

TESES E MONOGRAFIAS

A PRODUÇÃO E O CONSUMO DA PROSA DE FICÇÃO EM SÃO PAULO (1900-1922) (*).

TERESINHA APARECIDA DEL FIORENTINO

O estudo da produção e do consumo da prosa de ficção em São Paulo surgiu da necessidade de verificar o grau de circulação das mensagens veiculadas pelas obras romanescas. Ciente de que o fenômeno literário compreende a tríade autor-obra-público, minha primeira intenção de analisar os conteúdos da prosa de ficção paulistana foi deixada para uma próxima etapa e aprofundei, quanto as fontes existentes o permitiram, o binômio produção-consumo.

Pretendia fazer para São Paulo algo semelhante aos estudos sobre a produção, a distribuição e o consumo do livro efetuados nos últimos tempos pela UNESCO. Defrontei-me, porém, com uma das tradicionais barreiras da pesquisa histórica, ou seja, a insuficiência de informações. Os dados quantitativos localizados em cinco anos de investigação apresentaram-se bastante esparsos, sendo quase inexistentes as séries completas. Apesar destas limitações, considerei que seria válido tentar um enfoque quantitativo ainda que incompleto. A inexistência de um estudo específico sobre a produção e o comércio do livro paulista animou-me a prosseguir, com a esperança de atrair o interesse dos pesquisadores sobre um assunto de inegável importância e, no entanto, quase inexplorado.

Trabalhei com vários catálogos de livreiros e editores da época, apensos às obras de ficção e outras por mim manuseadas. Fiz levantamentos exaustivos no jornal *O Estado de S. Paulo* e em várias revistas (destacando-se entre elas a *Revista do Brasil*), além de ter analisado as correspondências de Monteiro Lobato, Lima Barreto e Capistrano de Abreu, as críticas literárias de José Veríssimo e outros autores que trataram do livro no início deste século.

(*) . — Síntese do trabalho apresentado como Dissertação de Mestrado em História Social e defendido na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, tendo como orientadora a Profa. Dra. Maria Beatriz Nizza da Silva.

A análise do consumo revelou-se mais difícil do que a da produção. Isso porque calcular o índice de leitura é extremamente complexo e, mesmo que eu pudesse contar com dados relativos às tiragens — o que não ocorreu —, é preciso ter em mente que livro comprado não significa necessariamente livro lido (1). O estudo da leitura dependeria de entrevistas com leitores, livreiros, editores e bibliotecários, mas o período por mim analisado, já distante no tempo, impediu o recurso à entrevista.

Minha intenção de recorrer às fichas de requisição de livros dos frequentadores da Biblioteca Pública Municipal “Mário de Andrade” (São Paulo) também não pode ser concretizada, uma vez que a referida biblioteca começou a funcionar em data posterior àquela por mim escolhida. Apelei, em consequência, para as memórias, correspondências, relatos e alusões (muitas vezes até mesmo nos contos e romances) e catálogos de bibliotecas particulares, que permitiram-me ao menos detectar as preferências da elite literária do período.

A análise da produção do livro foi baseada nos dados fornecidos pelos catálogos, pela publicidade de editores e livreiros nos jornais e revistas e pelas obras dos editores, críticos e autores contemporâneos que pude compulsar.

Dividi o trabalho em dois capítulos, ambos completados por vários apêndices, quadros estatísticos e ilustrações.

No primeiro capítulo, “Produção e consumo do livro em São Paulo”, tratei do livro em geral, desenvolvendo temas diversos, tais como: os problemas ligados ao movimento editorial antes e depois da Primeira Guerra (com destaque para a atuação do editor Monteiro Lobato), a concorrência entre livros e periódicos, a caracterização dos periódicos, o jornal e a revista como início de carreira para os literatos, os argumentos usados pelos editores e livreiros nos anúncios de livros em periódicos, o fenômeno “coleções”, o início da literatura infantil, e finalmente o consumo do livro, abordando temas como “compradores de livros” versus leitores, empréstimo de obras, bibliotecas particulares paulistas e mercado sul-americano para o livro brasileiro.

Em 1920, segundo uma pesquisa publicada na *Revista do Brasil*, São Paulo possuía 20 editoras, sendo que 15 delas chegaram a editar 203 obras, alcançando um total de 901.000 exemplares, cuja venda redundou em 2.500 contos; 46% delas editaram menos de 10 obras e atingiram tiragem inferior a 40.000. Somente 2 publica-

(1). — Cf. ESCARPIT (Robert), *Sociologie de la littérature*. Paris, Presses Universitaires de France, 1958. P. 117 (“Que sais — je?”, 778).

ram mais de 30 obras e apenas 4 conseguiram tiragem igual ou superior a 100.000. Os livros didáticos eram responsáveis por mais de 2/3 da tiragem total e 49% das obras que alcançaram as maiores tiragens do ano pertenciam à literatura. Porém, a tiragem de 8.000 exemplares de *Urupês*, de Monteiro Lobato, foi considerada anormal (2).

Havia, ainda segundo a mesma fonte, editoras especializadas em agricultura e pecuária, ciências ocultas, comércio, direito, literatura, livros didáticos e “livros populares”. A produção de livros didáticos foi maior tanto em número de obras como na tiragem, em ambos os casos 34% do total. Fenômeno aliás confirmado por Monteiro Lobato que, em 1923, escrevia:

“O bom negócio é o didático. Todos editores começam com a literatura geral e por fim se fecham na didática” (3).

