
ATUAÇÃO DAS CASAS COMERCIAIS FRANCESAS NO BRASIL: O PAPEL DA CASA MARC JACOB NO COMÉRCIO DA CIDADE DE PARNAÍBA, 1886-1927

*THE ACT OF FRENCH TRADING FIRMS IN BRAZIL: THE ROLE OF MARC JACOB
COMMERCIAL HOUSE IN THE COMMERCE OF PARNAÍBA CITY FROM 1886 TO 1927*

José Paulo Cosenza

*Doutor em Contabilidade e Finanças pela UNIZAR
Professor Titular do Programa de Pós-Graduação
em Administração da Faculdade de Administração e
Ciências Contábeis da Universidade Federal
Fluminense (PPGAd-UFF)*

*Endereço: Rua Mário Santos Braga, s/nº – 4º andar
– Prédio 1 (antigo prédio do Instituto de
Matemática) – CEP: 24020-140, Niterói – Rio de
Janeiro – Brasil*

Telefone: + 55 (21) 2629-9867

E-mail: jpcosenza@id.uff.br

Recebido: 29/06/2019 Aprovado: 23/08/2019

Publicado: 31/08/2019

Amaury José Rezende

*Doutor em Ciências Contábeis pela FEA-USP
Professor Livre-Docente do Programa de Pós-
Graduação em Controladoria e Contabilidade da
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo
(PPGCC-FEA-RP-USP)*

*Endereço: Av. Bandeirantes, 3900 – Monte Alegre –
CEP: 14040-905, Ribeirão Preto – São Paulo – Brasil*

Telefone: +55 (16) 3315-0503

E-mail: amauryj@usp.br

RESUMO

A pesquisa analisa o conteúdo informacional provido pelos registros contábeis de uma casa de comércio mantida por imigrantes judeus vindos da França. O objetivo do estudo é desenvolver uma narrativa geral sobre as práticas contábeis da Casa Comercial Marc Jacob (popularmente conhecida como "Casa Marc Jacob") que desempenhou papel econômico de destaque no comércio da cidade de Parnaíba, no Estado do Piauí, ao longo do período 1886-1927. Nesse intuito, fez-se uma análise dos mecanismos de escrituração contábil empregados por esta casa de comércio em suas operações comerciais, financeiras e patrimoniais, enfocando a utilidade das práticas contábeis adotadas de grande relevância a época, que são de interesse na apresentação da história contábil brasileira. Os dados demonstram a existência de um intercâmbio comercial e gerencial entre empresários franceses estabelecidos na Região Nordeste do Brasil, em linha com a estratégia comercial francesa, que na época que era a ampliação de sua participação no comércio exterior mundial. Além disso, o estudo fornece evidências sobre os níveis de desenvolvimento e adequação das práticas contábeis que eram adotadas pelas casas comerciais atuantes no Brasil.

Palavras-chave: História contábil. Práticas de contabilidade. Normas contábeis. Empresas francesas. Investimentos estrangeiros.

ABSTRACT

This research analyzes the informational content provided by the accounting records of a trading firm maintained by Jewish immigrants from France. This study aims to develop a general narrative about the

accounting practices of Marc Jacob Commercial House (popularly known as "Marc Jacob House") that played a prominent economic role in the commerce of the city of Parnaíba, in the State of Piauí, throughout the period from 1886 to 1927. For this purpose, we analyze the bookkeeping mechanisms employed by Marc Jacob House, in its commercial, financial and equity operations, focusing on the usefulness of the accounting practices adopted and identifying the facts and aspects of greater relevance and interest for Brazilian accounting history. The results show the existence of a commercial and managerial exchange between French entrepreneurs established in the Brazilian Northeastern region, in line with the French commercial strategy of increasing their participation in world foreign trade. In addition, the study will provide the levels of development and adequacy of accounting practices that were adopted by trading firms in Brazil during the period.

Keywords: *Accounting history. Bookkeeping processes. Accounting rules. French firms. Foreign investment.*

1 INTRODUÇÃO

O emprego de uma retórica histórica representa um expediente para se avaliar e descrever a influência de eventos sobre a institucionalização de hábitos e rotinas (TOLBERT; ZUCKERT, 1999; HOPWOOD, 1995). Ao longo do tempo, a história da contabilidade foi se consolidando como um amplo campo de pesquisa, marcado por diferentes visões de pensamento (FLEISCHMAN; RADCLIFFE, 2003), revelando-se uma tremenda oportunidade para o desenvolvimento de estudos contábeis nas mais diversificadas áreas da Contabilidade, tanto nacional quanto internacional.

No entanto, ainda é bem escasso o número de pesquisas sobre a história da contabilidade abrangendo o contexto brasileiro, sobretudo aquelas que associaram a aplicação da contabilidade às atividades práticas das empresas. A maioria dos pesquisadores contábeis brasileiros, devido ao predomínio do enfoque contábil positivista, tem demonstrado pouco interesse na investigação de fatos históricos relacionados ao campo da história da contabilidade em geral, especialmente, referentes aos períodos colonial e imperial do Brasil (COSENZA; DE ROCCHI; RIBEIRO, 2014b, p. 232). Essa constatação acadêmica parece paradoxal, levando em consideração o grau de desenvolvimento das práticas contábeis no Brasil no século XIX. Em dita época, esse país estava totalmente alinhado com a cultura europeia de contabilidade, particularmente com a França e a Itália (COSENZA; DE ROCCHI; RIBEIRO, 2014a, p. 106).

A título de exemplo, cita-se o Código Comercial Brasileiro, redigido em 1850, durante o primeiro período imperial do Brasil, com base no modelo francês, que já incluía aspectos avançados nos procedimentos contábeis das empresas (IUDÍCIBUS; RICARDINO, 2002). Também há o fato de que os estudos para proficiência contábil eram realizados em academias europeias, devido à inexistência de escolas de formação técnica em Contabilidade no Brasil, à época.

Sá (2008, p. 63 e 66) destaca que embora a criação de cursos dirigidos ao ensino no Brasil tenha se iniciado desde o século XVI, sob a direção dos jesuítas, não há comprovações históricas de algum que se dedicava regularmente à área contábil, fato que somente viria a ocorrer, conforme Rodrigues (1986), em 1809 com a instituição da Aula de Comércio do Rio de Janeiro, regida por estatutos similares aos de sua congênere de Lisboa, em Portugal.

Por outro lado, embora muitos países no século XIX já vivessem em linha com os postulados prescritos na Revolução Industrial, ainda havia economias que estavam predominantemente ao abrigo de um contexto de relação de negócios baseado numa ótica econômica fundada num modelo econômico mercantilista, estruturado principalmente na manutenção do comércio de importação e exportação de mercadorias e produtos.

Historicamente, no Brasil os negócios eram estruturados sob um foco em que a estratégia competitiva visava conquistar uma posição privilegiada nas relações comerciais, especialmente, com

países de outros continentes que possuíssem carência de matérias primas e de disponibilidade de produtos industrializados, como era o caso dos países europeus, principalmente a França e a Inglaterra. Por conta disso, a partir do período monárquico brasileiro, foram constituídas várias empresas de capital externo francês, inglês e alemão que atuavam nesse nicho de mercado, visando, principalmente, o desenvolvimento de atividades comerciais no Brasil.

A maioria desses negócios era de propriedade familiar e atuava em parcerias comerciais e não estava, portanto, legalmente obrigada a divulgar as informações contábeis e financeiras pertinentes ao negócio em si. Como a contabilidade focava no controle patrimonial e na prestação de contas a um número limitado de sócios, não havia um uso intenso e integrado de livros contábeis e fiscais à época, dado não haver uma política tributária voltada unicamente à apuração de tributos como existente atualmente.

A Região Nordeste do Brasil era um local abundante de matérias primas, em geral, e demandante de produtos acabados. A contribuição estrangeira na construção de uma cultura capitalista no Nordeste brasileiro, ainda que não desfrute da mesma "reputação", quando comparada com as experiências dos estados do Sudeste e do Sul do País, trouxeram conhecimentos técnicos e introduziram novas máquinas e ferramentas às atividades econômicas locais daquela região (FREITAS, 2011, p. 9).

Cosenza, De Rocchi e Ribeiro (2014a, p.111) esclarecem que a constituição de empreendimentos dedicados ao comércio de importação e exportação, ligados a matrizes francesas e estabelecidos sob a forma de casas de comércio, foi base responsável por uma grande parcela da emigração francesa para o Brasil, sendo favorecida, em boa parte, pelo movimento migratório de judeu-franceses, que se dedicaram principalmente ao comércio, nos principais centros urbanos brasileiros.

A presente pesquisa está pautada sobre estrutura institucional, societária e econômica de uma empresa familiar francesa que atuava no comércio de importação-exportação, fundada como uma firma individual sob o nome corporativo Casa Comercial Marc Jacob (popularmente conhecida como Casa Marc Jacob, designação que será utilizada neste artigo), que se instalou no Nordeste do Brasil, no Estado do Piauí.

