

Guerra e comércio: a crise das firmas alemãs na Bolívia, 1939-1945

Antonio Mitre*

Abstract

The purpose of this article is to evaluate the impact of the commercial blockade orchestrated by the State Department against German firms established in Bolivia during World War II.

Key words: commerce, blockade, German firms, Bolivia.

Resumo

O propósito deste trabalho é avaliar o impacto do bloqueio comercial orquestrado pelo Departamento de Estado contra firmas alemãs estabelecidas na Bolívia durante a Segunda Guerra Mundial.

Palavras-chave: comércio, bloqueio, firmas alemãs, Bolívia.

O tema

O objetivo do trabalho é determinar, a partir das fontes norte-americanas, o impacto da ofensiva dirigida entre 1939 e 1945 pelo Departamento de Estado contra firmas comerciais alemãs estabelecidas na Bolívia destacando, no transcurso da análise, os dilemas que surgiram entre as dimensões pública e privada do enredo.¹ Antes, faremos um breve excursão sobre o desenvolvimento do comércio alemão no continente, particularmente na re-

* Professor do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais. Doutor em História pela Columbia University, New York.

¹ Tais firmas não eram filiais de empresas comerciais estrangeiras. Elas foram fundadas por cidadãos alemães que se estabeleceram na Bolívia.

gião do Pacífico sul, atentando para a dinâmica de sua expansão até a Primeira Grande Guerra. Logo, passaremos a considerar os elementos em que se sustentou a hegemonia então alcançada pelas casas teutônicas no comércio do país andino e o quadro de circunstâncias que as levou a se articular a empresas norte-americanas na fase de entre guerras –peça chave do conflito que é o tema central deste artigo.

As bases da expansão comercial alemã

Durante o período 1880-1914, o comércio das principais potências industriais –Grã Bretanha, Alemanha e Estados Unidos– com os países sul-americanos cresceu vertiginosamente. Se bem que todas aumentaram muito suas compras de matérias primas, somente as exportações germânicas observaram um crescimento significativo, enquanto a venda de manufaturas americanas manteve-se estacionária e as britânicas, de fato, declinaram.² A posição relativa que esses países ocuparam no comércio da região não pode ser explicada por fatores econômicos vinculados à esfera produtiva –diferença de custos, avanço tecnológico etc. Na verdade, foram variáveis de ordem sócio-cultural e política envolvidas na estratégia mercadológica adotada por cada uma dessas potências as que melhor dão conta das diferenças no desempenho. A validade dessa afirmação pode ser melhor aferida observando as pautas de inserção do comércio alemão nas economias do Pacífico sul-americano –Chile, Peru e Bolívia, sobretudo– com referência à indústria têxtil. Isto se deve a duas razões de fundo: por um lado, o surgimento, na fase imperialista, do Pacífico sul-americano como um espaço, do ponto de vista comercial, verdadeiramente aberto, neutro, altamente internacionalizado e concorrencial; por outro, a existência de um relativo empate no grau de desenvolvimento da indústria têxtil das potências centrais aqui consideradas. Ambos os pontos merecem ser explicitados.

É sabido que, ao longo da segunda metade do século XIX, o eixo dos interesses estratégicos da Grã Bretanha foi gradualmente sendo deslocado do Atlântico Norte para o Oceano Índico. A partir de então, a rivalidade secular entre britânicos e norte-americanos veio a ser substituída pelo reconhecimento tácito de zonas de influência. A posta em marcha dessa política redundou, entre outras coisas, no abandono gradual do Caribe por parte dos primeiros, o que deixou campo aberto para o pleno exercício da hegemonia *yankee* naquela região. O processo, que se inicia por volta de 1850, consolida-se com a retirada da frota inglesa do Caribe em 1898 e

² León Bieber, *Las Relaciones Económicas de Bolivia con Alemania, 1880-1920*. Berlín: Coloquium Verlag, 1984, p.83

³ Ciro Flamarion Cardoso e Héctor Pérez Brignoli, *História Econômica da América Latina*, tradução Fernando Antonio Faria. Rio de Janeiro: GRAAL, 1983, p. 254.

culmina com o tratado Hay-Paucenfote de 1901, considerado "o último *round* de um confronto que é substituído, cada vez mais, por uma estreita aliança".³ Duas conseqüências relacionam-se com o problema que nos ocupa. De um lado, com a nova orientação externa do Reino Unido, assumiram importância estratégica e econômica o Pacífico sul (Austrália e Nova Zelândia) e o Atlântico meridional. Por outra parte, os Estados Unidos, que até então tinham trabalhado em distintas frentes, começaram a concentrar esforços no México e América Central. Um indicador do caráter radical dos deslocamentos apontados é o fato de que entre 1880 e 1913, a Argentina sozinha passou a fornecer, aproximadamente, 35% das compras realizadas pela Grã-Bretanha na América Latina, enquanto Cuba e México foram responsáveis por 40% das importações que os Estados Unidos efetuaram da região.⁴

A partir de tais movimentos e redefinições, os mercados menores do Pacífico sul-americano –que não estavam sob a hegemonia comercial de nenhuma potência, pelo menos na mesma magnitude de outros países– despontaram como espaços abertos, internacionalizados e mais competitivos e, portanto, como uma opção atraente para as manufaturas de potências emergentes que, como a Alemanha, chegavam tarde para o banquete colonial.⁵ Mas esses espaços representam tão somente a oportunidade de competir; o sucesso será função de aptidões específicas. E isto nos leva à segunda questão: avaliar até que ponto o grau de desenvolvimento tecnológico da indústria têxtil foi o fator responsável pelo crescimento relativo das exportações dos países centrais.

A respeito cabe destacar, de início, a importância dos próprios mercados centrais na luta comercial em que se envolvem as potências ao finalizar o século. Para se ter uma idéia de sua força, basta recordar que um terço do intercâmbio mundial do período 1880-1913 processou-se entre os países mais desenvolvidos do Ocidente e que a estratégia destes contemplou, como objetivo precípua, a inserção, defesa e expansão de seus interesses em ditos espaços.⁶ A primeira conseqüência que se infere de tal fato é que a exploração dos nichos mercantis da periferia deverá ser compatível com o desenvolvimento que se observa nos mercados metropolitanos e ser levada a cabo dentro dos limites estabelecidos pelo dinamismo central – nada de muito diferente do que acontece hoje.