O movimento editorial em São Paulo acelerou-se incontestavelmente no pós-guerra, apesar de o Estado ainda ser o maior cliente das editoras do Rio de Janeiro. A experiência de Monteiro Lobato ocorreu nesse período. Seu desempenho foi considerado verdadeiro marco na história editorial paulistana e até mesmo do Brasil. E ele próprio teve consciência da importância de sua atuação, conforme demonstrou em carta datada de 1946 e dirigida a Edgard Cavalheiro:

“Parece incrível, mas a vida literária do Brasil, de 15 a 25, girou em redor de mim e da minha editora. Pelas cartas verás isso. Não havia quem não me procurasse, e eu ia lançando nomes e mais nomes novos, depois de *haver aberto o país inteiro à entrada de livros*. Aquela história de pular das trinta e tantas livrarias que tínhamos pelo país inteiro, *únicos pontos onde se vendiam livros*, para os 1.200 e tantos consignatários de Monteiro Lobato & Cia., foi uma das etapas da emancipação cultural do Brasil” (4).

Os editores, contudo, enfrentavam problemas sérios, um dos quais era a concorrência dos periódicos, muito mais baratos do que os livros. Lobato, inclusive, apelou por duas vezes ao Presidente da República, pedindo que tomasse providências quanto ao preço do pa-

(2). — Cf. *Revista do Brasil*. São Paulo, 6 (63): 278-279, mar. 1921. É preciso dizer que, no decorrer da pesquisa, constatei a existência de 106 editoras funcionando em São Paulo desde o início do século até 1922. Não pude, todavia, determinar a sua atuação, duração e posterior desenvolvimento. Acredito mesmo que muitas dessas editoras eram, na realidade, simples tipografias.

(3). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*. 2a. ed. São Paulo, Brasiliense, 1948. V. 2, p. 260 (Obras Completas, 12).

(4). — *Idem*. *Cartas escolhidas*. São Paulo, Brasiliense, 1959. V. 2, p. 189 (Obras Completas, 17). Grifo meu.

pel, pois as revistas e jornais gozavam de regime especial, tendo isenção de taxas. E afirmava que o livro dependia do papel obtido através do extenso contrabando que os privilégios concedidos aos periódicos favoreciam (5).

O periódico, de fato, revelava-se um sério concorrente do livro pois, por preço menor, fornecia ao público todo o tipo de informação, além de satisfazer também os seus gostos literários publicando crônicas e folhetins. Tomando como amostra os preços de 273 livros de contos, novelas e romances anunciados em periódicos e catálogos, verifiquei que 63,02% custavam entre 2\$000 e 4\$000, sendo que 33,71% tinham um preço entre 3\$000 e 4\$000. Por outro lado, o preço mais freqüente da assinatura anual dos 131 periódicos localizados era de 10\$000.

Forte concorrente do livro, o periódico invadiu São Paulo no início do século. Em 1904 já havia em todo o Estado 76 jornais, sendo 13 diários e 47 com menos de 5 anos de existência (6).

Os periódicos faziam uma publicidade intensa, oferecendo prêmios e brindes aos assinantes. Alguns insistiam no aspecto gráfico, outros acentuavam o seu caráter pioneiro ou vangloriavam-se do grande número de assinantes. Os anúncios eram por vezes colocados por agentes e distribuidores como a Empresa de Publicidade *A Eclética*, que se encarregava também da assinatura de periódicos de outros Estados. Os cuidados com a publicidade revelam a disputa do mercado, sobretudo entre os periódicos paulistas e os do Rio de Janeiro, que possuíam agentes em São Paulo. Era preciso oferecer algo diferente para atrair os leitores a fim de vencerem a concorrência e nisso todos esmeravam-se.

Existiam periódicos especializados. Os dedicados às mulheres procuravam abarcar todos os assuntos de seu interesse: crônicas, poemas, contos, trabalhos manuais, conselhos úteis, culinária, moda, atualidades, cuidados de beleza e outros. Entre os periódicos mais anunciados, destacavam-se a *Revista Feminina* e o *Jornal das Moças*. E mesmo os periódicos de cunho geral procuravam publicar artigos endereçados ao público feminino, o que faz supor que o mercado feminino começava a atrair os editores (7). Os agricultores e criadores

(5). — Cf. *Idem*, v. 1, pp. 193-198; v. 2, pp. 31-33.

(6). — Cf. *Almanaque Melillo para o ano de 1904*. São Paulo, Miguel Melillo, p. 43.

(7). — É oportuno lembrar que o número de mulheres paulistanas alfabetizadas era, em 1920, apenas um pouco inferior ao de homens em idêntica situação: 148.605 versus 189.097. Cf. *Recenseamento do Brasil realizado em 1º de setembro de 1920*. Rio de Janeiro, Tipografia da Estatística, 1929. V. 4, pp. 458-459.

contavam com diversas publicações, tais como o *Criador Paulista*, o *Brasil Agrícola*, a *Avicultura Moderna* e a *Revista dos Fazendeiros*. Médicos e farmacêuticos dispunham do *Brasil Médico*, da *União Farmacêutica* e dos *Anais Paulistas de Medicina e Cirurgia*. O *Tico-Tico* era dedicado às crianças e o *Para Todos* aos aficionados da sétima arte.