Dentre as fontes utilizadas para a realização das análises, destacam-se os arquivos contendo os registros contábeis da Casa Marc Jacob, preservados pelo sobrinho neto de Marc Jacob, Marc Theophile Jacob. Trata-se de um fato curioso, haja vista que é incomum a conservação de fontes primárias históricas ou memoriais relativas a empresas familiares no Brasil, sejam arquivos comerciais ou institucionais. Os registros contábeis resguardados ajudam a entender a importância econômica da Casa Marc Jacob, empresa comercial que exerceu suas atividades mercantis na cidade de Parnaíba/PI.

As análises e discussões empíricas realizadas estão centradas nos registros contábeis dessa empresa, entre os anos de 1886 e 1927, período em que os negócios da família estiveram sob a gestão dos irmãos Marc e Lazare Jacob. Com o falecimento de Lazare Jacob, em 1923, e de Marc Jacob, em 1927, os herdeiros europeus decidiram vender para Roland Gabriel Jacob, filho de Lazare, tudo o que receberiam de herança no espólio dos irmãos (REGO, 2010, p. 209).

Com isso, em 1928, a empresa passou a ter um único proprietário, mas manteve sua denominação comercial "Casa Marc Jacob". Muito embora essa firma ainda exista atualmente, agora funcionando como uma sociedade anônima de capital fechado, sob a razão social Casa Marc Jacob S/A, este artigo abordará apenas o período de gestão dos irmãos Marc e Lazare, findado formalmente em 1927.

O estudo se faz relevante por sua abordagem a partir de três perspectivas. Primeiramente por documentar informações que contribuem para o entendimento da integração econômica da cidade de Parnaíba ao comércio nacional e internacional. Em segundo lugar, por fornecer evidências concretas sobre o nível de desenvolvimento e complexidade das práticas contábeis adotadas na época, fazendo, assim, conclusões sobre sua evolução e compreendendo como a contabilidade se adaptou às necessidades informativas dos usuários. Terceiro, por permitir efetuar comparações com outros estudos de casos de

práticas contábeis adotadas em mesmas circunstâncias, em outras cidades da região nordeste, como, por exemplo, no caso da Casa Boris, em Fortaleza.

O estudo examina a contabilidade conservada da Casa Comercial Marc Jacob e descreve as práticas contábeis desenvolvidas por essa firma em suas atividades comerciais de 1886 a 1927. Portanto, o objetivo da pesquisa é desenvolver uma narrativa geral sobre as práticas contábeis desses comerciantes franceses no Brasil, fazendo uma análise dos mecanismos de escrituração contábil empregados, enfocando a utilidade das práticas contábeis adotadas e identificando os fatos e aspectos de maior relevância e interesse para a história contábil brasileira.

A pesquisa contribui, academicamente, conforme já comentado, em função da carência de estudos abordando a perspectiva histórica da contabilidade brasileira e sua implicação nas atividades das empresas.

Sá (2010, p. 15) afirma que o valor das descobertas de documentos contábeis históricos está na fidelidade de descrever fatos alusivos ao tempo em que foram produzidos e que permite, através dos mesmos, receber com sinceridade informações de diversas naturezas. No caso desta pesquisa, as evidências são formuladas exclusivamente com base no conteúdo dos registros contábeis da Casa Marc Jacob, corroborados pela estrutura conceitual, pelo marco histórico e pelo contexto econômico e social da época.

Além da presente introdução, o artigo está organizado em cinco seções. A segunda seção contempla o referencial teórico e trata dos conceitos fundamentais, comentando os fatores que induziram a expansão comercial francesa no século XIX e uma breve consideração sobre o papel dos comerciantes franceses no Brasil durante a era imperial, em que apresenta uma descrição analítica dos principais fatores que fomentaram a trajetória da Casa Marc Jacob no Nordeste do Brasil. A terceira seção trata dos aspectos metodológicos e dos procedimentos utilizados no desenvolvimento do estudo. A quarta seção apresenta os dados utilizados nas análises e uma síntese dos principais resultados alcançados, e a descrição dos registros contábeis identificados a partir dos documentos analisados. Por fim, são apresentadas as conclusões e as referências bibliográficas utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A base teórica e empírica deste estudo visa produção de fundamentação e conceituação para a seguinte problemática de pesquisa, em questão: i) a política externa francesa da época, ii) a imigração francesa para o Brasil, e iii) a estratégia de negócio da família. A coleta de dados bibliográficos adicionais aos já extraídos dos documentos analisados foi obtida em manuscritos, publicados em base nacionais e internacionais, sobre história econômica e história das organizações.

2.1 O Comércio Mundial Francês no Século XIX

A política exterior francesa no período entre 1870 e 1940 (Terceira República Francesa) pautou-se numa estratégia comercial que visava ampliar a participação da França no comércio internacional. A modelagem desse crescimento econômico baseou-se, portanto, no progresso industrial e tecnológico, desenvolvendo um programa interno de reformas socio-democráticas que visavam estimular uma política externa e alcançar uma expansão colonial (MONTEIRO, 1998).

Esta estratégia levou a França, ao longo do século XIX, particularmente a partir de 1850 até a virada do século, a uma posição privilegiada nas relações de comércio exterior, especialmente com países de outros continentes. Este foi o caso de França e Brasil, cuja movimentação com importação/exportação de mercadorias, nessa época, foi superada apenas pelo comércio entre Brasil e Inglaterra (ROCHA; GANDARA, 2009, p. 292).

A ascensão francesa caracterizou-se como uma posição destacada, no mundo do comércio internacional, que foi propiciada pelo seu desenvolvimento econômico, advindo de um forte crescimento industrial. Esse impulso, por consequência, começou a exigir a expansão dos mercados, mediante o aproveitamento principalmente da criação de firmas comerciais no exterior. Essa estratégia da França teve papel fundamental no processo de importação e exportação, que era conduzido através de "comissários de bens".

O avanço socioeconômico francês, como um todo, foi também fator de expansão comercial da França, nomeadamente em relação ao crescimento industrial e ao comércio exterior, o que permitiu o desenvolvimento de uma economia nacional unificada, baseada em um eficiente sistema ferroviário e de transporte marítimo, bem como em uma rede de comunicação (telégrafo) que cobria todo o território francês.

Rego (2010, p. 176) assinala que a comunicação instantânea de pensamentos, juntamente com o transporte rápido de pessoas e objetos, produziu uma verdadeira revolução no comércio francês, servindo como um estímulo ao capital e aos investimentos externos. Com isso, grande parte da emigração francesa para o Novo Mundo foi representada através da constituição de empresas dedicadas ao comércio de importação e exportação ligadas a uma matriz na França.

A ampliação econômica francesa, assim como a inglesa, implicava numa relação capitalista de produção onde a aquisição de mercados consumidores de mercadorias produzidas em série, embora importante, precisava também da conquista de mercados fornecedores de matérias primas e de mão de obra barata (REGO, 2010, p. 176).

Takeya (1994, p. 112) destaca que a expansão comercial no Brasil representava para os interesses comerciais, tanto ingleses como franceses, a possibilidade de atuar concomitantemente no ramo de exportação de matérias primas para a Europa, como no comércio de importação de produtos manufaturados para o Brasil. Portanto, o mercado brasileiro possibilitava a adequação dessas duas diretrizes da estratégia expansionista francesa, especialmente considerando-se que o transporte marítimo de mercadorias e produtos era feito através de uma linha de navegação direta, que ligava a França e o litoral Setentrional do Brasil sem escalas. Para Cosenza, De Rocchi e Ribeiro (2014b, p. 226), essa rota de navegação segura e direta, minimizava os riscos de perdas, reduzia os custos de escalas em outros portos mais longínquos e dificultava os roubos durante o transporte.

No século XIX, esse tipo de parceria comercial foi favorecido, em grande parte, pelo movimento migratório de judeus franceses para o Brasil. Esses imigrantes se dedicavam, maiormente, ao comércio nos principais centros urbanos brasileiros, através da criação de casas comerciais.

No Brasil, essas empresas comerciais tiveram importância fundamental na consolidação da política expansionista francesa. Isso se deveu principalmente ao fato de os comerciantes franceses negociarem seus produtos no mercado de atacado e se organizaram comercialmente de forma semelhante aos comerciantes residentes na França, conseguindo benefícios advindos das fortes vantagens estratégicas e competitivas da relação comercial direta entre a França e o Brasil.

Martins (2009, p. 27) afirma que a chegada de comerciantes franceses para o Brasil, no século XIX, pode ser vista como resultante de movimentos preliminares voltados para pontos específicos, geograficamente motivados pela possibilidade de exploração comercial do Novo Mundo. As primeiras ondas de emigração francesa datam do final das Guerras Napoleônicas, quando o lado das Américas passou a ser visto como território para novas oportunidades de emprego. Coube a estes imigrantes especiais dar um "toque" de civilidade e perfeição a serviços especializados no Brasil, em particular à comercialização de mercadorias de luxo (MARTINS, 2009, p. 29).