³ Charles Jones, *El Reino Unido y América: Inversiones e Influencia Económica*. Madrid: Editorial MAPFRE, 1992, p. 51-54, e Cardoso e Brignoli, *op. cit.*, p. 250 e 252.

⁴ D.C.M. Platt, *Latin America and British Trade, 1806-1914*. New York: Harper & Row Publishers, Inc., 1973, p.119.

⁵ Um exemplo específico e significativo: a metade das exportações de fio de Lancashire é comprada pela Alemanha. Ademais, quase um terço da produção manufatureira das grandes potências industriais da Europa, que chegou a duplicar durante essa fase, foi consumido dentro da própria região. John C. Brown, "Imperfect competition and Anglo-German Trade Rivalry: Markets for Cotton Textiles before 1914", *The Journal of Economic History*, vol. 55, nº 3, September 1995, p. 506-7 e 497.

Pois bem, durante muito tempo prevaleceu a explicação de que as manufaturas britânicas –destinadas, em sua maior parte, a populações de grande tamanho e baixo poder aquisitivo (China, Índia)– perderam espaço nos grandes centros consumidores porque as fábricas desse país não tinham se renovado e, até a primeira década do século XX, continuaram produzindo com máquinas e instrumentos característicos da Primeira Revolução Industrial. Defasada na atividade que fora o sustento de sua glória primigênia, a Grã-Bretanha despertaria muito rapidamente para uma amarga realidade: enquanto suas vendas de gêneros se duplicaram entre 1880 y 1913, as da Alemanha haviam-se triplicado no mesmo período. A tecnologia seria o fator responsável pela diferença, decantada, naturalmente, em custos e preços competitivos. Dado que a mesma tese, enroscada na variável tecnológica, foi proposta para explicar o êxito da Alemanha nas regiões periféricas –as economias do Pacífico inclusive– convém que nos detenhamos para avaliá-la à luz de investigações recentes.

Estudos concentrados na indústria têxtil da Alemanha mostram que, pelo menos até 1913, ela não se encontrava melhor equipada do que a de suas congêneres e que sua produção era, ao contrário, dispendiosa. E sem embargo, foi sobre essa base que aquele país chegou a ser o segundo exportador mundial de tecidos de algodão. Considerando que a expansão se deu, em grande parte, sobre parcelas do sofisticado mercado europeu, cabe indagar, então, como se conseguiu, com tais armas, tamanha conquista. Difícil atinar com a saída quando, comparando custos e distribuição de fatores, ela é procurada apenas na esfera produtiva. Promete mais o caminho que orienta nossa atenção para a estrutura da demanda. A análise dos padrões de consumo nos mercados centrais revela que, durante o período em questão, estava tendo lugar uma revolução silenciosa entre os segmentos de médio e alto poder aquisitivo, os quais valorizavam, cada vez mais, a variedade e o gosto pela diferença. Desde essa perspectiva, o produtor que colocava no mercado somente um ou dois tipos de tecido estampado, por exemplo, perdia para quem podia oferecer uma gama maior de opções na mesma linha de artigos, ainda que fossem um pouco mais caros. E aí parece estar uma das chaves para entender o avanço das manufaturas alemãs nos mercados do centro e da periferia. A indústria britânica, com uma estrutura fortemente centralizada, estava preparada para produzir em massa e a baixo preço duas ou três variações de um mesmo produto. Se bem que essa padronização da mercadoria fosse suficiente para satisfazer, com vantagem, a demanda de seus grandes domínios e de uma parte de seu mercado doméstico, reduzia as chances de que pudessem ser ocupadas as fatias de consumo mais ricas,

onde se valorizava a diversidade. As fábricas americanas, por seu lado, apoiadas na dimensão continental de sua clientela interna, acusavam pouca sensibilidade e quase nenhum interesse em saber o que se queria no exterior.⁷ Em câmbio, a indústria têxtil da Alemanha –bloqueada nas áreas sob controle de potências colonialistas e com um mercado interno bastante reduzido– dependia dos espaços livres, sobretudo dentro dos países industriais, para prosperar. E foi ali que primeiro desenvolveu um invejável olfato para captar as preferências dos segmentos de consumo sofisticado e, logo, apontar suas armas em direção ao alvo. Essa tarefa era encomendada aos agentes comerciais, enviados pelas próprias fábricas para realizar um trabalho pormenorizado e constante levando catálogos e amostras, anotando pedidos e reclamações e, enfim, promovendo ajustes de modo a adequar a idéia e o cálculo abstratos às condições concretas dos mercados que visitavam. A importância dessa instituição, através da qual a indústria germânica reconhecia as particularidades dos mercados locais, foi amplamente comentada pelos rivais. Um informe consular britânico dizia a respeito:

*Whereas English shippers relied upon orders from local merchants and agents in a few larger countries, German firms became well known for sending out "large numbers of commercial travelers". Usually, "good linguists" who "would cater the buyer's taste as to marking, packing, etc. These buyers were willing to take order considered small by British standards."*⁸

Claro que a flexibilidade necessária para satisfazer essas fatias do mercado era retirada pela indústria alemã do caráter descentralizado de sua estrutura. Engana-se, pois, quem pensa que o atendimento a demandas idiossincráticas representava um atraso. Ao contrário, já vimos que era esse precisamente o padrão assinalado pelos mercados centrais.

Pois bem, a mesma vantagem comparativa de que a Alemanha gozava nas áreas de consumo sofisticado lhe será de grande valia no momento de conquistar os mercados abertos e neutros de países menores –isto é, daqueles cujo comércio não estava sob o domínio ou a proteção de outras potências. Nessa classe situavam-se algumas economias da Europa e da

⁷ Brown, *op. cit.*, p. 512

⁸ Citado por Brown, *op. cit.*, p. 512.