De maior penetração popular do que a revista, o jornal deu mesmo origem a um novo estílo literário, acerbamente criticado por Monteiro Lobato, leitor quase diário de Camilo,

“como remédio contra o estilo redondo dos jornais que somos forçados a ingerir todos os dias” (8).

Fato a assinalar é que a carreira dos literatos paulistas do início deste século começava em geral nos jornais provincianos, que abriam aos jovens literatos a possibilidade de se tornarem conhecidos. E eles dissertavam sobre qualquer assunto nos periódicos em que colaboravam e quase sempre gratuitamente. Eram os jornais que tornavam um autor conhecido e Monteiro Lobato tinha profunda consciência disso, tanto que a “Velha Praga” (posteriormente publicada em *Urupês*) foi transcrita em sessenta jornais! Foi depois disso que o seu nome começou a circular nos meios literários e que os convites e os editores começaram a aparecer. Ele mesmo reconhecia a importância desse meio de divulgação:

“Para quem pretende vir com livro, a exposição periódica do nomezinho equivale aos bons anúncios das casas de comércio — e em vez de pagarmos aos jornais pela publicação dos nossos anúncios, eles nos pagam” (9).

A que argumentos recorriam os editores e livreiros nos seus anúncios em periódicos? Uma análise de *O Estado de S. Paulo*, de 1900 a 1922, mostra que a publicidade assentava em vários elementos, um dos quais era a adequação entre a obra e o leitor: livros para moças e crianças, por exemplo. Outro elemento importante era a relação entre a obra e o fim a que se propunha: assim anunciavam-se “livros para festas e prêmios escolares” ou “livros de sorte para as noites de São João e São Pedro”. Outras vezes dava-se realce ao preço baixo, à novidade, à nacionalidade dos autores, ao caráter regional da obra, ao seu conteúdo ou, ainda, promovia-se a compra e a venda de livros usados.

O gosto pelas coleções não era estranho nem mesmo à elite literária, conforme pude deduzir das declarações de Monteiro Lobato.

(8). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 11.

(9). — *Idem*, pp. 20-21.

Talvez essa tendência justificasse o vistoso anúncio que tomava toda a primeira página de *O Estado de S. Paulo*, num domingo, 4 de maio de 1913. Era a publicidade da *Biblioteca Internacional de Obras Célebres*, monumental conjunto de 24 volumes, incluindo obras de 1.200 autores nacionais e estrangeiros.

Em fase de lançamento, esta coleção oferecia um desconto de 160\$000 e excelentes condições de compra. Os preços variavam conforme o pagamento fosse realizado a prazo ou à vista e também de acordo com o tipo de encadernação escolhido. A casa lançadora, a "Sociedade Internacional", resolvia igualmente o problema da acomodação da *Biblioteca*, dando ao comprador a possibilidade de escolher entre duas modalidades de estante (vertical ou giratória), o que faz lembrar a tática publicitária de muitas editoras da atualidade.

Os editores justificavam o bom preço da coleção (que podia ser adquirida a partir de 290\$000, quando à vista) pelo fato de não haver intermediários entre a casa editora e o público consumidor. Preveniam contudo que tal preço seria mantido apenas para a edição introdutória.

A *Biblioteca* foi impressa na Europa e, tomando como base as declarações dos editores, a iniciativa foi coroada de sucesso. Não foram, contudo, anunciadas as novas edições previstas e, em 1915, voltavam a recorrer à publicidade a fim de vender os volumes preparados para serem lançados em Portugal, mas que a deflagração da Primeira Guerra havia impedido (10). No caso, faltam-me elementos para concluir sobre o sucesso ou o fracasso da experiência.

Quanto à literatura infantil, é algo muito recente e no Brasil começou a ser cultivada no início deste século. Em 1912, Monteiro Lobato já preocupava-se com o mundo infantil, mas não ainda com o público infantil. Predominava, na época uma ambigüidade entre literatura popular e literatura infantil. Quando Lobato começou a interessar-se pelo sací, foi por influência de escultores e pintores, todos entusiastas da arte regional. E, ao preparar para a impressão o inquérito do sací, ainda não pensava nele como algo para o público infantil:

"Será livro popular e de vender bem" (11).

Em 1919, porém, Lobato já dirigia-se diretamente ao público escolar ao adaptar *La Fontaine* e preocupava-se com a adequação dessas fábulas à mente infantil. E em 1921 *O Sací* já era anunciado exclusivamente para crianças, além do autor começar a escrever outras

(10). — Cf. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 41 (13 402): 13, 2 set. 1915.

(11). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 138.

obras para as crianças, como o *Marquês de Rabicó* (12). Sua experiência deu bons resultados, pois a acolhida às obras infantís foi calorosa, conforme pude perceber pela sua correspondência, onde declarava que tirara 50.500 exemplares de *Narizinho* e tinha esperanças de vendê-los bem (13).

Em qualquer pesquisa sobre o público leitor numa determinada sociedade é preciso distingüir o comprador de livros do simples leitor, ou seja, daquele que lê por empréstimo ou por consulta em bibliotecas. O editor é que se preocupa apenas com o comprador, mas aqui o que importa determinar é quem lia na sociedade paulista do início do século. Procurei portanto arrolar todos os dados sobre os leitores do período.

Em geral, o literato olhava sobranceiramente o comprador de livros que não pertencia à elite intelectual e que os comprava só porque ficava-lhe bem fazê-lo. E o fenômeno parecia ser bem comum, dadas as contínuas referências ao fato.