2.2 A Chegada da Família Jacob ao Brasil

Os irmãos Marc e Lazare Jacob estão entre os muitos comerciantes judeus franceses que vieram para o Brasil, devido à emigração forçada por causa da Guerra Franco-Prussiana (1870-1871). Esse conflito terminou com a anexação da maior parte do território da Alsácia-Lorena pela Prússia (Tratado de Frankfurt). As condições acordada impuseram que esse território ficasse em união com o Império Alemão, o que vigorou até o fim da Primeira Guerra Mundial, quando então esta região retornou ao domínio francês. Todavia, Rego (2010, p. 190) destaca que a guerra não deve de ter sido a motivação imediata para a partida dos irmãos Jacob da França rumo ao Brasil, já que transcorreram quase dez anos entre o fim da guerra e as primeiras referências, que se têm notícias, feitas a eles. Uma explicação plausível, talvez, para essa indagação, certamente, seria o contexto político francês à época que favorecia a emigração de sua população e, também, talvez, o fato de serem parentes próximos dos Boris Frères e, com isso, gozarem de algum tipo de garantia prévia de emprego no Brasil.

Rego (2010, p. 186) afirma que Marc Jacob desembarcou no Brasil, juntamente com seu irmão Lazare Jacob, por volta de 1881, vindo da cidade de Schalbach, em Lorena, França. A chegada desses irmãos (dois dos cinco filhos do casal de fazendeiros franceses Joseph Jacob e Marié Beatrix) em Parnaíba no Piauí e depois dos outros dois irmãos (Charles e Myrthil), levanta inúmeras questões sobre os principais fatores ou elementos que levaram à constituição de um empreendimento comercial tão arriscado.

Acredita-se que o estabelecimento de Marc Jacob e de seus irmãos na cidade de Parnaíba se explique dentro do processo de consolidação de uma colônia de emigrados da Alsácia-Lorena, que tinha como liderança principal a família Boris, que era radicada na cidade de Fortaleza, na então Província do Ceará. Esta articulada rede de transações mercantis francesas permitia manter uma eficaz e profícua parceria comercial unindo as casas comerciais francesas na importação de mercadorias da França e exportação de produtos regionais brasileiros para o continente europeu.

Takeya (1995, p. 118) assinala que, diferentemente dos demais imigrantes da França, que eram basicamente comerciantes ou trabalhadores não agrícolas, a família Jacob dedicava-se à agricultura em Schalbach, Lorena.

Rego (2010, p. 191) afirma que muito embora essa família não fosse rica a ponto de poder sustentar a abertura de uma casa comercial com matriz na França e filial no Brasil, nos mesmos moldes da Casa Boris no Ceará, ou ser "comissários em mercadorias", como foi o caso da Casa Mayer Frères em Teresina/PI, tinha situação financeira suficiente para financiar um investimento fora da França. O capital inicial para abertura da casa comercial da família (Casa Comercial Marc Jacob), no valor de catorze contos de réis, foi recebido por meio de remessas de dinheiro (francos franceses) enviadas pelo pai de Marc através da intermediação dos irmãos Boris Frères (esses fatos econômicos estão registrados nos livros contábeis e nos livros copiadores de cartas mantidos pela Casa Boris).

Para que a Província do Piauí se tornasse uma região economicamente atraente e desenvolvida (e assim arrecadar maiores impostos) seria necessário atrair atividades lucrativas baseadas na agricultura mais desenvolvida, no comércio de produtos extrativistas e no escoamento dos produtos (QUEIROZ, 1998, p. 19 e 25).

Rego (2010, p. 66) esclarece que tal modernização da Província somente seria alcançada com a dinamização da produção, a comunicação e o acesso entre setores produtivos e comerciais de curtas e longas distâncias. Marc Jacob soube aproveitar-se dessas oportunidades para expandir suas atividades comerciais, mantendo uma estratégia competitiva que ligava a Província do Piauí aos seus primos Boris Frères na Província do Ceará.

Além da atividade de comércio, Marc Jacob desempenhou também a função de agente consular do Governo Francês no Piauí durante várias décadas. Foi substituído, após seu falecimento, por seu sobrinho Roland Gabriel Jacob, que assumiu oficialmente o vice-consulado em 9 de janeiro de 1927 (Rego, 2010, p. 179). Para Monteiro (1998, p. 61), o exercício da função de agente consular por meio de

proprietários de casas comerciais francesas era bastante comum no século XIX no Brasil e, provavelmente, em todos os países em que estiveram presentes. Essa autora assinala, ainda, que à medida que se aprofundavam as relações comerciais entre o Brasil e a França, a representação consular ganhava estabilidade nas principais cidades das províncias brasileiras e os agentes consulares enviavam relatórios mais frequentes e detalhados aos seus países sobre as necessidades para desenvolver essas relações mercantis.

Vidal e De Luca (2009, p. 17) anunciam que a emigração francesa e a presença desses franceses no Brasil, além da questão da motivação de emigrar, abrem outros leques de indagações associados à importância econômica, política e social desempenhados por tais imigrantes estabelecidos no novo país. No entanto, a principal perspectiva deste trabalho não avançará neste mérito da questão e consistirá, tão somente, na pesquisa das atividades comerciais de Marc Jacob, a fim de relatar os fatos observados na análise dos registros contábeis preservados pela família Jacob, para poder explicar a estrutura comercial utilizada, levando em consideração o contexto histórico, social e econômico da época.

Cosenza et al (2013, p. 71) identificou que muito embora a Casa Marc Jacob fosse um empreendimento registrado na Junta Comercial do Piauí, com caracterização jurídica individual (Empresa Individual), sendo Marc Jacob seu único proprietário, os demais irmãos também participavam diretamente das atividades da empresa na cidade de Parnaíba e contribuíram para o incremento e consolidação dos negócios da família durante quase 40 anos.

2.3 A Estratégia de Negócio da Casa Marc Jacob

Para que se tenha uma compreensão do tipo de atividades que as casas comerciais estrangeiras realizaram na cidade de Parnaíba, além dos laços comerciais mantidos com a terra natal, Rego (2010, p. 174) assinala que é preciso, antes de tudo, conhecer o quadro mais geral do comércio piauiense com a França e as motivações que impeliram alguns franceses, em particular os irmãos Jacob, a deixarem seu país de origem e virem a se estabelecer no Brasil na cidade de Parnaíba.

Essa cidade se caracterizava economicamente pela exportação, por via marítima, de produtos do extrativismo regional, como a borracha da maniçoba, a cera de carnaúba e o babaçu. O fato de ser uma cidade ribeirinha do rio Parnaíba lhe conferia uma vantagem geográfica competitiva no exercício da atividade comercial, devido ao fato de usufruir de menores custos no escoamento dos produtos e matérias primas para outras praças de comércio, em especial do Piauí e do Maranhão. Nesse particular, o transporte fluvial se mostrava uma alternativa economicamente mais viável e de menor risco operacional para a entrada e saída das mercadorias e produtos de outros mercados do país e do exterior.

Portanto, por estar às margens de um rio caudaloso (que lhe deu o nome), a cidade de Parnaíba oferecia condições logísticas bastante adequadas para a realização de atividades comerciais, uma vez que tinha um porto que já despontava como um polo exportador e que propiciava uma tendência natural ao progresso. Por outro lado, o crescimento industrial francês incorporou uma série de novas tecnologias e processos, intensificando a produção de produtos manufaturados e estimulando o aparecimento de intermediários, que passaram a atuar fazendo a ponte entre a indústria e o comércio e, também, entre industriais e fornecedores. Foi nesse contexto que alcançou destaque e importância a função de comissários de mercadorias e os representantes comerciais, principalmente para atuar em mercados fora da França.

A Casa Marc Jacob seguiu essa lógica comercial, já que contribuía para a conquista francesa dos mercados externos, através da aquisição de mercadorias produzidas em série para serem negociadas no Brasil e do fornecimento de matérias primas necessárias para a indústria francesa. Fica evidente, portanto, o relevante papel que essa casa de comércio desempenhou, tanto para a economia francesa, como para as atividades econômicas na Província do Piauí, ao atuar na venda de bens manufaturados e na compra de matérias primas necessárias aos processos industriais franceses.

Ao funcionar como uma genuína casa comercial, a Casa Marc Jacob importou e vendeu produtos franceses, além de exportar matérias primas, principalmente, para a França, Inglaterra, Alemanha e Estados Unidos. As principais importações feitas referiam-se a vinhos e conhaques, talheres, têxteis e perfumes. As exportações mais preponderantes foram cera de carnaúba, algodão, mamona, madeira de cedro e resina de jatobá.