América Latina que, em conjunto, configuravam um arquipélago de demandas idiossincráticas de considerável volume. A indústria germânica, já preparada nos mercados de monta para detectá-las e atender a esse tipo de consumo, aplicará os mesmos instrumentos para avançar nos pequenos e, dentro de certos limites, conseguirá fazê-lo. Assim, enquanto as firmas americanas vendem fora o que lhes sobra e as inglesas concentram-se nos mercados pantagruélicos de baixo poder aquisitivo, a indústria alemã de tecidos estará disposta a aceitar a carga que os custos fixos associados à produção em pequena escala representam em troca do alto valor que os consumidores atribuem aos artigos que se ajustam a suas preferências.⁹

Outra alavanca que impulsionou o processo que vimos descrevendo foi o Banco Alemão Transatlântico, sucursal do Deutsche Uberseeische Bank, que manteve durante mais tempo escritórios em vários países da região, inclusive na Bolívia, onde abriu uma agência central em La Paz, sucursal em Oruro e representações em quase todas as cidades da República.¹⁰ Essa instituição não apenas ofereceu condições técnicas e financeiras ao comércio senão que pode, através de sua política de créditos, promover os negócios de seus conterrâneos e induzir, simultaneamente, a compra de produtos alemães, colocando cláusulas restritivas em seus contratos.¹¹ As reservas de capital da casa central –Deutsche Uberseeische Bank– giravam em torno de 37 milhões de marcos-ouro, ou seja 9.125.000 de dólares, e tinha escritórios na Argentina, Brasil, Chile, Espanha, Peru e Uruguai.¹²

Acrescente-se a isto o serviço regular de duas companhias marítimas –Hamburg Pacific e Kosmos– o impacto dos fluxos migratórios que se processam naquela época, assim como as forças de atração que se originam nas condições locais, e se terá um quadro completo da infra-estrutura que sustentou o avanço do comércio alemão e a hegemonia das firmas controladas por cidadãos daquele país nas economias do Pacífico sul-americano antes da Primeira Guerra Mundial.

A trajetória do comércio alemão na Bolívia, ajusta-se claramente a essa pauta descrita. Pouco antes de 1914, as manufaturas germânicas ti-

⁹ Brown, *op. cit.*, p. 513.

¹⁰ W.L. Schurz, *Bolívia: A Commercial and Industrial Handbook*. Washington: Government Printing Office, 1921, p.248.

¹¹ Platt, *op. cit.*, p. 279.

¹² Jorge Aprile y Mario Krauss, (orgs.). *El progreso alemán en América Latina*. Tomo I: Chile y Bolivia. Buenos Aires: Editorial Rio de La Plata, 1928, p.802.

nham conseguido igualar, e em alguns momentos até superar, o desempenho britânico. Firms em mãos de cidadãos alemães, apoiadas financeiramente pelo Banco Alemão Transatlântico, conseguiram não só se viabilizar mas assumir o controle do comércio de importação e exportação do país andino. A própria composição da Câmara de Comércio fora, durante décadas, um reflexo fiel de seu domínio naquele setor.¹³ O alcance das firmas germânicas era verdadeiramente nacional e, se bem que a maioria operava nas grandes cidades, houve várias que, com sucursais em mais de um distrito, levaram seu comércio ao interior das províncias e até a remotas aldeias do Oriente – e nisto, além de pioneiras, foram praticamente as únicas.

O curso ascendente dos negócios alemães foi interrompido pela guerra de 14. Durante o conflito bélico e no período de entre guerras, as exportações germânicas à Bolívia declinaram visivelmente e só conseguiram recuperar-se na década de trinta quando, uma vez mais, ultrapassaram as da Grã Bretanha, situando-se no segundo lugar. As casas comerciais alemãs, no entanto, conseguiram, na sua maior parte, sobreviver ao bloqueio e rapidamente recuperaram sua posição hegemônica no comércio boliviano do pós-guerra. Mas, desta vez, numa função paradoxal: isto é, desempenhando o papel de agências de representação e consignação de companhias norte-americanas. Foi por esse conduto, ativo até 1939, que a produção industrial dos Estados Unidos continuou expandindo-se no mercado andino. A articulação funcionou tão bem que, quando sobreveio o segundo holocausto, várias empresas americanas resistiram o quanto puderam às pressões para desfazer-se de seus velhos intermediários. É essa a trama que passaremos a estudar.

Tempo nublado: o bloqueio comercial

Se bem que os americanos não entraram formalmente no conflito até 7 de dezembro de 1941, atuaram desde um princípio com base no suposto de que cedo ou tarde acabariam envolvidos pelo vendaval bélico. Investigações sobre a situação das firmas alemãs na América Latina começaram a ser realizadas, em sintonia com os ingleses, pelo menos um ano antes de Pearl Harbor. As burocracias em geral carecem de memória e, quando a tem, encontra-se soterrada sob montanhas de papel e uma fina camada de pó. Só assim se explica por que os primeiros resultados obtidos na Bolívia causaram espanto: das dezoito firmas comerciais de maior porte, doze eram alemãs, três bolivianas, uma americana, outra britânica e uma última italiana (quadro 1). Ainda mais, cerca de 70% das vendas no atacado de produtos importa-

¹³ Apenas em 1940 o elemento boliviano conseguiria o controle da instituição, assumindo, além da presidência, seis dos onze assentos do conselho diretor. As restantes foram ocupadas por três alemães, um judeu-alemão nacionalizado boliviano e um espanhol.

dos e uma proporção significativa no varejo processavam-se através dos estabelecimentos teutônicos.

Quadro 1	
Grandes firmas comerciais na Bolívia, 1940	
Firma	Origem dos proprietários
Kyllmann, Bauer & Cia.	alemão
Juan Elsner & Cia.	alemão
Schweitzer & Cia.	alemão
Zeller, Mozer & Cia.	alemão
C. F. Gundlach	alemão
Bernardo Elsner & Cia.	alemão
Harjes (repr. de Mitsui)	alemão
Albrecht	alemão
Quidde & Cia.	alemão
Schilling	alemão
Stephan & Cia.	alemão
Sickinger & Cia.	alemão
Jorge Saenz & Sons	boliviano
Palacios & Cia.	boliviano
Portillo & Cia.	boliviano
W. R. Grace & Cia.	americano
Duncan, Fox	inglês
Cattoretti	italiano

Fonte: RG 59, Consular Trade Reports. La Paz, 1940, "Predominance of German Firms in Bolivia Wholesale and Retail Trade", from Douglas Jenkins, October 9, 1940, p. 2. Ver também o apêndice 7.