Ainda pela correspondência de Lobato pude ver que era grande a circulação do livro através do empréstimo de obras entre amigos ou conhecidos. Aliás, o próprio Lobato, num texto de ficção, descreve como na imaginária *Oblivion* satisfaziam-se as necessidades literárias:

“Promovem-se três livros venerandos, encardidos pelo uso, com as capas sujas, consteladas de pingos de vela — lidos e relidos que foram em longos serões familiares por sucessivas gerações (...). Depois, à força de girarem de deus em deus, esses livros forraram-se à propriedade individual”.

E quando alguém desejava ler um deles perguntava com quem estava:

“Informam-no logo, e o candidato toma-o das mãos do detentor último, ficando desde esse momento como o seu novo depositário. Processo sumarássimo e inteligente” (14).

As bibliotecas particulares paulistas parecem ter sido numerosas no início do século. Muitas delas encontravam-se em fazendas do interior, embora os livros fossem adquiridos na capital do Estado ou no exterior. Tarsila do Amaral afirmava que desde sua infância e adolescência, passadas numa fazenda de café,

(12). — Cf. *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 47 (15 684): 10, 23 dez. 1921.

(13). — Cf. LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 230.

(14). — LOBATO (M.), *Cidades mortas*. 16a. ed. (São Paulo) Brasileira, 1974. P. 7 (Obras Completas, 1a. série, 2).

“sabia (...) que existia um Voltaire, que existia também um Victor Hugo, um Alfred Musset e toda uma coleção de poetas e romancistas franceses que eu via carinhosamente encadernados na vasta biblioteca” (15).

Monteiro Lobato referia-se à abundância de livros, dos mais variados tipos, que se encontravam na fazenda da família em Taubaté (16). O *Almanaque Melillo* aludia a uma importante biblioteca particular, mais rica do que muitas bibliotecas públicas:

“A mais valiosa biblioteca de São Paulo é a que foi do falecido Dr. Eduardo Prado, contendo mais de 12.000 volumes, muitos dos quais de obras raras e caríssimas. Trazida da fazenda do Brejão, residência habitual do saudoso morto, para esta capital, e arrecadados os livros existentes em Paris, está tudo sendo montado no prédio nº 80 da rua Visconde do Rio Branco, onde provavelmente será franqueada ao público em tempo oportuno” (17).

O mercado português estava naturalmente aberto ao livro brasileiro, mas um editor com a visão de Monteiro Lobato aspirava a conquistar o mercado sul-americano. Na década de 20, ele deixava claro que pretendia abrir caminho, ampliando o mercado consumidor das obras nacionais através da venda às repúblicas vizinhas. Ele defendia a necessidade de haver uma “interpenetração literária recíproca” entre o Brasil e seus vizinhos sul-americanos, contra uma valorização excessiva da literatura francesa (18). E considerava boas as perspectivas para a literatura brasileira, pois afirmavam-lhe

“que *O mulato* de Aluísio, deu na Argentina dez edições (para apenas três aqui)” (19).

Até que ponto ele conseguiu realizar o seu intento? Não conseguiu outras informações, mas a “Lista das edições Monteiro Lobato & Cia. de 1922” anunciava 20 obras argentinas, o que revela um esforço notável em prol da literatura latino-americana.

No segundo capítulo do meu trabalho, “Produção e consumo de contos, novelas e romances”, focalizei a prosa de ficção propriamente dita, destacando as suas peculiaridades, depois de ter abordado no

(15). — AMARAL (Aracy A.), *Tarsila — sua obra e seu tempo*. São Paulo, Perspectiva, 1975. V. 1, p. 21.

(16). — Cf. LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 1, pp. 51-52.

(17). — *Almanaque Melillo para o ano de 1904*, p. 43.

(18). — Cf. LOBATO (M.), *Críticas e outras notas*. São Paulo, Brasiliense (1965) pp. 114-115 (Obras Completas, 18).

(19). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, pp. 202-203.

primeiro o livro em geral. A *Revista do Brasil* de dezembro de 1920 salientava que a produção literária aumentara em São Paulo em decorrência do aumento do público leitor (20).

Localizei 43 livros de contos, 3 novelas e 47 romances publicados em São Paulo entre 1900 e 1922. De acordo com este levantamento a produção de contos e romances era equivalente, mas os literatos e críticos da época referiam-se a uma maior produção dos primeiros. Considerando-se, porém, que a minha lista deve estar seguramente incompleta, é bem possível que a superioridade da produção de contos fosse uma realidade.

A maior parte das obras localizadas foi publicada no fim do período (11,96% em 1920, 17,39% em 1921 e 23,92% em 1922), o que não é de surpreender, pois foi a partir do final da segunda década do século que houve a intensificação do setor editorial paulistano, em grande parte devido à atuação de Monteiro Lobato.