Conforme Rego (2010, p. 207), a Casa Marc Jacob começou suas atividades abastecendo comerciantes do interior do Piauí, que se supriam desses produtos importados, principalmente tecidos, miudezas, louças e bebidas, com intuito de revendê-los. Com o tempo, estendeu suas relações mercantis a pequenos empreendedores comerciais em diferentes cidades dos estados do Piauí, Maranhão, Pernambuco e Ceará que negociavam com uma freguesia de clientes ávidos por produtos vindos do exterior. Ao mesmo tempo, Casa Marc Jacob comprava produtos nativos, subprodutos do gado e do extrativismo vegetal e os vendia em consignação a clientes no mercado externo. A pauta de exportações dessa empresa abrangia praticamente todos os produtos de exportação produzidos nos Estados do Piauí, Maranhão e Pará. O relato dos produtos comercializados está registrado nos livros de contabilidade da Casa Marc Jacob.

Em 1928, os familiares europeus venderam para Roland Gabriel Jacob, filho de Lazare Jacob, a parte que receberam em herança pela participação de Marc e Lazare na Casa Comercial Marc Jacob. Este, no ato de compra da firma, registrou-a como sua propriedade individual, porém manteve o nome fantasia "Casa Marc Jacob". Atualmente, a Casa Marc Jacob pertence ao Grupo Jacob, que tem como principal controlador Marc Theophile Jacob, sobrinho-neto de Marc Jacob. Em 1942, essa firma foi transformada numa sociedade anônima, com a razão social de Casa Marc Jacob S.A., que se mantém até os dias de hoje. Assinale-se que o core business dessa firma atualmente é bem distinto e mais diversificado que aquele original que motivou a constituição da empresa, que era atuar primordialmente no negócio de importação-exportação, em linha com a estratégia francesa de comércio exterior.

3 METODOLOGIA

Para desenvolver este estudo, foram adotados procedimentos de natureza "exploratório-descritiva", cujo enfoque epistemológico implicou numa abordagem que privilegiou como instrumentos de pesquisa o estudo prático utilizando-se conjuntamente técnicas de coleta para o tratamento e análise de dados.

Gil (2016, p. 42-45) defende que esse tipo de pesquisa é indicado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis sobre ele e quando se tem como objetivo possibilitar a descrição das características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relações entre as variáveis.

Quanto à técnica de investigação, aplicou-se uma abordagem qualitativa, mediante a condução de um estudo de caso (EISENHARDT, 1989). Em face da natureza essencialmente qualitativa da questão de estudo, essa técnica representou a estratégia de pesquisa mais adequada para se abordar essa realidade específica (BERRY; OTLEY, 2004).

Yin (2018) esclarece que além do método de caso ser apropriado para agregar informações que permitam interpretar o significado das relações entre as variáveis investigadas, resulta numa técnica qualitativa que fornece formas de explorar os detalhes de um dado fenômeno a partir do seu contexto real.

Nesse estudo de caso, o objeto de análise concentrou-se nos lançamentos constantes dos livros contábeis da empresa durante um período de quarenta e um anos consecutivos, que correspondeu, portanto, numa abordagem epistemológica baseada em um caso exploratório (RYAN; SCAPENS; THEOBALD, 2004, p. 194, SCAPENS, 2004, ADAMS; HOQUE; MCNICHOLS, 2006, p. 364),

aplicada usando como métodos a análise documental e a construção de sentido. Em suma, o exposto levará a explorar as razões que justificam as práticas contábeis observadas.

Desse modo, esta investigação foi realizada com base no paradigma qualitativo descritivo e interpretativo (GUBER, 2001). Como método e abordagem, é ideal compreender, do ponto de vista dos atores, as caracterizações e relações que permitiram a interpretação dos fatos apresentados nesta investigação.

A amostra da pesquisa é classificada como não probabilística devido ao fato de a seleção ter contemplado uma única empresa, escolhida em função das seguintes razões:

- (i) Trata-se de uma casa comercial centenária, fundada em 1886, que desempenhou um papel de destaque no cenário econômico do Piauí no período objeto do estudo;
- (ii) Ter a oportunidade de estudar as antigas práticas contábeis de uma casa comercial de controle estrangeiro atuante no contexto brasileiro; e
- (iii) Disponibilidade de realização de pesquisa utilizando fontes primárias de consulta, já que os principais livros contábeis se encontram totalmente preservados em razoável estado de conservação.

Quanto aos procedimentos de coleta de dados, este estudo tem o desenho metodológico próprio de uma pesquisa de tipo documental. A partir do exame do Diário nº 2 (1888-1927), do Razão nº 2 (1896-1908) e do Copiador de Cartas (1889), analisou-se as informações dentro do seu contexto histórico-contábil, tentando interpretar os acontecimentos relativos aos registros contábeis efetuados para retratar as atividades da Casa Marc Jacob. Assim, depois de completar a coleta de dados dos livros selecionados, diferentes fatos foram identificados e seus conteúdos previamente examinados e classificados. Em seguida, iniciou-se uma segunda rodada onde esses fatos foram analisados mais detalhadamente, com ênfase nos seguintes aspectos:

- (a) As contas e registros contábeis utilizados, observadas suas características;
- (b) Os saldos contábeis e a movimentação contábil associada; e
- (c) As características formais dos registros e seus impactos patrimoniais.

Em função da legislação vigente (Código Comercial de 1850), a Casa Marc Jacob estava obrigada a manter somente a escrituração do livro Diário e do livro Copiador de Cartas, ou Copiador de Faturas, como era mais popularmente conhecido. Contudo, essa firma utilizava também outros livros auxiliares nos seus registros contábeis, em especial o livro Razão.

A preservação de boa parcela dos livros contábeis, por iniciativa dos descendentes brasileiros da família Jacob, possibilita o acompanhamento das transações realizadas pela Casa Marc Jacob, no período 1886-1927, na cidade de Parnaíba, como também no interior dos Estados do Piauí, Maranhão, Ceará e, ainda, no Exterior.

O levantamento feito junto ao depósito de propriedade da empresa Produtos Vegetais do Piauí Ltda. (companhia pertencente ao Grupo Jacob), localizado em Parnaíba, permitiu fazer o inventário dos arquivos da Casa Marc Jacob. Foram localizados 29 livros "Diário" referentes às transações mercantis da Casa Comercial Marc Jacob (1888-1927) e vinte e dois correspondentes aos registros das atividades da Casa Marc Jacob (1928 ao presente), o que perfaz um total de cinquenta e um livros contábeis dessa natureza em perfeito estado de conservação (REGO, 2010, p. 197).

Também foram identificados, ainda um livro "Borrador" e dois livros "Razão" (Razão nº 2, 1896-1908 e o Razão nº 3, 1909), e vários volumes de livros "Copiador de Cartas". É importante registrar que a empresa mantinha um Copiador de Cartas específico, escrito em francês pelo próprio Marc Jacob, para registrar as correspondências mantidas com a empresa Boris Frères, de Paris, (REGO, 2010, p. 207).

Estes livros estão, razoavelmente, preservados. Tal documentação é valiosa e apresenta grande importância histórica, haja vista a raridade de estudos específicos sobre casas comerciais estrangeiras, principalmente fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo, explorando o comércio franco-brasileiro durante o século XIX (TAKEYA, 1995, p. 16). Além disso, conforme Rego (2012, p. 175), há a grande dificuldade de se encontrar arquivos públicos ou privados de antigas casas comerciais preservados e acessíveis aos pesquisadores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os comentários feitos nesta seção foram cotejados, em conformidade com a problemática de pesquisa proposta para o estudo, a partir do que se determinou nos procedimentos metodológicos.

Na análise do **Diário nº 2**, observou-se que esse livro, para cumprir com as formalidades extrínsecas da escrituração contábil, com vista à sua força probante, como determinava a lei societária vigente à época, teve seu registro efetuado na Inspetoria Comercial da Alfândega de Parnaíba, estando assinado pelo proprietário do estabelecimento (Marc Jacob) e pelo escriturário da Alfândega. Na primeira página constava o "Termo de Abertura" e na última página havia o "Termo de Encerramento", que foram assinados, em 1889, pelo oficial da Alfândega, de nome Egídio Osório Porfírio da Mota, que também rubricou todas as demais páginas desse livro.

Com relação ao **Livro Diário**, em si, nota-se suas perfeitas condições físicas. Ele possui capa dura, encadernada em couro, medindo 60 centímetros de comprimento, 45 centímetros de largura e cerca de cinco centímetros de espessura, com um peso, aproximado, de 10 quilos. Foi fabricado na França, em Paris, pelo tipógrafo Ch. Weisshoff e tem 300 folhas, contando com 600 páginas numeradas e impressas. A análise desse livro contábil revelou uma escrituração mercantil uniforme ao longo do tempo, mantida conjuntamente com registros no livro Razão e em outros livros contábeis auxiliares (Caixa, Contas Correntes, Consignações de Mercadorias e Balanços), além do uso do livro Borrador.

Esse último livro era empregado com a função de se efetuar o registro prévio, evitando-se a escrituração errada no Diário, já que se fossem detectados vícios de adulteração, emendas, borrões ou rasuras nesse livro, que era de caráter obrigatório, o mesmo perderia seu valor probatório, não merecendo fé legal alguma por causa dos registros viciados. **Em termos jurídicos, é possível observar que os registros no Diário nº 2, utilizavam o método de partidas dobradas**, estando escriturados em língua portuguesa, usando linguagem mercantil e manuscritos com a inexistência, de intervalos em branco, entrelinhas, borrões, rasuras, emendas, ou transportes para as margens nos lançamentos contábeis. Portanto, preenchia todas as formalidades extrínsecas e intrínsecas especificadas nos artigos 10 a 15 do Código Comercial Brasileiro, de 25 de junho de 1850.