A poucos meses de começar o conflito, as exportações da Alemanha aos países da América Latina caíram drasticamente. Em função desse fato, informes produzidos nos Estados Unidos indicavam uma clara tendência ao fechamento e à liquidação dos estabelecimentos teutônicos que operavam por todo o continente. Não era exatamente o que sucedia na Bolívia, onde as firmas conseguiram, no início, compensar a queda de seus estoques através da introdução de artigos do Japão, Suíça e Itália.¹⁴ Mas o fornecedor principal estava muito mais próximo. Fazia tempo que os estabelecimentos alemães não só se abasteciam nos Estados Unidos senão que, em vários casos, exerciam a representação de importantes companhias desse país. O dilema estava colocado:

¹⁴ R G 59. Consular Trade Reports, Allan Dawson, "Supposed Liquidation of Assets by German Houses in South America", La Paz, May 29, 1940.

como conciliar os imperativos políticos do momento com os interesses econômicos de longo prazo, sobretudo, quando havia suspeitas de que algumas colaboravam ativamente com o inimigo? Com o fim de conhecer o alcance da aliança, os funcionários da legação em La Paz efetuaram o primeiro inventário das casas comerciais que funcionavam como agências consignatárias de companhias americanas (quadro 2). O passo seguinte foi identificar as “firmas inde-

Quadro 2

Principais firmas alemãs que exerciam a representação de companhias americanas na Bolívia (1940-42)

Firma	Representação
C.F. Gundlach	General Motors
C.F. Gundlach	Tidewater Oil Co.
C.F. Gundlach	Decca Records
C.F. Gundlach	U.S. Rubber Co.
C.F. Gundlach	Dupont de Namours Co.
C.F. Gundlach	J.I. Case Co. Inc.
H. Harjes	Hewitt Soap Co.
H. Harjes	The American Export Paper
H. Harjes	Hans Brothers Foodstuffs
Kyllmann Bauer & Cia.	Sun Flame Appliances, N.J.
Kyllmann Bauer & Cia.	Sun Oil Co.
Linale & Weiss	Goodrich Co., Akron-Ohio
Schwartzenberger	Kirsch Co., Michigan
Schwartzenberger	Eberhardt Faber Co.
Sickinger & Co.	Texaco
Zieriacks, Becker & Co.	Phillips Milk of Magnesia
Zieriacks, Becker & Co.	RCA Victor

Fontes: RG 59. Consular Trade Reports, La Paz. "Anti-American Propaganda from German Sources Published in Bolivian Press", La Paz, August 3, 1940; "Representation of General Motors Export Corporation in Bolivia by C.F. Gundlach", March 5, 1941; "H. Harjes, a German Firm Representing American Interests in Bolivia", March 7, 1941; "Change in RCA-Victor Agent", March 13, 1941; "Undesirable Agencies Representing American Business Firms in Bolivia", May 11, 1941, p.1-11; "Representation of Tidewater Oil in Bolivia", April 21, 1941; "Visit of Goodrich Representative", February 28, 1941; "Activities of C.F. Gundlach", April 28, 1941; "Sickinger and Co. Agents in Bolivia for Texas Oil Co.", La Paz, May 27, 1941, p. 1-4.

sejáveis" para logo bloqueá-las através dos instrumentos clássicos: uma variedade de listas negras com distintas capacidades de produzir resultados – Enemy Trading List, Proclaimed List of Blocked Nationals, United States Freezing Order. As várias agências que trabalhavam na elaboração desses índices cote-

javam informações, sugeriam a inclusão ou corte de nomes, avaliando as evidências e o grau de ameaça. Em outubro de 1940, chegou ao país a comissão Douglas Lockwood que procedeu aos primeiros expurgos. A trama que envolveu cidadãos de várias nacionalidades – alemães, italianos, japoneses, espanhóis, iugoslavos, árabes e bolivianos – esteve pontilhada de truculências e atropelos, ainda que sempre houve quem fizesse o possível para evitá-los.

As firmas que inspiraram maiores cuidados foram precisamente as que acumulavam maior número de representações – em primeiríssimo lugar, a de Cornelius F. Gundlach, cujos vínculos com a General Motors Company dariam especial trabalho aos funcionários do Departamento de Estado. A trajetória deste empresário ilustra o trânsito em direção à articulação de companhias americanas e casas alemãs que se cristalizara em tendência durante o período de entre guerras. Gundlach chegou a Bolívia ao começar o século com a idade de 19 anos. Trabalhou primeiro como empregado do maior empresário mundial na exploração do estanho, Simón I. Patiño e, com ajuda financeira deste, conseguiu trabalhar depósitos de tungstênio que logo vendeu a seu credor. Aplicou o produto da operação no comércio e, ao iniciar-se a Primeira Guerra, já havia conseguido levantar uma pequena fortuna. As conexões com a General Motors Company (GMC) começaram em 1916, justamente quando o bloqueio imposto à Alemanha e as dificuldades de comunicação com a Europa obrigaram muitos estabelecimentos radicados na Bolívia a buscar fontes alternativas de abastecimento. Gundlach viajou, então, aos Estados Unidos e conseguiu a representação da companhia americana. Ao finalizar a década de 1930, a firma já empregava cerca de mil pessoas, entre balconistas, mecânicos, técnicos e administradores, e mobilizava um capital de 30 milhões de dólares.¹⁵ Concessionário de outras três grandes companhias e com sete filiais distribuídas nas principais cidades, ao eclodir o conflito bélico, Gundlach era um elo importante da rede de interesses americanos no país. Seus negócios fatalmente entrariam na mira dos funcionários do Departamento de Estado.

Entre as acusações dirigidas contra a firma estava o fato de que esta veiculava propaganda de produtos sob sua representação através de jornais de reconhecida simpatia pela causa alemã. A conclusão era óbvia e, naturalmente, embaraçosa: interesses americanos estariam financiando, sem saber, a “imprensa inimiga” e, claro, a campanha desatada contra os Estados Unidos pela mesma.¹⁶ Outra queixa referia-se ao comportamento discriminatório observado pelos estabelecimentos de Gundlach em relação

¹⁵ R G 59. Consular Trade Reports, “The Gundlach - General Motors Agency Case”, La Paz, September 18, 1941.