Uma análise da produção da prosa de ficção dos inícios do século em São Paulo não estaria completa sem uma referência aos folhetins, gênero bastante popular na época. *O Estado de S. Paulo* publicou 45 folhetins entre 1900 e 1922. Os primeiros números não tinham preocupação com a posterior encadernação da obra, publicando cada folheto apenas numa das faces da página escolhida (que variava sempre) e sem dimensões fixas, além de não aparecerem todos os dias. Porém, a partir de 17 de março de 1913, passaram a ser diários (às vezes, falhavam um ou dois dias) e apresentavam-se com formato adequado para constituírem livros, ou seja: apesar de variar a página na qual apareciam, eram impressos em ambos os lados e com dimensões fixas. O número de páginas aumentou consideravelmente dos primeiros para os últimos, muitos folhetins chegando a formar diversos volumes. A grande maioria dos autores era estrangeira, sendo os mais publicados: Alexandre Dumas, Henrique Perez Escrich, Xavier de Montépin e Ponson du Terrail. Muitos contos e mesmo romances (como *Vida Ociosa*, de Godofredo Rangel, e *País de Ouro e Esmeralda*, de J. A. Nogueira) vinham primeiro à luz na imprensa periódica e somente mais tarde eram publicados como obras independentes.

Só pude colher alguns dados fragmentários sobre as tiragens e através deles é possível apenas afirmar que uma tiragem normal era de mil exemplares e que foi Monteiro Lobato um dos primeiros a pensar em aumentar esse número. Entre as obras que tiveram maiores tiragens em 1920 estavam: *Urupês*, de Monteiro Lobato (8.000), *Negrinha*, também de Lobato (6.000), *A pulseira de ferro*, de Ama-

(20). — Cf. *Revista do Brasil*. São Paulo, 5 (60): 368-369, dez. 1920.

deu Amaral (5.200), *Cidades Mortas*, de Monteiro Lobato (4.000), *O professor Jeremias*, de Léo Vaz (4.000), *Madame Pommery*, de Hilário Tácito (3.000), *O mistério*, de Afrânio Peixoto e outros (3.000), *Vida Ociosa*, de Godofredo Rangel (3.000), *Vida roceira*, de L. de Oliveira (2.000), *Flama e Argila*, de Menotti Del Picchia (1.000) e *Sem crime*, de Papi Júnior (1.000) (21).

No que diz respeito aos preços, é preciso acentuar que havia oscilações razoáveis, dependendo do tipo de edição (de luxo, popular, para presente, etc.). Uma mesma obra, às vezes editada posteriormente por outra casa publicadora ou pela mesma em “edição popular”, podia custar bem menos. Casos típicos são as obras de José de Alencar, Bernardo Guimarães, A. Lamartine, J. Manuel de Macedo e Bernardin de Saint-Pierre que, anunciadas por 2\$000 pela Livraria Magalhães em 1913, apareceram no Catálogo da Livraria Teixeira de 1917 por 1\$000. Várias outras obras foram anunciadas no mesmo ano com preços diferentes, tais como *O Guarani*, de José de Alencar (4\$000 e 2\$000), *O túmulo de gelo*, de Louis Pierre Giffard (2\$500 e 2\$000) e três obras de Monteiro Lobato: *Cidades Mortas* (4\$000 e 1\$500), *Negrinha* (2\$500 e 1\$500) e *Urupês* (4\$000 e 1\$500). O preço da maioria das obras estava porém entre 2\$000 e 4\$000, apesar de no final do período haver uma tendência para a produção de “edições populares”, bem mais baratas.

A Sociedade Editora Olegário Ribeiro, procurando difundir a literatura a baixo custo, lançou a “Novela Semanal”. Era uma revista de contos e novelas dos melhores autores nacionais. Cada número continha matéria equivalente à quarta parte de um livro de 250 páginas, acompanhado de um suplemento literário. Era impresso em papel nacional (paulista), com tipos fabricados em São Paulo. Era vendido por \$400 e aparecia às quintas-feiras.

Além dessa tentativa, a Sociedade Editora Olegário Ribeiro promoveu, no mesmo período, a “Novela Nacional”, empreendimento que editava pequenos livros (80 páginas, formando um volume de 10 1/2 por 12 1/2 centímetros) por um preço mínimo: 1\$000. Publicava um volume por mês, sendo *A pulseira de ferro*, de Amadeu Amaral, e *Os negros*, de Monteiro Lobato, os primeiros da série (22).

Muitas obras eram anunciadas em dois ou mais periódicos, o que comprova o grande interesse de livreiros e editores na divulgação das mesmas. Entre as mais anunciadas estavam: *Vida e morte de M. J. Gonzaga de Sá*, de Lima Barreto, *Sapezais e tiguerras*, de Amando Caiubi, *Cidades Mortas*, *Negrinha* e *Urupês*, de Monteiro Lobato,

(21). — Cf. *Revista do Brasil*. São Paulo, 6 (63): 278-279, mar. 1921.

(22). — Cf. *Revista do Brasil*. São Paulo, 6 (62): 191, fev. 1921.

Vida Ociosa, de Godofredo Rangel, *Os caboclos*, de Valdomiro Silveira e *O professor Jeremias*, de Léo Vaz.

O autor com maior número de obras anunciadas foi José de Alencar que, contudo, já não era mencionado nos comentários e críticas da época. O segundo lugar coube a um estrangeiro, George Ohnet, e o terceiro e quarto lugares a dois brasileiros, respectivamente Bernardo Guimarães e Joaquim Manuel de Macedo.

Analisando-se a produção literária do ponto de vista do autor, vê-se que, no início do século, o escritor tinha grande dificuldade para encontrar quem o editasse. Monteiro Lobato dizia em 1919:

“A literatura no Brasil é mero diletantismo, a que só por irresistível pendor natural se entregam sonhadores, os quais mais naturalmente propendem para o verso, propício aos sonhos e fantasias, que para a prosa, mais amiga das realidades. No Brasil, só pratica a literatura, verdadeiramente, quem, dispondo de meios de vida seguros, tem algum tempo a perder. A literatura não é uma carreira de que alguém possa viver, mais ou menos gloriosamente. É, por assim dizer, um esporte” (23).