Alguns registros contábeis desse Diário já empregavam lançamentos de 2ª, 3ª e 4ª fórmulas, utilizando a expressão "Diversos". Cabe registrar que esse último modo contábil de proceder [lançamento contábil de quarta fórmula, que envolvia um débito de "Diversos" contra outro crédito de "Diversos"] **era considerado uma técnica contábil bastante avançada para a época**, pelo tipo de registro contábil, também conhecido como "Entradas Compostas". Jencks (1954) esclarece que essa técnica de registro foi criada pelo holandês Nicholas Petrie, em 1588, mas, conforme Cosenza, De Rocchi e Ribeiro (2014a), nunca foi largamente divulgado durante a época da monarquia brasileira. Em parte porque a maioria dos guarda-livros brasileiros considerava um pouco difícil entender essa maneira de escriturar as operações realizadas. Cosenza, De Rocchi e Ribeiro (2012) explicam que a aplicação prática desse tipo de procedimento contábil deixa claro o avanço técnico brasileiro em contabilidade naquela época, o que permite supor que os registros contábeis da Casa Marc Jacob estavam sob os cuidados de profissionais competentes e dignos, com total confiança dos proprietários.

Rego (2010, p. 203) destaca que uma das características mais marcantes dos registros feitos no livro Diário nº 2 da Casa Marc Jacob está associada à quantidade e variedade de lançamentos contábeis, ou seja, anotava-se tudo, tanto as anotações comerciais e financeiras como os registros particulares do proprietário.

Os lançamentos contábeis relacionados aos **fatos do proprietário Marc Jacob eram escriturados numa conta pessoal denominada "Marc Jacob – Conta de Participação"**. Nessa conta tanto eram **contabilizados fatos das atividades comercial e profissional de Marc Jacob**, como também **eventos relativos a seu gosto e estilo de vida particular**. Por exemplo, são identificados registros de **despesas por conta de seus hábitos higiênicos e de consumo alimentício, bem como gastos com suas vestimentas e com mobiliário, material de escritório e despesas com a criadagem**.

A análise desses registros demonstra que **não se cumpria um dos princípios contábeis**, bastante utilizado na atualidade, já que tal procedimento evidencia uma nítida **negação do princípio contábil da "entidade"**, que afirma a autonomia patrimonial e a necessidade da diferenciação de um patrimônio particular no universo dos patrimônios existentes, independentemente de pertencer a uma pessoa, um conjunto de pessoas, uma sociedade ou instituição de qualquer natureza ou finalidade, com ou sem fins lucrativos. Por consequência, nesta acepção, **o "patrimônio" da empresa não se confunde com aqueles dos seus sócios ou proprietários**, no caso de sociedade ou instituição. Assim, fatos econômicos relativos a eventos privados do dono do negócio eram contabilizados como gastos e despesas da firma, o que é inaceitável e inapropriado em termos contábeis, nos dias de hoje.

No **Diário nº 2 da Casa Marc Jacob**, bem como no Copiador de Cartas (1889), observou-se registros de transações comerciais feitas com outros **comerciantes judeus franceses, principalmente com M. Mayer e Salomon Bauman, que originariamente eram tradicionais clientes da Casa Boris Frères, casa comercial estabelecida na cidade de Fortaleza/CE**. Na **conta de Razão** de Bauman, por exemplo, constam as vendas de pacotes de tecidos, entre outros, casimira de lã, setinetas [tecido fino de seda e algodão, imitando setim], morins e algodõezinhos de várias marcas, como também de bebidas, em especial garrafas de vermute e garrafas de genebra, além de ingredientes para culinária, como pimentas. Também foi identificado o **registro de devoluções, no Diário nº 2, por motivo de os produtos estarem estragados**, no caso quatro latas de chá preto, seis latas de biscoitos pequenos e duas latas de biscoitos grandes.

Em dezembro de 1889, está contabilizado no Diário nº 2 da Casa Marc Jacob o levantamento do Balanço Geral dessa firma, onde se apura o resultado referente a um período de um ano e oito meses (março/1888 a dezembro/1889). Um fato bem curioso refere-se ao **porquê dessa periodicidade de 20 meses para a realização do balanço da firma, tendo em vista que a legislação vigente (Código Comercial, 1850, art. 10) determinava a obrigatoriedade anual de as empresas elaborarem o balanço geral dos seus ativos e passivos**, que teria que ser assinado por seus proprietários, devendo compreender todos os bens de natureza móvel e semovente, mercadorias, dinheiro, papéis de crédito e outra qualquer espécie de valores, bem como todas as dívidas e obrigações passivas. Não foi possível esclarecer essa dúvida, sem a possibilidade de acesso ao **Diário nº 1**, que não foi localizado entre a documentação preservada.

Já em 31 de março de 1890, está registrado no **Diário nº 2, na conta "Gêneros Diversos"**, a **contabilização de uma compra de algodão em pluma, algodão em caroço, couros salgados de boi, couros secos de boi, couros de carneiro, couros de cabra, crinas de animais, chifres de bois, resina de angico, carnaúba, toras de cedro, buchos de peixe, tartaruga e sola, no valor total de \$1,799,260 réis**. Esse registro contábil referia-se às **atividades mercantis da Casa Marc Jacob**, que segundo Rego (2010, p. 193), arrecadava e escoava vários produtos da atividade regional, comprados ao longo do rio Parnaíba (couros de boi, peles de animais silvestres, peles dos pequenos animais de criação tipo carneiros e bodes e, paulatinamente, produtos do extrativismo vegetal), transportando-os em barcas puxadas por

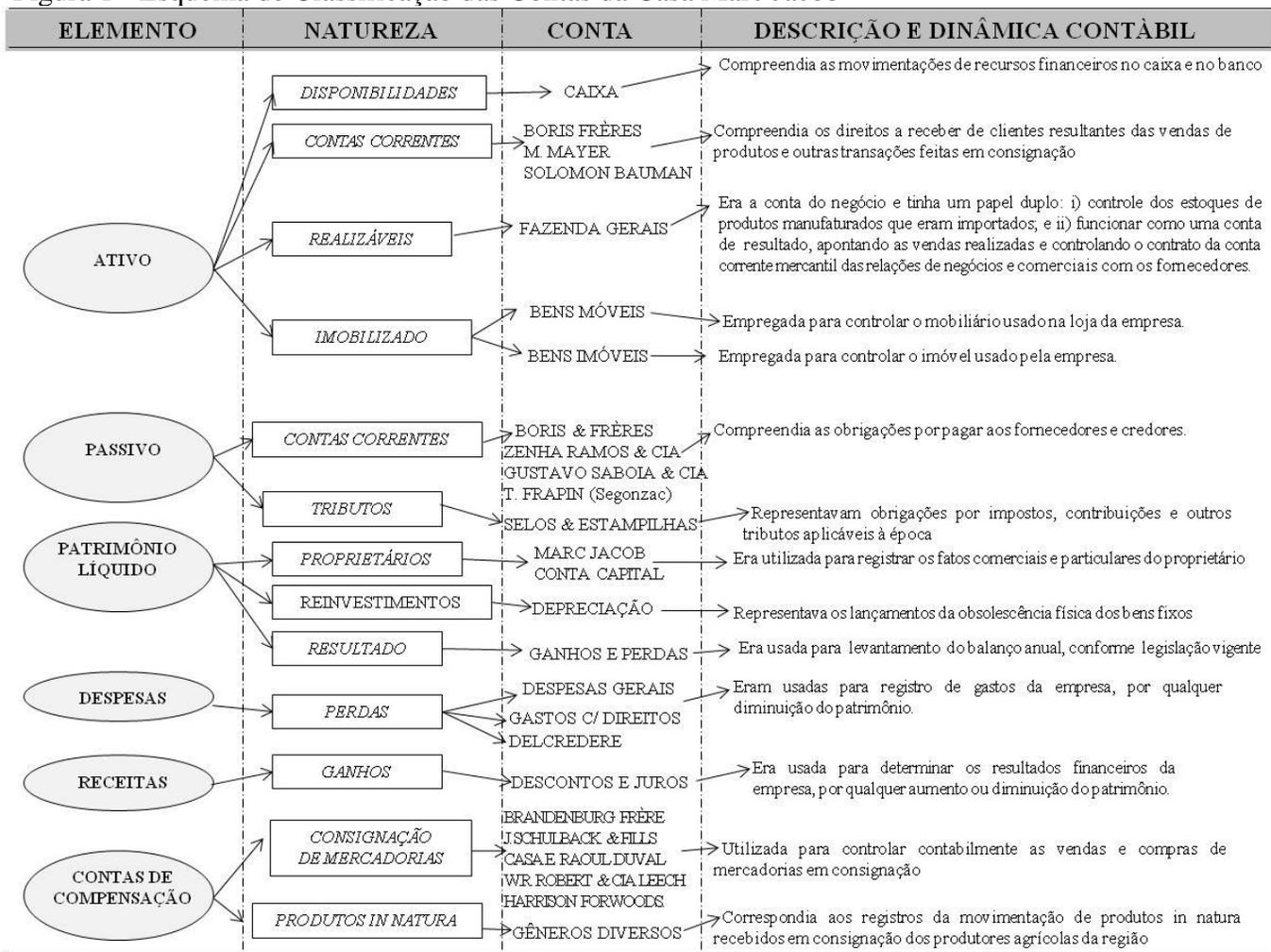
rebocadores para a cidade de Parnaíba. Tal estratégia permitia ganhos logísticos, em face da otimização do custo de frete, já que, na ida, as embarcações transportavam, sobretudo, sal grosso que era adquirido pelas populações ribeirinhas para uso próprio e para a alimentação do gado.