¹⁶ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Anti-American Propaganda from German Sources Published in Bolivian Press”, La Paz, August 3, 1940.

¹⁷ R G 89. Consular Trade Reports, La Paz, February 28, 1941.

a certos clientes, supostamente por motivos ideológicos.¹⁷ Sem embargo, a atitude seletiva, neste caso, parecia obedecer a uma estratégia de mercado antes que a critérios de afinidade política. De fato, as estações de serviço da firma negavam-se a atender a veículos que não fossem da marca GMC ou a fornecer peças a oficinas que ostentavam a representação local de outras fábricas, como era o caso da agência Chrysler de Palacios & Cia. e a da Oldsmobile, por exemplo.¹⁸ Dadas as reduzidas dimensões da demanda para esse tipo de artigos, os cuidados de Gundlach não podiam deixar de agradar à General Motors. Mas, para os funcionários do Departamento de Estado, preocupados com questões de segurança nacional e com a promoção do conjunto dos negócios norte-americanos, a prática era inaceitável e devia ser combatida.

A legação em La Paz recomendou, portanto, que a empresa norte-americana substituísse o quanto antes o representante de seus produtos na Bolívia.¹⁹ Mas uma coisa era o desejo das autoridades e outro o interesse da General Motors que não parecia estar particularmente preocupada com as atividades políticas de seus representantes sul-americanos. Repetidas vezes, a companhia encarregou-se de deixar claro que não considerava necessário mudar de agentes até que os Estados Unidos entrassem na guerra. Meses antes, a direção havia instruído a sucursal de Santiago para que fizesse uma visita à agência boliviana. Assim que Mr. E. C. Crowley chegou a La Paz, em dezembro de 1940, entrevistou-se com Gundlach e soube que Willy Grupp, sobre quem pendiam denúncias de participar na disseminação de propaganda alemã, já havia sido despedido. Mais ainda, a administração estabelecera regras estritas proibindo que seus funcionários conversassem sobre política nos recintos da empresa sob pena de demissão imediata. A GMC ficou satisfeita com o informe enviado por Crowley a Nova York e considerou suficientes as providências tomadas pela firma alemã. Para os funcionários do governo americano, no entanto, isso era muito pouco e assim o fizeram saber ao gerente de vendas da Companhia na América Latina, Mr. W. B. Sullivan, quando este esteve de passagem por La Paz, em fevereiro de 1941. Interpelado pelos funcionários da embaixada sobre a representação da GMC na Bolívia, Mr. Sullivan manifestou que, depois de haver estudado cuidadosamente os informes das legações americana e britânica e, apesar da inclusão de Gundlach na lista negra da última, a Companhia não estava disposta a reabrir o caso a não ser que algum percalço político chegasse a afetar suas vendas. Esta era a questão de fundo. No final das contas, a empresa americana não podia desco-

¹⁷ R G 59. Consular Trade Reports. "Activities of C.F. Gundlach", La Paz, April 28, 1941.

¹⁸ R G 89. Consular Trade Reports. February 28, 1941.

¹⁹ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, "Representation of General Motors Export Corporation in Bolivia by C.F. Gundlach", La Paz, March 5, 1941.

nhecer que a representação, levada a cabo durante “mais de 20 anos, com capacidade e responsabilidade” pela agência de La Paz, proporcionara bons negócios no país mineiro.²⁰ Demasiado bons, talvez. Entre os escândalos que comprometiam a imagem da GMC, o mais ruidoso envolvia a pessoa do coronel Moscoso, na época *attaché* militar da Bolívia em Washington. Este, por encargo do governo, havia realizado a compra de um lote de caminhões da General Motors a preços, dizia-se, super faturados. O episódio repercutiu de tal forma na Bolívia que a sigla GMC passara a significar na língua certa do povo “Gundlach, Moscoso e Companhia”.²¹ Nem quando a firma foi incluída na “Proclaimed List of Blocked Nationals”, a companhia americana fez algo para remover a seu agente em La Paz. Pelo contrário, em 12 de agosto de 1941, Mr. Alexander de Bottari, gerente da General Motors no Peru e supervisor dos negócios na Bolívia, comunicou à legação que sua companhia não tinha a intenção de substituí-lo. Os motivos levantados naquela oportunidade soavam a desafio: primeiro, como os cortes nas exportações de carros – provocados pela situação de emergência nos Estados Unidos – não permitiriam, no momento, cobrir a demanda do mercado boliviano, a empresa considerava melhor deixar as coisas como estavam; segundo, superado o problema, os vínculos com Gundlach poderiam ser reativados.²²

Assim, as autoridades americanas, que esperavam que as razões de Estado prevalecessem sobre as do mercado, desenganaram-se ao constatar que sucedia exatamente o contrário. A legação de La Paz voltou à carga reiterando as acusações contra todas as firmas recalcitrantes ante o “Coordinator's Office” que, desde Washington, articulava o programa de substituição de “agentes totalitários” no continente. A resistência da GMC em acatar a falha preocupava porquanto os estabelecimentos alemães interpretariam o fato como sinal de que as pressões da legação americana eram inócuas. Por outro lado, dada a ascendência da companhia, sua decisão poderia fazer com que outras representadas por Gundlach seguissem o mesmo caminho. Essa fora, precisamente, a impressão deixada pelos representantes da E. I. Du Pont de Namours & Company e da Tidewater Oil Company ao manifestar, em visita à embaixada, expectativa sobre os passos que a GMC pretendia dar e receio de que uma substituição de agentes ocasionasse perdas ou diminuição em suas vendas –sobretudo se o agente era Gundlach, cujo trânsito em esferas oficiais abria portas para negociar bons contratos com o governo boliviano.²³

De todas maneiras, a postura da General Motors não era majoritária.

²¹ R G 89, Consular Trade Reports. Charles Borrows, American, February 28, 1941.

²² R G 59, Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “The Gundlach Motor Agency Case”, La Paz, September 18, 1941.