A situação nada invejável do autor literário é comprovada pelo fato da maioria dos nossos intelectuais ocupar cargos públicos, que garantiam sua subsistência. Porém, segundo A. L. Machado Neto, a profissão de literato era indiretamente compensadora, pois dava prestígio e abria perspectivas para a conquista de empregos bem remunerados (24).

A exploração dos intelectuais pelos editores era outra barreira encontrada. E a situação era a tal ponto crítica que chegou a provocar a reação dos literatos: em fevereiro de 1917 surgia em São Paulo uma associação de classe — a Sociedade dos Autores — com a finalidade de

“defender os direitos autorais em juízo e fora dele” (25).

A atuação dessa sociedade não parece ter sido muito profícua, pois as queixas continuaram. No mesmo ano da fundação da Sociedade dos Autores, Monteiro Lobato afirmava que

“o usual é darem os editores 10% sobre o preço da edição, ou 300, 500, 600% pela propriedade dela”. E completava: “Faço

(23). — LOBATO (M.), *Críticas e outras notas*, pp. 10-11.

(24). — Cf. MACHADO (A. L.), (neto), *Estrutura social da república das letras: sociologia da vida intelectual brasileira, 1870-1930*. São Paulo, Grijalbo, Editora da Universidade de São Paulo, 1973. Pp. 164 e 184.

(25). — *Revista do Brasil*. São Paulo, 2 (14): 205, fev. 1917.

envergonhadíssimo uma proposta miserável ao Valdo (Valdomiro Silveira), mais ou menos a que qualquer outro livreiro fará...” (26).

Em 1919, escrevia a Godofredo Rangel:

“Em janeiro estou habilitado a editar o teu. Condições: lucros divididos ao meio — Tabela especial para os amigos. Os outros só têm 10% e ainda acabo não lhes dando nada, como fazem os editores espertos. A função do literato na vida é engordar os editores — e para que perturbar tão venerável praxe?” (27).

Contudo, quando em 1918 Monteiro Lobato mostrou-se interessado em editar Lima Barreto, não hesitou em fazer-lhe uma boa proposta, decorrente também do fato de se tratar de uma tiragem de 3.000 exemplares que permitiria vender o exemplar a 2\$000, no máximo 2\$500. Propunha-lhe 50% dos lucros líquidos,

“pagáveis à medida que se forem realizando” (28).

As dificuldades para editar eram tantas que era muito comum editarem-se as obras fora do país, notadamente em Portugal e na França (29). Em São Paulo, em fins de 1916, organizava-se uma sociedade por ações a fim de subvencionar a edição de obras de autores paulistas. A própria sociedade encarregar-se-ia da propaganda dos livros que publicasse, procurando reservar para si apenas os lucros indispensáveis à sua manutenção (30). Infelizmente, não conseguiu obter provas da concretização da iniciativa, que se apresentava como necessária devido

“à falta de editores ativos e cultos, entre nós”, o que “entravava lamentavelmente o nosso desenvolvimento literário” (31).

Quanto ao consumo da prosa de ficção paulistana, pode avaliá-lo em primeiro lugar através de um testemunho precioso, o editor Monteiro Lobato, mas este depoimento é único e só se refere às obras por ele editadas. Quanto às outras, as informações são escassas e fragmentárias.

(26). — LOBATO (M.), *Cartas escolhidas*, v. 1, pp. 168-169.

(27). — *Idem*. *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 207.

(28). — CAVALHEIRO (E.) (ed.), *A correspondência entre Monteiro Lobato e Lima Barreto*. S. 1. P., MEC — Serviço de Documentação (1955) p. 14 (Os Cadernos de Cultura, 76).

(29). — Cf. ANDRADE (O. de S.), *O livro brasileiro: progressos e problemas (1920-1971)*. (Rio de Janeiro) Paralelo, 1974. Pp. 28-29.

(30). — Cf. *Revista do Brasil*. São Paulo, I (11): 297, nov. 1916.

(31). — *Idem*, *loc. cit.*

O que tornava um livro de contos ou um romance um sucesso editorial? É evidente que o editor antes de lançar a obra pesava cuidadosamente todos os fatores e um deles era o fato de se tratar de um autor conhecido e já com obra testada. Foi assim que Monteiro Lobato agiu em relação a Lima Barreto, cujo *Policarpo Quaresma* fora bem acolhido pelo público. Todavia, *Vida e morte de M. J. Gonzaga de Sá*, editada por Lobato, foi “um tremendo fracasso editorial”, que o êxito das obras anteriores do autor não deixava prever. E Lobato, em carta ao autor, responsabilizava o título da obra como principal fator do encalhe:

“O teu livro sai pouco, sabe por quê? O título! O título não é psicologicamente comercial. Um bom título é metade do negócio. Ao ler o título do teu romance toda a gente supõe que é a biografia de ... um ilustre desconhecido” (32).

Curioso é que muitas obras que a crítica contemporânea elogiava não foram bem acolhidas pelo público comprador. *Flama e Argila*, de Menotti Del Picchia, *Pais de Ouro e Esmeralda*, de J. A. Nogueira e *Vida Ociosa*, de Godofredo Rangel, receberam críticas favoráveis e, no entanto, não conseguiram sucesso entre os consumidores.