Era no **Diário nº 2** que apresentava **as despesas de salários relativas a empregados que trabalharam, por décadas, na Casa Marc Jacob**, acompanhando o nascimento do negócio e seu crescimento comercial. Entre esses, citam-se os funcionários Firmino Sampaio e Antônio Brandão Dias, no período outubro/1888-março/1889, que muitas das vezes receberam seus ordenados após haver passado um longo período da prestação desses serviços (REGO, 2012, p. 195).

O **livro Razão nº 2** contém, ainda, várias **contas relativas a relações com clientes e fornecedores da empresa** que, geralmente, **eram indicadas pelo nome completo de cada um desses clientes e fornecedores como título das contas contábeis**, não existindo, portanto, uma conta única para os clientes e outra para fornecedores como é feito nos dias atuais, o que **demonstra uma abordagem personalista da contabilidade da época**.

Na Figura 1 é mostrada a **classificação contábil dada nos livros contábeis da Casa Marc Jacob**, estrutura contábil que, de maneira geral, se manteve constante ao longo do período analisado.

Figura 1 - Esquema de Classificação das Contas da Casa Marc Jacob



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações constantes nos livros contábeis.

As **principais contas identificadas nos registros contábeis da Casa Marc Jacob** incluem: *i) Gêneros Diversos; ii) Fazenda Gerais; iii) Caixa; iv) Despesas Gerais; v) Ganhos e Perdas; vi) Alfândega; vii) Delcredere; viii) Descontos e Juros; e ix) Letras Descontadas.*

A **conta contábil "Fazenda Gerais"** estava relacionada à **movimentação de produtos já manufaturados, como se fora utilizada para controle de estoques**. Nos registros contábeis também se observam várias operações efetuadas por meio de consignação com clientes e fornecedores.

A conta "Gêneros Diversos" contemplava a movimentação de produtos in natura adquiridos em consignação para posterior venda ou exportação mediante venda consignada, como foi o caso da conta Leech Harrison & Forwoods, negociante estabelecido em Liverpool, na Inglaterra. Dentre os compradores citam-se:

1. *Avelino da Silva Rios e Ricardo de Carvalho & Cia, em Lisboa (compraram couros secos de boi e meios de sola);*
2. *Jean Schulback & Fills, em Hamburgo (adquiriu couro salgado);*
3. *Casa E. Raoul Duval & Cia, em Havres (recebimento de caixas com penas de ema e cascos de tartaruga);*
4. *Leech Harrison & Forwoods, em Liverpool (comprou caixotes de moedas de prata e ouro portuguesas, espanholas, peruanas e mexicanas, além de joias de ouro e prata e sacos com cera de carnaúba e algodão em pluma, barricas com buchos de peixes, sacos com caroços de mamona e sacos com resina de jatobá);*
5. *W.R. Robert & Cia, em Liverpool (receberam couros espichados de bois, resina de jatobá, surrões de couro com buchos de peixes e fardos com crina de animais).*

Diretamente para a **comercialização de seu irmão Charles Jacob, que atuou como comerciante e vivia em Nova York, foram remetidos 12 fardos com 2.182 kg de cabelo, pelo valor total de \$1,854,700 réis, e 3 encapados de borracha por \$337,700 réis**. Para Nova York também foram enviadas mercadorias para Frank B. Ross & Co., para a Amsinck & Co. e para L & Kemp (REGO, 2012, p. 208).

Chama a atenção o fato de que a maioria dos citados comerciantes já mantinha **parceria comercial, de longa data**, com a Casa Boris (aproximadamente desde 1875), o que corrobora a crença de que Marc Jacob, se já não fazia parte daquele conjunto de comerciantes judeus franceses que se estabeleceram no Nordeste do Brasil com uma casa atacadista com matriz na França e uma filial no Brasil, já que se utilizou do mesmo mecanismo de funcionamento montado pela Casa Boris. Tal como sua congênere, a Casa Marc Jacob se organizou dessa mesma forma para efetivar seus negócios a partir do Piauí, com os mesmos fornecedores, as mesmas mercadorias, a princípio tanto na importação como na exportação e, depois, só na importação.

Quanto aos fornecedores potenciais, tem-se a:

1. *Brandenburg Frères, em Bordeaux (forneceu vinhos); e*
2. *T. Frapin, secular casa francesa em Segonzac, na região de Champagne (fornecedoras de conhaque).*

No mercado interno, a Casa Marc Jacob comercializava peles de cabra, de carneiro e de veados, sementes oleaginosas de mamona, tucum e babaçu, e carnaúba, borracha de maniçoba, chifre, cobre velho e toras de cedro com a Casa Boris, no Ceará (REGO, 2010, p. 209).

Na cidade do Rio de Janeiro, tinha vários fornecedores comerciais, cabendo citar, conforme Rego (2012, p. 209):

- *Gustavo Saboia & Cia. Augusto Leuba & Cia, Zenha Ramos & Cia e Júlio Sabóia & Cia, de quem compravam principalmente tecidos e fumo para revender. Na região Nordeste, mantinha*

transações comerciais com Cerqueira Lima & Cia, Almeida Lobato & Cia e Valle Certo & Cia, no Pará; Marius & Levy e Raimundo Xavier de Souza, em Manaus; Manoel Joaquim Pessoa, Fonseca Irmão & Cia, Tavares Lapa & Cia, Pinto Alves & Cia e Loureiro Barbosa & Cia, em Pernambuco; José Mayer, Benjamim Martins & Cia, João Climaco da Silveira, Oliveira Santana & Cia e Manuel Tomaz & Irmão, em Teresina. Além disso, a Casa Marc Jacob realizou vários negócios em cidades do Maranhão, como Brejo, Repartição e Santa Quitéria; no Ceará, em Fortaleza, Sobral, Chaval, Camocim e Caxias; e no Piauí, em Amarração, Ilha Grande, Piripiri, Batalha, Colônia, União, Porto Alegre, Amarante, entre outras.

Na escrituração contábil da Casa Marc Jacob, pode-se encontrar registros relativos a devoluções de mercadorias, fosse por defeitos ou dificuldade de venda no mercado consumidor. Como exemplo, cita-se **a devolução de seis véus de noiva, vendidos à família Castello Branco, da cidade de Teresina, em 30 de junho de 1891.** Também, registra-se **a devolução de uma compra feita pelo Sr. Raimundo de Almeida Guimarães, em 31 de janeiro de 1891,** referente a seis leques de cetim colorido (\$30,000 réis) e um lote de produtos galvanizados, no valor de \$20,000 réis. **Todas essas devoluções referiram-se a produtos de caráter exótico** e que devem ter tido dificuldade de colocação no mercado, por se tratar de artigos mais luxuosos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa pesquisa analisou-se a influência dos contextos político, social e econômico nas práticas contábeis adotadas pelas casas de comércio no período imperial brasileiro, tendo como foco a análise dos lançamentos contábeis registrados nos livros de contabilidade da Casa Marc Jacob. Nesse caminho, observou-se que os registros efetuados fornecem informações suficientes sobre as atividades econômicas que sustentam o negócio principal e a estratégia comercial dessa empresa.

Nos livros contábeis analisados, em especial em relação ao conteúdo da escrituração contábil realizada pela Casa Marc Jacob, há uma grande semelhança com os registros mantidos pela Casa Boris & Frères (ver SILVA et al., 2019), demonstrando que possivelmente havia uma rede de relacionamentos e trocas de informações técnicas entre os contadores dessas casas comerciais, à época, em termos de estrutura e contas contábeis. Da mesma forma que a Casa Boris, a Casa Marc Jacob empregava procedimentos contábeis alinhados com as técnicas contábeis utilizadas pelos países europeus, sendo encontrada alguma influência da doutrina contábil de Mathieu De la Porte (ver CARQUEJA, 2011). Embora essa influência não seja tão reconhecida na literatura contábil em línguas não latinas, ainda que confirmada, por exemplo, na Alemanha por Dieter Schneider (CHATFIELD; VANGERMEERSCH, 1998, p. 278), é evidente o papel da doutrina desse autor em países como Espanha, França e Itália, reconhecida, respectivamente, por Esteve Hernández Esteve (CHATFIELD; VANGERMEERSCH, 1998, p. 548), Anne Fortin (CHATFIELD; VANGERMEERSCH, 1998, p. 259) e Joseph-H. Vlaemminck (VLAEMMINCK, 1956, p. 131-133).