Várias empresas preferiram aceitar as recomendações do Departamento de Estado e substituíram seus agentes ou dispuseram-se a estudar o problema. Por tratar-se de uma iniciativa estatal, a U. S. Rubber Company foi uma das primeiras a realizar a mudança de representante.²⁴ A RCA Victor considerou que a substituição podia ajudar a deter o avanço que os negócios da Philco haviam experimentado no país. Com esse fim, dois funcionários da empresa, Mr. J. Myles Regottaz, da sede em Camden, New Jersey, e Mr. E. M. Roberts, a cargo da oficina de Buenos Aires, passaram cerca de três semanas em La Paz analisando o estado da casa consignatária. Finalmente, chegaram à conclusão de que, “por razões patrióticas e econômicas”, melhor seria retirar o controle da agência de seus atuais detentores. Não obstante os protestos de fervor cívico, persistia a sensação de que em verdade faziam-no unicamente porque a firma Zierjacks, Becker & Cia. não havia conseguido até o momento levantar as vendas.²⁵ A B. F. Goodrich Company enviou a La Paz seu representante na América do Sul, Robert S. Middleman, para considerar a possibilidade de substituir seus representantes, Linale & Weiss.²⁶ O mesmo fez a Sun Oil Company, decidindo que fossem investigadas as atividades de Kyllmann, Bauer & Cia. –seu agente em La Paz.²⁷

Em todo caso, mesmo depois de aceitar de bom ou mau grado as sugestões das autoridades da embaixada, permanecia o problema de encontrar substitutos à altura dos estabelecimentos teutônicos. A tarefa não era nada fácil, sobretudo tendo em conta que as firmas anglo-saxônicas estabelecidas na Bolívia não representavam uma opção viável. No caso da Grace, por sua inoperância, a Duncan Fox e a MacDonald & Cia. porque tinham chegado ao limite de sua capacidade, atendendo tantas agências estrangeiras quantas podiam fazê-lo com um mínimo de eficiência. Por outra parte, passar o controle dos negócios a agentes inexperientes podia favorecer, a curto prazo, aos competidores. A legação em La Paz reconhecia esses perigos e trabalhou arduamente para superá-los. Em um primeiro momento, buscou alternativas locais: organizou um registro com o nome de empregados, estrangeiros e nacionais, que haviam desempenhado funções de gerência e administração nas grandes casas comerciais do país e

²³ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Representation of General Motors Export Corporation in Bolivia by C.F. Gundlach”, La Paz, March 5, 1941. R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Representation of Tidewater Oil in Bolivia”, La Paz, April 21, 1941.

²⁴ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Undesirable Agencies Representing American Business Firms in Bolivia”, La Paz, May 26, 1941, p.6.

²⁵ R G 59. Consular Trade Reports. “Change in RCA-Victor agent”, LA Paz, March 13, 1941.

²⁶ R G 59. Consular Trade Reports. Allan Dawson, “Visit of Goodrich Representative”, La Paz, February 28, 1941.

colocou-o à disposição das firmas interessadas em realizar mudanças. A bagagem de conhecimentos técnicos e empíricos que essas pessoas haviam acumulado através de longa experiência era um recurso que assumia um valor enorme ante as novas condições do mercado. A U. S. Rubber Company utilizou-se desse expediente para passar o controle de sua agência às mãos do espanhol José M. Flores.²⁸ A RCA Manufacturing Company, depois de estudar uma lista de dez substitutos possíveis, decidiu-se por Fernando de Castro, cidadão chileno que fora gerente da Duncan, Fox & Cia. Ltda. A transferência neste caso veio acompanhada de uma injeção de capitais fornecidos por Julio Zavala, boliviano, e pela senhora Bennett de Vescovi, britânica casada com boliviano.²⁹ Quando Henry R. Webel, *manager* da Divisão de Exportações da Bosford Company de Nova York, visitou o consulado para tratar da representação da Tidewater Oil Company, recebeu a relação de duas ou três firmas que seriam, na opinião dessa representação, agentes confiáveis.³⁰

Tais medidas, se bem que podiam dar solução a situações tóxicas, não permitiam uma renovação completa das agências do setor e muito menos assegurar o domínio dos interesses americanos no pós-guerra. A estratégia para alcançar tais objetivos contemplaria dois momentos. Primeiro, a formação de novas firmas bolivianas e o fortalecimento das já existentes; mais tarde, promover-se-ia o estabelecimento de casas comerciais americanas que passariam a exercer a representação de empresas daquele país.³¹ Ao fim e ao cabo, a temporada de caça ao inimigo abria oportunidades que deviam ser aproveitadas para fazer avançar interesses próprios. A essa tarefa dedicou-se o consulado em La Paz. Durante o ano fiscal de 1941, essa repartição atendeu a 74 representantes de companhias estadunidenses que se apresentaram para obter, entre outras coisas, informações sobre os espaços que o "programa de substituição de agentes indesejáveis" detectara na Bolívia. Ao mesmo tempo, respondeu a 506 consultas relativas ao comércio com os Estados Unidos, das quais 89% efetuadas por americanos e o resto por bolivianos. Em menos de doze meses, inauguraram-se dez agências e outras vinte foram substituídas com a ajuda direta de dita legação. O valor dos negócios realizados pelos novos estabelecimentos foi estimado

²⁷ R G 59. Consular Trade Reports. "Representation of Tide Oil in Bolivia". La Paz, April 21, 1941.

²⁸ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, "Undesirable Agencies Representing American Business Firms in Bolivia", La Paz, May 26, 1941, p.6.

²⁹ R G 59. Consular Trade Reports. Allan Dawson, "Change in RCA-Victor Agent", La Paz, March 13, 1941.

³⁰ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, "Representation of Tidewater Oil in Bolivia", La Paz, April 21, 1941.