Entre os grandes sucessos editoriais da época, encontrava-se, no início do século, *Inocência*, do Visconde de Taunay. Num dos seus prefácios lê-se:

“Em pouco mais de dois anos esgotou-se a sexta edição de *Inocência* e a sétima; os dois mil e quinhentos exemplares impressos em meados de 1903 espalharam-se com relativa rapidez atendendo-se ao fato que o romance apareceu em 1873 e que a procura de livros no Brasil infelizmente ainda não é das maiores” (33).

As obras de Monteiro Lobato foram todas sucessos editoriais e, entre elas, *Urupês* destacou-se de maneira impressionante, surpreendendo o próprio autor. Em julho de 1919 confessava ao amigo Rangel:

“O meu *Urupês* continua a sair bestialmente. Até enjoa. Tirei em fim de março mais 4 milheiros; pois só tenho em estoque uns 500 e estou premeditando a 5a. edição” (34).

(32). — CAVALHEIRO (Ed.) (ed.), *A correspondência entre Monteiro Lobato e Lima Barreto*, p. 42. Carta de 23-11-1919.

(33). — TAUNAY (Visconde de), *Inocência*. São Paulo, N. Falcone, 1906.

(34). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 203. Carta de 06-07-1919.

A popularidade da obra era tanta que até chegou a interessar duas empresas cinematográficas, que pretendiam filmar “Os faroleiros”, “O Estigma”, “Bocartorta” e “O Comprador de Fazendas” (35).

Em 1923, Lobato fazia um balancete final e constatava o seu sucesso:

“Ontem fiz a conta e achei isto: minha tiragem está em 109.500 exemplares. Veja se era possível esperar isto há dois anos e meio, quando soltei timidamente o primeiro milheirinho dos *Urupês!*” (36).

Edgard Cavalheiro justifica o sucesso espantoso de *Urupês* como decorrência de Monteiro Lobato ter criado um tipo — o Jéca Tatu — destinado a provocar as mais controvertidas discussões e, portanto, com carreira garantida (37). *O professor Jeremias*, de Léo Vaz, foi outro sucesso da época, tendo-se esgotado a primeira edição em apenas quinze dias, conforme declarou Monteiro Lobato (38).

O romance de Hilário Tácito, *Madame Pommery*, constitui exemplo inverso dos romances atrás citados (*Flama e Argila*, *País de Ouro e Esmeralda* e *Vida Ociosa*), elogiados pela crítica e ignorados pelo público. Marginalizado pelos profissionais do gosto literário, não deixou contudo o romance de constituir um evento importante na história da prosa de ficção. Despertou desde o início a curiosidade pública e, sendo encarado como uma espécie de *Decameron* paulista, o livro conheceu sucesso imediato, esgotando-se a edição logo após aparecer nas livrarias (39).

Quanto ao consumo que os literatos faziam de prosa de ficção, tomando-se Monteiro Lobato como modelo, pode-se constatar a presença forte de alguns autores como Daudet, Maupassant, Anatole France, Balzac, Zola, Machado de Assis, Camilo, Eça, ao lado de autores menos conhecidos hoje como Adrien Delpech, Gustave Aimard ou Mayne Reid, estes dois últimos autores de romances de aventuras. Os hábitos de leitura de Monteiro Lobato revelam dois fatos: em primeiro lugar, ele foi um bom consumidor de prosa de ficção até o momento em que se tornou editor, pois a partir dessa altura só lia pro-

(35). — Na realidade, somente *Os Faroleiros* é que foram filmados. Cf. GALVÃO (Maria Rita Eliezer), *Crônica do cinema paulistano*. São Paulo, 1975. Pp. 290-291.

(36). — LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 251. Carta de 16-01-1923.

(37). — Cf. CAVALHEIRO (E.) (ed.), *A correspondência entre Monteiro Lobato e Lima Barreto*, pp. 7-9.

(38). — Cf. LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 2, p. 213.

(39). — Cf. VAZ (Léo), *Um livro de bom humor. O Estado de S. Paulo*. São Paulo, 46 (15 139): 4, 20 jun. 1920.

fissionalmente, ou seja, aqueles autores que pensava editar; em segundo lugar, era o tipo de leitor que, quando descobria um autor, lia em seguida várias das suas obras. Provas desses dois fatos: na sua correspondência, as referências a leituras de romances e contos cessaram no ano de 1917; por outro lado, pode-se mostrar que 1904 foi o ano Daudet, tal como 1907 foi o ano Anatole France e 1909 o ano Maupassant.

Não é possível estudar diretamente o consumo da prosa de ficção em São Paulo no início do século, pois os únicos consumidores a que temos acesso são, por um lado, os críticos literários, cuja leitura de romances e contos era por assim dizer profissional, não os caracterizando portanto como verdadeiros consumidores, e por outro lado a elite literária. Restam-me, contudo, algumas maneiras indiretas de estudar o público leitor. Uma delas consiste em examinar as imagens desse público que surgem nas próprias obras romanescas.

O público feminino era bem caracterizado pelos autores. No mundo rural, encontrava-se Zilda, de dezessete anos,

“menina galante, porém sentimental mais do que manda a razão e pede o sossego dos pais”. Prova disso: “Era um ler Esrich, a rapariga, e um cismar amores de Espanha...” (40).