De acordo com De la Porte (1769), os registros contábeis deveriam seguir um critério para desenvolvimento da lista de contas prescritas em sua obra-prima, partindo da classificação das contas como do "proprietário", contas de "coisas" (depois designadas meios de ação) e contas de "pessoas". Esta base de classificação sobreviveu e foi aperfeiçoada por estudiosos nos séculos posteriores, como Giuseppe Cerboni (ver TORRECCHIA; YAMEY, 2012), que procurou determinar uma personificação das contas, sob o ponto de vista jurídico, na qual o fato patrimonial cria uma relação contábil entre pessoas físicas ou jurídicas, usando uma conta para cada uma das pessoas envolvidas (contas do proprietário, contas do agente consignatário e contas dos correspondentes).

Portanto, ainda que a Casa Marc Jacob operasse sob a ótica francesa de expansão comercial, foi influenciada nos seus mecanismos de controle e gestão pela doutrina contábil italiana, conforme

preceituado por Giuseppe Cerboni. Constata-se o importante papel desempenhado por essa doutrina para a institucionalização dos negócios comerciais e dos padrões contábeis da empresa, enfatizando um modelo de organização contábil baseado na abordagem personalística (ver SCHMIDT; SANTOS, 2008), sob a forma de detalhados históricos descritivos dos fatos patrimoniais no Diário e no Razão, além do uso de outros livros contábeis auxiliares (CERBONI, 1980, 1878a; 1878b).

Sob essa perspectiva, foi possível identificar, nos registros contábeis analisados, a redação das anotações e analisar o contexto econômico e social da época, bem como sua importância na tomada de decisão dos proprietários. Não há como negar a utilidade desse sistema de informação, que foi dirigido por um modelo de abordagem personalizado, onde a confiabilidade dos livros foi orientada para garantir o controle patrimonial e também para determinar a posição do devedor ou credor das contas correntes dos correspondentes e consignatários.

Enfim, observou-se que as transações comerciais realizadas pela Casa Marc Jacob nas suas relações comerciais analisadas durante o período retratam adequadamente e com total transparência a coexistência de um incipiente comércio provincial com uma rede de vendas através do Atlântico com a Europa. A manutenção e o avanço das parcerias comerciais dependiam de uma rede de negociantes que conectava o Brasil (estados como Piauí, Maranhão, Pernambuco, Ceará, Pará, Rio de Janeiro) com o continente europeu (cidades como Paris, Bordeaux, Lisboa, Londres, Liverpool, Hamburgo) e também com os Estados Unidos (Nova York).

Nessa linha, Rego (2012, p. 209) esclarece que Marc Jacob se beneficiou do esquema criado pela Boris Frères & Co. (Casa Boris), que mantinha atividades similares, mas dirigia seus negócios a partir de sua sede francesa, seu local central de negócios e também responsável pela compra dos bens de ambos os ramos. Em outras palavras, a Casa Marc Jacob se utilizou da infraestrutura de Boris Frères para seus próprios fins. As atividades de ambas as empresas de comércio visaram satisfazer as necessidades de seus clientes em seus dois principais mercados de negócios, o europeu e o brasileiro.

Os achados desse estudo estão alinhados com as evidências proporcionada por Cosenza, De Rocchi e Ribeiro (2014a; 2014b, 2012) e abrem um campo importante para o desenvolvimento de futuras pesquisas acerca a história da contabilidade, no período imperial brasileiro, em especial relacionada à influência da cultura francesa na contabilização e evidenciação das transações e fatos patrimoniais das empresas que atuavam à época.

Rego (2010, p. 197-198) acrescenta que ao longo de 44 anos, não houve mudança de práticas contábeis adotadas pela Casa Marc Jacob, havendo modificações significativas somente a partir de 1931, muito provavelmente devido a alterações na regulamentação mercantil.

Com relação ao francês Marc Jacob, cabe destacar que:

- Viveu no Brasil de 1881 até sua morte em 1927, desenvolvendo um papel de destaque nas atividades comerciais de Parnaíba, cidade localizada no estado do Piauí, Brasil.
- Foi um dos muitos comerciantes judeus franceses que vieram para o Brasil devido à migração forçada pelo resultado da Guerra Franco-Prussiana.
- Fundou no Brasil a Casa Marc Jacob, empresa que desempenhou importante papel nas atividades econômicas da cidade de Parnaíba no Piauí.
- Atuou na compra e venda de bens e matérias primas em diferentes cidades dos estados do Nordeste.
- Intermediou a importação e venda produtos franceses (vinho, louças, têxteis, perfumes etc.) e a compra e exportação de matérias primas para a França (cera de carnaúba, algodão, mamona, toras de cedro e outras).

Quase todos os bens comercializados são mostrados nos livros contábeis desta firma, que são mantidos em perfeito estado de conservação pelos descendentes da família Jacob.

Dentre os principais resultados desse estudo se destacam:

1. A descrição das práticas contábeis utilizadas nas atividades empresariais da Casa Marc Jacob, no período de 1886 a 1927, analisando os mecanismos contábeis empregados nos lançamentos das contas escrituradas.
2. As evidências que demonstram a existência de uma ampla teia de parcerias comerciais com outras casas comerciais francesas, a maioria das quais pertencentes a imigrantes judeus, permitindo um intercâmbio comercial internacional sustentável, conectando o Nordeste do Brasil com a Europa.

Cabe acrescentar como limitação do presente estudo, o fato de que a pesquisa concentrou-se, apenas, na análise de uma única organização, a Casa Marc Jacob. No entanto, estudos anteriores, feitos em empresa congênere, já têm destacado as práticas contábeis e mercantis no final do século XIX no Nordeste do Brasil (SILVA et al., 2019; COSENZA; DE ROCCHI; RIBEIRO, 2014a; COSENZA; DE ROCCHI; RIBEIRO, 2014b; COSENZA et al., 2013; COSENZA; DE ROCCHI; RIBEIRO, 2012).

Sugere-se que novas pesquisas busquem explorar a relação entre as questões econômicas, culturais e políticas com o processo de imigração francesa em outras regiões, além das casas comerciais instaladas no Nordeste, a fim de validar se os padrões contábeis trazidos pela imigração francesa também foram institucionalizados em outras Regiões do país, tendo em vista que houve também a chegada de outras comunidades de imigrantes no Sul e Sudeste do Brasil (alemães, italianos, asiáticos e árabes). De Rocchi e Cosenza (2018), encontraram evidências da influência da cultura alemã na contabilidade praticada no livro Razão da empresa comercial H. Kettenburg & Co. Contudo, esse livro contábil, também, seguia os princípios da escola personalista de Giuseppe Cerboni, visando obter informações suficientes para a tomada de decisões sobre o negócio. Não obstante, acredita-se que ainda há muitas perguntas sem resposta e novas análises devem ser realizadas considerando outros aspectos econômicos, sociais e políticos da história do Brasil no período imperial-republicano, como, por exemplo, questões tributárias (impostos), monetárias (inflação), societárias (legislação) e gerenciais (orçamento e investimento).

REFERÊNCIAS

ADAMS, Carol; HOQUE, Zahirul; McNICHOLAS, Patty. Case studies and actions research. In: HOQUE, Zahirul (ed.), **Methodological Issues in Accounting Research: Theories, Methods and Issues**. Chapter 17, p. 361-373. London: Spiramus Press, 2006.

BERRY, Anthony J.; OTLEY, David T. Case-Based Research in Accounting. . In: HUMPHREY, Christopher & LEE, Bill H.K. (eds.), **The Real Life Guide to Accounting Research: A Behind the Scenes View of Using Qualitative Research Methods**. 1st Edition. Chapter 14, p. 231-256. London: Elsevier Science, 2004.

CARQUEJA, Hernani O. Mathieu de la Porte e a Ciência dos Negociantes (1704). **Pecunia**, n. 13, p. 97-134, julho-diciembre 2011. DOI: 10.18002/pec.v0i13.605.

CERBONI, G. **Genesi e sviluppo della logismografia**. Roma: Tipografia Elzeviriana, 1878a.

CERBONI, G. **Logismografia: Ricomposizione dei progetti e degli esempi proposti per introdurre la scrittura in partita doppia comune nella contabilità generale del regno d'Italia**. Roma: Stamperia Reale, 1878b.

CERBONI, G. **Primi saggi di logismografia presentati all' XI Congresso degli scienziati italiani in Roma**. [Séries: Dimensions of accounting theory and practice]. New York: Arno Press, 1980.