³¹ Dado que ambos os fins exigiam o apoio de instituições financeiras dispostas a conceder crédito e ânimo aos novos negócios, a ausência de um banco americano continuava sendo um obstáculo. R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, "Predominance of German Firms in Bolivian Wholesale and Retail Trade", La Paz, October 9, 1940.

em um milhão de dólares. Uma única firma, a Webster & Ashton, que obteve a representação da Allied Metal Products and Supplies, Inc. de Nova York, conseguiu fechar contratos num valor de 100.000 dólares. Ao mesmo tempo, cerca de dezenove comerciantes bolivianos realizaram transações nos Estados Unidos por um montante de 160.000 dólares. Como resultado de todas essas iniciativas, as exportações dos Estados Unidos à Bolívia em 1940 experimentaram um aumento de 10.500.000 dólares sobre o ano anterior.³²

Ainda assim, o cerco às "firmas inimigas" continuou enfrentando, por algum tempo, dificuldades de distinto tipo. O bloqueio, ademais de afetar negócios bolivianos, impactava o conjunto da economia do país, despertando na opinião pública sentimentos antiamericanos. Em várias oportunidades, setores da oposição levantaram críticas à atitude submissa do governo frente aos desígnios do State Department e exigiram a defesa dos interesses nacionais. Em vista da publicação da "List of Blocked Nationals", em julho de 1941, um grupo de deputados interpelou o ministro de relações exteriores sobre as providências que sua pasta estava tomando para proteger os estabelecimentos bolivianos prejudicados pela disposição. As gestões realizadas pelo governo tiveram um êxito relativo: duas firmas foram retiradas da relação e lhes foi prometido que brevemente seriam os jornais "La Calle" e "Inti" assim como a "Cervecería Boliviana Nacional". O atendimento desse tipo de demandas dependia de um cálculo dos riscos –riscos esses que as autoridades norte-americanas avaliavam em comum acordo com os agentes da Foreign Office.³³

Era necessário estimar, entre outras coisas, as conseqüências do bloqueio comercial sobre a economia boliviana. A tarefa exigia especial cuidado no ramo de ferragens que, por um lado, achava-se sob o controle de cidadãos de origem teutônica e, por outro, era de vital importância para a indústria mineira. Antes da guerra, a maioria das casas comerciais obtinham seus produtos de Europa e particularmente de Alemanha. Interrompida a comunicação com as fontes tradicionais por causa do conflito, o desabastecimento tornou-se agudo e teve reflexos imediatos sobre a atividade extrativa. O fornecimento passou, então, a depender de umas poucas firmas alemãs que realizavam suas compras nos Estados Unidos. Quando, em julho de 1941, foram divulgadas a "United States Freezing Order" e a "List of Blocked Nationals", começou o dilema. Enquanto a publicação da "British Statutory List" não havia produzido transtornos de monta, a das outras duas acertou em cheio as casas teutônicas que recebiam grande parte

³² R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Annual Administrative Report on Consular Activities in Bolivia on Behalf of American Trade Interests During the Fiscal Year Ended June 30, 1941", La Paz, October 29, 1941.

³³ R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Economic Background Report", La Paz, October 6, 1941, p.4.

de suas importações dos Estados Unidos.³⁴ Entre as firmas afetadas estava a casa de ferragens Findel de Oruro que, desde a década de 30, abastecia-se nos Estados Unidos e era “a única na Bolívia que mantinha um estoque completo de ferramentas e utensílios para a mineração”.³⁵ Persistir no veto significava aprofundar a crise do setor estratégico da economia nacional. A prudência recomendava, neste caso, que se passasse por alto o bloqueio de dita empresa até que a política de estímulo ao desenvolvimento de estabelecimentos nacionais desse seus primeiros resultados.³⁶ Do mesmo modo, a substituição de Gundlach como representante da GMC devia realizar-se de forma a não prejudicar os interesses de bolivianos. Neste caso, sugeria-se a nomeação imediata de um novo agente, não só pela necessidade de prover de peças de reposição a grande quantidade de automóveis e caminhões “GM” que circulava no país, muitos dos quais de propriedade do governo, como também para evitar o desemprego entre os trabalhadores da empresa, cujo número, como já vimos, ultrapassava o milhar.³⁷

Por sua parte, as próprias firmas alemãs encontraram formas de burlar o bloqueio, ao menos por um tempo. O artifício mais utilizado foi o de registrar a empresa com um nome novo. A Trepp & Cia. passou a chamar-se “Almacenes Bolivianos”. A Findel ressuscitou um antigo vínculo para continuar realizando suas compras em Nova York sob a denominação de “Borgolte-Gillespie & Cia”.³⁸ Outro expediente do que se lançou mão para importar mercadorias norte-americanas foi a figura do “palo blanco” ou testa de ferro, papel desempenhado em sua maior parte por empregados, às vezes sem seu conhecimento ou consentindo, quem sabe, sob pressão dos donos das firmas bloqueadas.

Por último, algumas instituições americanas contribuíam, inadvertidamente, para que os interesses alemães na Bolívia conseguissem furar o bloqueio. O National City Bank de Nova York, por exemplo, era um elo através do qual algumas firmas concretizavam a venda de minerais a companhias japonesas e financiavam, simultaneamente, suas importações. Os dólares necessários para esse fim eram obtidos por meio de um simples

³⁴ R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, “Economic Effects of Freezing Order and The Proclaimed List of Blocked Nationals”, La Paz, December 4, 1941, p. 2-3.

³⁵ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Undesirable Agencies Representing American Business Firms in Bolivia”, La Paz, May 26, 1941, pp.1-6.

³⁶ Segundo o consulado americano, não se percebia nenhum esforço, por parte de bolivianos ou indivíduos de outras nacionalidades, para ocupar o espaço deixado pelas firmas bloqueadas, sobretudo no setor de ferragens. Considerava que essa incapacidade podia ter efeitos perversos na economia do país. R G 59. Consular Trade Reports. Alden J. Hiern, “Economic Background Report”, La Paz, October 31, 1941.

³⁷ R G 59. Consular Trade Reports. “The Gundlach-Motors Agency Case”, La Paz, Sept. 18, 1941.