Basta lembrar que *O Estado de S. Paulo* publicou nessa época seis romances de Esrich sob forma de folhetim para ter-se uma noção de como esta imagem correspondia à realidade e que a leitura de Esrich caracterizava perfeitamente a jovem interiorana, que tentava fazer da sua vida uma réplica da vida das heroínas romanescas.

Havia também a leitora dos romances franceses de capa e espada, aquela que lia *Nostradamus* e os *Lobos de Paris*,

“fervorosa devota de coisas tétricas, tresandando a sangue, a veneno, a subterrâneos com ratazanas e pão e água” (41).

Na área do romance de capa e espada, o ponto de referência era Alexandre Dumas, também amplamente divulgado através da série folhetinesca.

Os romances ou contos sertanejos eram

“os mais procurados nas livrarias” (42).

(40). — LOBATO (M.), *O comprador de fazendas*. In: *Urupês: contos*. 4a. ed. São Paulo, *Revista do Brasil*, 1919. P. 167.

(41). — GONÇALVES (Emílio), *Os grandes bandidos*. São Paulo, Varnorden, 1919. P. 10.

(42). — QUEIROZ (Joaquim de), *Aurora*. São Paulo, Duprat, 1918. P. 92.

Outra maneira indireta de estudar os gostos do público leitor é através da publicidade dos romances e contos feita nos periódicos ou em catálogos de livreiros, pois ela era elaborada em função da procura. Assim, nota-se a ausência, na publicidade, das obras de Machado de Assis. Isso porque este autor era então um encalhe de livraria, conforme declarações de Monteiro Lobato (43). Pode-se dizer que nessa época não era a publicidade que criava ou norteava o gosto dos leitores, mas sim estes que impunham as suas preferências. E uma delas era a leitura de romances policiais e de mistério, como pude observar nos anúncios colocados em *O Estado de S. Paulo*, onde abundavam referências às obras de Maurice Leblanc, Pierre Giffard, Paul d'Ivoi, Max Pemberton, A. Galopin e Fergus Hume.

Resta ainda a possibilidade de analisar as preferências dos leitores da época a partir de observações deixadas por contemporâneos. E Monteiro Lobato apresenta oportuno comentário, separando a elite leitora da massa. Segundo ele, a intelectualidade lia Anatole France, Maupassant, Maeterlinck, Rostand, d'Annunzio e Bergson. E, passando a analisar a massa, destaca os livros que atuavam na formação da mentalidade do homem comum. O primeiro deles era o que ele chama de "obra proibida", encarregada de reconciliar o jovem com o mundo dos livros, uma vez que a leitura de obras didáticas fora "um instrumento de suplício". Descortinando novos horizontes, o jovem podia partir para a leitura de obras mais filosóficas. Eram também fecundíssimos em resultados: *Carlos Magno e os Doze Pares de França*, os poemas de Casimiro de Abreu, com destaque para as *Primaveras*, para os rapazes; as obras de Eschrich, para as meninas (44).

*

Concluindo, cheguei às seguintes constatações:

A situação do mercado livreiro era precária. Além do grande empecilho representado pela massa de analfabetos, havia uma preferência pela leitura rápida (de revistas e jornais), voltada para as novidades do momento, fartamente ilustradas pelas fotografias. Assim sendo, os periódicos eram mais procurados, mesmo porque eram mais baratos do que os livros.

As editoras enfrentavam dificuldades. Contudo, sente-se que insistiam numa abertura, uma vez que deviam vislumbrar possibilidades futuras com o incentivo dado à alfabetização. A literatura infantil já encontrava adeptos entre os editores e a mulher era considerada

(43). — Cf. LOBATO (M.), *A barca de Gleyre*, v. 1, pp. 300-301.

(44). — Cf. LOBATO (M.), *Os livros fundamentais*. In: *A onda verde: jornalismo*. São Paulo, *Revista do Brasil* — Monteiro Lobato, 1921. Pp. 162-169.

como consumidora em potencial. Boa parte das obras era-lhe dedicada, percebendo-se pelos anúncios os apelos à sensibilidade feminina.

Funcionavam em São Paulo algumas editoras relativamente estáveis, tendo alcançado, no final da segunda década deste século, um impulso considerável. Contudo, o sucesso editorial era ainda esporádico e os editores, em decorrência disso, preferiam editar textos que haviam tido boa receptividade como folhetins ou mesmo reeditar livros. Aliás, é preciso não esquecer que a leitura folhetinesca era bastante vulgarizada e o consumo de obras estrangeiras era grande, considerando-se a porcentagem das mesmas nos folhetins e nos anúncios de editores e livreiros.

Quanto à situação do autor, havia poucos vivendo da profissão de escritor. A grande maioria possuía outro emprego para assegurar a sobrevivência, sendo que alguns autores tentaram até organizar associações que garantissem os seus direitos e os defendessem das explorações dos editores, mas não alcançaram grande sucesso.

A respeito do consumo das obras literárias restam-me ainda muitas perguntas sem resposta. Quem lia as obras? Como reagiam frente a elas? Só parcialmente encontrei indicadores, através de referências esparsas em memórias ou correspondências, mas presas sempre à elite literária. Conteí ainda com a reação dos especialistas, dos críticos de literatura, ficando portanto excluídos os leitores comuns, cujos gostos só aparecem por vezes referidos nos romances e contos da época ou em escassas alusões dos literatos contemporâneos.