COSENZA, José Paulo; DE ROCCHI, Carlos Antonio; RIBEIRO, Carlos Alberto Campello. Los procedimientos contables de Casa Boris: especial referencia al libro mayor (1872-1886). **DE**

COMPUTIS Revista Española de Historia de la Contabilidad, n. 21, p. 104-136, Diciembre 2014a. DOI: 10.26784/issn.1886-1881.v11i21.40.

COSENZA, José Paulo; DE ROCCHI, Carlos Antonio; RIBEIRO, Carlos Alberto Campello. French Presence in Brazil in the Nineteenth Century: analysis of the accounting archives of Casa Boris in the period from 1872 to 1887. São Paulo. **Review of Business Management**, v. 16, n. 51, p. 223-256, 2014b. DOI: 10.7819/rbgn.v16i51.1651.

COSENZA, José Paulo; DE ROCCHI, Carlos Antonio; SILVA, Adolfo Henriques Coutinho; REZENDE, Amaury José. Marc Jacob - a French merchant who played an important role in Northeastern Brazil from 1881 to 1927. In: KOVALEV, Valery V.; SOKOLOV, Vyacheslav Ya; LVOVA, Dina A. (Eds.). **Accounting: View from the past into the future**. 1st ed. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University, p. 68-77, 2013.

COSENZA, José Paulo; DE ROCCHI, Carlos Antonio; RIBEIRO, Carlos Alberto Campello. Accounting procedures during the Brazilian Monarchical Period: the Ledgers of Boris Frères & Ltd. Co. [Working Paper] In: WORLD CONGRESS OF ACCOUNTING HISTORIANS, 13th, Newcastle. **Anal...** Newcastle, UK, 2012.

DE LA PORTE, Matieu. **La Science des Négocians et Teneurs de Livres**. Paris: Chiz Les Libraires Associés, 1769. [Consultado em fotocópia de exemplar]

DE ROCCHI, Carlos Antonio; COSENZA, José Paulo. Accounting in the brazilian monarchy period: extracts from the ledger book of H. Kettenburg & Co. **De Computis - Revista Española de Historia de la Contabilidad**, v. 15, n. 2, p. 68-93, diciembre 2018. doi: <http://dx.doi.org/10.26784>.

EISENHARDT, Kathleen M. Building theories from case-study research. **The Academy of Management Review**, v. 1, n. 4, p. 532-550, Oct. 1989. DOI: 10.2307/258557.

FLEISCHMAN, Richard K.; RADCLIFFE Vaughan. S. Divergent streams of Accounting History: a review and call for confluence. In: FLEISCHMAN, Richard K.; RADCLIFFE, Vaughan S. & SHOEMAKER, Paul A. (eds.). **Doing Accounting History: contributions to the development of Accounting thought**. [Studies in the Development of Accounting thought – Volume 6] Netherlands: JAI, p. 1-29, 2003.

FORTIN, Anne. France. In: CHATFIELD, Michael; VANGERMEERSCH, Richard. **The History of Accounting: An International Encyclopedia**. New York: Garland Publishing, 1998, p. 259-262.

FREITAS, Antônio de Pádua Santiago. **Estrangeiros e cultura capitalista no Ceará (1818-1916)**. In Anais do XXVI SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 26., São Paulo, julho 2011, p. 1-14.

Disponível em:

http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1307726228_ARQUIVO ESTRANGEIROSECUL TURACAPITALISTACEARANOSSECULOXIX-TEXTOCOMPLETO-ANPUH2011.pdf. Acesso em: 16 abr. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

GUBER, Rosana. **La Etnografía. Método, Campo y Reflexividad**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2001. Disponível em: <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/guber-r-2001-la-etnografia.pdf> Acesso em: 28 out. 2018.

HERNÁNDEZ-ESTEVE, Esteban. Spain. In: CHATFIELD, Michael; VANGERMEERSCH, Richard. **The History of Accounting: An International Encyclopedia**. New York: Garland Publishing, 1998, p. 546-548.

HOPWOOD, Anthony. Editorial: After 30 Years. **Accounting, Organizations and Society**, v. 30, p. 585-586, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2005.06.002>.

IUDÍCIBUS Sergio; RICARDINO FILHO, Alvaro Augusto. A primeira lei das sociedades anônimas no Brasil: lei nº 1.083 - 22 de agosto de 1860. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 29, p. 7-25, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1519-70772002000200001>.

JENCKS, W. B. Historical dates in Accounting. **The Accounting Review**, v. 29, n. 3, p. 486-493, Jul. 1954

MARTINS, A.L. Presença imigrante francesa no Brasil: entre visões do paraíso e mercado de trabalho. In: Vidal, Laurent; De Luca, Tânia Regina (Orgs.). **Franceses no Brasil séculos XIX-XX**. São Paulo: UNESP, p. 27-41, 2009.

MONTEIRO, Denise Mattos. **Casas comerciais francesas no Brasil e na América Latina do século XIX**: fontes para pesquisa histórica. Coyoacán. *América Latina en la Historia Económica*, v. 9, p. 55-63, 1998. Disponível em: <http://alhe.mora.edu.mx/index.php/ALHE/article/view/218/281>. Acesso em: 17 abr. 2018.

QUEIROZ, Teresinha de Jesus Mesquita. **Os literatos e a república**: Clodoaldo de Freitas, Higino Cunha e as tiranias do tempo. Teresina: EDUFPI, 1998.

REGO, Junia Motta Antonaccio Napoleão do. **Dos sertões aos mares**: história do comércio e dos comerciantes de Parnaíba (1700-1950). 2010. Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal Fluminense (PPGH), Niterói: UFF, 2010.

ROCHA, Leandro Mendes; GANDARA, Gercinair Silvério. A presença francesa no Piauí do século XIX. Goiânia. **Revista da Faculdade de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás**, v. 14, n. 1, p. 291-309, 2009.

RODRIGUES, Alberto Almada. História da profissão contábil e das instituições de ensino, profissionais e culturais da ciência contábil no Brasil. **Revista Paulista de Contabilidade**, n. 469, 1986.

RYAN, Bob; SCAPENS, Robert W.; THEOBALD, Michael. **Metodología de la investigación en finanzas y contabilidad**. Barcelona: Ediciones Deusto, 2004.

SÁ, Antônio Lopes de. **História geral da contabilidade no Brasil**. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2008.

SÁ, Antônio Lopes de. Procedimentos contábeis no Século XIX: O livro de contas de Manoel de Sousa Guedes de Itabira. **DE COMPUTIS Revista Española de Historia de la Contabilidad**, n. 12, p. 3-17, Junio 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.26784/issn.1886-1881.v7i12.123>.

SCAPENS, Robert W. Doing Case Study Research. In: HUMPHREY, Christopher & LEE, Bill H.K. (eds.), **The Real Life Guide to Accounting Research: A Behind the Scenes View of Using Qualitative Research Methods**. 1st Edition. Chapter 15, p. 257-280. London: Elsevier, 2004.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **História da Contabilidade: Foco na Evolução das Escolas do Pensamento Contábil**. São Paulo: Atlas, 2008.

SCHNEIDER, Dieter. Germany. In: CHATFIELD, Michael; VANGERMEERSCH, Richard. **The History of Accounting: An International Encyclopedia**. New York: Garland Publishing, 1998, p. 278-280.

SILVA, Adolfo Henriques Coutinho; REZENDE, Amaury José; DALMÁCIO, Flávia Zóboli; COSENZA, José Paulo. Accounting Practices Concerning the Boris Family Business in Brazil: 1882-1896. **The Accounting Historians Journal**, v. 47, p. aahj-17-008, 2019. <https://doi.org/10.2308/aahj-17-008>

TAKEYA, Denise Monteiro. **Europa, França e Ceará: origens do capital estrangeiro no Brasil**. Natal: Editora Universitária UFRN, 1995.

TAKEYA, Denise Monteiro. O capital mercantil estrangeiro no Brasil do século XIX: a atuação da Casa Boris Frères no Ceará. **Revista de Ciências Sociais**. Fortaleza, v. 25, n. 1 e 2, p. 111-145, 1994.

TOLBERT, P.S.; ZUCKER, L.G. A instrumentalização da teoria institucional. In: CLEGG, S.R.; HARDY, C.; NORD, W.R. (Orgs.). **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.

TORRECCHIA, P.; YAMEY, B. Giuseppe Cerboni: accounting theorist and practitioner. In: LIPARE, Claudio (ed.) **Papers on Accounting and Accounting History**. Rome: Rirea, 2012, p. 263-272,

VIDAL, Laurent; DE LUCA, Tânia Regina [Orgs.] **Franceses no Brasil séculos XIX-XX**. São Paulo: UNESP, 2009.

VLAEMMINCK, Joseph-H. **Histoire et doctrines de la comptabilité**. [Copyright by Éditions du Treurenberg, Bruxelles et l'Auteur] Paris: Dunod, 1956.

YIN, R.K. **Case Study Research and Applications: Design and Methods**. 6th Revised edition. Thousand Oaks, United States: SAGE Publications Inc., 2018.