³⁸ R G 59. Consular Trade Reports. Douglas Jenkins, “Undesirable Agencies Representing American Business Firms in Bolivia”, La Paz, May 26, 1941, p.3-5.

subterfúgio. A quantidade de divisas que, por lei, as casas alemãs deviam entregar ao Banco Minero, em vez de converter-se em bolivianos, transformava-se, a pedido das mesmas, em licença de importação de produtos da Argentina.³⁹ O Banco Minero, por sua vez, pagava os exportadores do Prata em dólares transferidos através do National City Bank de Nova York. Que esta via funcionou bem por algum tempo, parece indicar o aumento súbito que as importações provenientes da Argentina entre 1940 e 1941 experimentaram.⁴⁰ Em outra direção, o contato se realizava por intermédio do Banco Popular de Lima que mantinha vínculos com bancos japoneses, sobretudo com o One Hundredth Bank Ltda. de Yokohama. A instituição peruana realizava transferências de fundos de firmas estabelecidas na Bolívia para o Japão e vice-versa. Dessa forma, as companhias asiáticas podiam comprar minerais e, ao mesmo tempo, realizar a venda de produtos manufaturados. Parte dessas transações, aquela que envolvia dólares, efetuava-se iludindo o congelamento de fundos japoneses nos Estados Unidos.⁴¹

Último ato: as conseqüências do bloqueio comercial

Apesar de tudo, a sobrevivência dos interesses alemães na Bolívia fez-se cada vez mais difícil à medida que o cerco dos aliados foi-se fechando, tanto no plano interno como internacional. O primeiro alerta de que as coisas não iam bem foi dado pelo próprio Banco Alemão Transatlântico de Lima, em janeiro de 1941, ao declarar que não receberia cheques em dólares para crédito. O Banco tomou essa medida porque temia que seus fundos nos Estados Unidos fossem congelados. A notícia teve um forte impacto na Bolívia, particularmente entre os comerciantes alemães que mantinham contas na sede de Lima, por cujo intermédio realizavam o pagamento das mercadorias que importavam dos Estados Unidos. A nova disposição significava que teriam que abrir contas individuais naquele país, correndo o risco de que seus recursos fossem bloqueados.⁴² Por um tempo, alguns conseguiram contornar o problema, acudindo aos serviços do Banco Central ou do Banco Minero que continuavam realizando "transferências de dólares em nome de qualquer firma".⁴³ Logo sucedeu o que já se esperava: os fundos dos estabelecimentos alemães, italianos e japoneses, assim como os dos indivíduos

³⁹ R G 59. Consular Trade Reports. "Dollar Transfer to Totalitarian Firms", La Paz, July 10, 1941.

⁴⁰ R G 59. Consular Trade Reports. Allan Dawson, "Annual Economic Review for the Calendar Year 1941", La Paz, February 20, 1942. Ver apêndice 8.

⁴¹ R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Financial Report", La Paz, December 4, 1941.

⁴² R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Economic Background Report", La Paz, January 27, 1941, p.4.

⁴³ R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Economic Effects of Freezing Order and the Proclaimed List of Blocked Nationals", December 4, 1941, p.3-4.

que apareciam na lista negra, foram congelados no país por decretos sucessivos de 10, 11 e 12 de dezembro de 1941.⁴⁴

As medidas de pressão foram, gradualmente, reduzindo o espaço por onde os interesses bloqueados podiam safar-se. As firmas alemãs que não conseguiam abastecer-se de produtos americanos em quantidade suficiente para atender às suas necessidades foram perdendo importância e, ao finalizar o ano de 1941, cerca de seis ou sete grandes casas tiveram que reorganizar-se ou liquidaram seus negócios. No espaço aberto pela crise, surgiram duas grandes firmas nacionais e sete ou oito de menor porte que, juntamente com outras mais antigas, conseguiram compensar a diminuição dos estabelecimentos teutônicos. Nas regiões distantes como o Beni, onde as casas alemãs eram as únicas que forneciam artigos de primeira necessidade, não se obtiveram os mesmos resultados e houve escassez de produtos.⁴⁵ A pressão econômica foi acompanhada por sanções políticas de inusitado rigor que acabaram por causar irremediáveis danos não só aos negócios senão à comunidade alemã em seu conjunto. Em janeiro de 1942, a Bolívia colocou-se formalmente ao lado dos aliados e rompeu relações com as forças do Eixo. Meses mais tarde, começaram as primeiras deportações. Esse processo alcançou maior intensidade durante o regime de Villarroel quando este, buscando diminuir as tensões com os Estados Unidos "aceitou seu requerimento de entregar-lhe 29 japoneses e 54 alemães, que viviam pacificamente na Bolívia, para que fossem internados no país do norte, junto com outras pessoas das mesmas nacionalidades tomadas noutros países americanos com o pretexto de que constituíam uma perigosa quinta coluna para o sistema democrático".⁴⁶ Quando a paz foi assinada, os interesses norte-americanos, alavancados pelas políticas do Departamento de Estado, já se achavam firmemente estabelecidos na economia do país.⁴⁷ No setor comercial, a hegemonia detida durante mais de meio século pelas casas alemãs fora suplantada, em sua maior parte, por estabelecimentos nacionais que continuariam a tarefa de abastecer o mercado boliviano com as mercadorias do império.

⁴⁴ O decreto não incluía os nacionalizados nem cidadãos bolivianos. R G 59. Consular Trade Reports. J. Allard Gasque, "Economic Background Report", La Paz, January 8, 1942, p.5.

⁴⁵ R G 59. Consular Trade Reports. Charles Burrows, "Economic Effects of Freezing Order and the Proclaimed List of Blocked Nationals". La Paz, December. 4, 1941, p. 5-8.

⁴⁶ Roberto Querejazu Calvo, *Llallagua, historia de una montaña*. La Paz: Editorial Los Amigos del Libro, 1991, p.286.

⁴⁷ A influência do Departamento de Estado sobre a política interna do país cresceu enormemente durante o conflito bélico. Um episódio narrado por Carlos Diez de Medina aos funcionários da embaixada ilustra bem até onde havia chegado esse controle. Depois de tentar várias vezes obter uma licença oficial para exportar estanho concentrado à Argentina, o ministro da economia sugeriu que peregrinasse à embaixada dos Estados Unidos —deixando claro que sem o visto da embaixada norte-americana, apesar de "estar ministro", não poderia fazer nada. R G 84. Foreign Service Posts, [v.53]. Memorandum from Philip A. Kazen, "Conversation with Mr. Carlos Diez de Medina", La Paz: August 12, 1943.