 44-54, 2003.

PELEIAS, I. R.; SILVA, G.P.; SEGRETI, J. B.; CHIROTTO, A. R., **Evolução do Ensino da Contabilidade no Brasil: Uma Análise Histórica**, Revista de Contabilidade & Finanças, Edição 30 Anos de Doutorado, p. 19-32, São Paulo, junho, 2007.

PEREIRA, J. C. Estrutura e Expansão da Indústria em São Paulo. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1967.

PEREIRA, C. de B; TOLEDO, G. L.; TOLEDO, L. A. Considerações sobre o Conceito de Marketing Teoria e Prática Gerencial. Revista O&S (Organizações & Sociedade), v. 16, n. 50, p. 519-543, jul./set. 2009.

PERES, F. A. Alguns apontamentos sobre o ensino comercial no Brasil. In: Anais do Encontro de Estudos e Pesquisas em História, Trabalho e Educação. Campinas, SP: Gráfica da FE/HISTEDBR, 2007. CD-ROM.

PINTO, F. M. **Peregrinação**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

POLATO, M. F. A Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap) e o ensino comercial em São Paulo (1902-1931). Dissertação de Mestrado em Educação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), 2008.

RIBEIRO, M. L. S. História da Educação Brasileira: A Organização Escolar. São Paulo: Moraes, 5 ed., 1984.

RIBEIRO, G. S.; TERRA, P. C. Tentativas de Organização do Ensino Técnico para o Comércio e as Funções Públicas no Instituto Comercial do Rio de Janeiro (1856-1880). História Unisinos, v. 22, n. 4, p. 526-533, Doi: 10.4013/htu.2018.224.022018, 2018.

RODRIGUES, L. L.; CRAIG, R. English Mercantilist Influences on the Foundation of the Portuguese School of Commerce in 1759. Atlantic Economic Journal, v. 32, n. 4, p. 329-345, 2004.

RODRIGUES, L.L.; GOMES, D. Evolução da Profissão dos Técnicos de Contas em Portugal: do Marquês de Pombal Até aos Nossos Dias. Jornal de Contabilidade da (APOTEC), n. 302, p. 131-141, 2002.

ROSA, T. e GOMES, P. Os Estudos Menores e as Reformas Pombalinas. Revista Interações, nº. 28, p. 40-54, 2014, Disponível em: <<https://revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/view/3911/2944#:~:text=A%20segunda%20fase%2C%20que%20se,e%20da%20Universidade%20de%20Coimbra.>> Consulta em: 17/03/2021.

SAES, F. A. M.; CYTRYNOWICZ, R., O ensino comercial na origem dos cursos superiores de economia, contabilidade e administração. Revista Álvares Penteado, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 37-59, jun. 2001.

SANTOS, T.; LIMA, M. V. V.; BRUNETTA, D. F.; FABRIS, C.; SELEME, A. O Desenvolvimento do Marketing: Uma Perspectiva Histórica. *Revista de Gestão USP*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 89-102, janeiro-março, 2009.

SAUERBRONN, F. F.; FARIA, A., A Utilização do Método Histórico em Pesquisa Acadêmica de Marketing. **Estratégia e Negócios**, Florianópolis, v. 2, n. 2, jul./dez. 2009.

SHAPIRO, S. J., Macromarketing: origins, development, current status and Macromarketing possible future direction, **EBR**, vol. 18 No. 4, p. 307-321, Emerald Group Publishing, DOI 10.1108/09555340610677516, 2006.

SHAW E., On the Origins of Marketing Systems. *Proceedings of the 17th Biennial Conference on Historical Analysis and Research in Marketing (CHARM)*, p. 219-221, May 28 – 31, 2015.

SHETH, J. N.; GARDNER, D. M.; GARRETT, D. E. **Marketing Theory Evolution and Evaluation**. Chichester: John Wiley & Sons, 1988.

SILVA, D. N. Vinda da Família Real para o Brasil; Brasil Escola, 2020. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiab/corte-portuguesa.htm>>. Acesso em 18 de março de 2021.

SILVA, S. Expansão Cafeeira e Origens da Indústria no Brasil. São Paulo, Alfa- Ômega, 120 p., 1980.

SILVA, B. Gênese do Ensino de Administração Pública no Brasil. FGV/EBAPE, *Cadernos de Administração Pública*, v. 49, 1958. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/12004>. Consulta em: 22/08/2021.

SILVA, E. T. Da S.; BAUER, A. P. M., Academia do Comércio, Estado e Legalização dos Cursos Superiores de Administração. In V CBEO (Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais), Curitiba, PR, Brasil, 2018.

SOUZA, N. De J. O Economista: A História da Profissão no Brasil. Análise – *Revista de Administração da PUCRS*, v. 17, n. 2, p. 377-383, jul./dez. 2006.

TWEDE, D., Commercial Amphoras: The Earliest Consumer Packages? **Journal of Macromarketing**, v. 22, n. 1, p. 98–108, 2002.

VEIGA FILHO, J. P. Da. Escola de Comércio em S. Paulo. *Revista da Faculdade de Direito de São Paulo (Portal de Revista da USP)*, v. 9 (16 de dezembro de 1901). p. 52-65, DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2318-8227.v9i0p52-65>, 1901.

YATES, J., Understanding Historical Methods in Organization Studies. In: BUCHELI, M.; WADHWANI, D.R. **Organizations in Time: History, Theory and Methods**. Oxford University Press, 2014.

WANDERLEY, S.; BARROS, A.; COSTA, A. S. M.; CARRIERI, A. P., Caminhos e percursos da História em Administração: um chamado à reflexão sobre o tempo e a construção do presente. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, Belo Horizonte, v. 3, n. 8, p. 801-820, dez. 2016.

WEINSTEIN, B. (Re)formação da classe trabalhadora no Brasil (1920-1964). São Paulo: Cortez, 1 ed., 464-p., 2000.

WILCKEN, P., A Colony of a Colony. *Common Knowledge*, 11, 249–263, 2005.

WILKIE, W. L.; MOORE, E. S. Scholarly Research in Marketing: Exploring the “4 eras” of Thought Development. ***Journal of Public Policy & Marketing***, v. 22, n. 2, p. 116-146, 2003.