



VII Simpósio Nacional de História Cultural
**HISTÓRIA CULTURAL: ESCRITAS, CIRCULAÇÃO,
LEITURAS E RECEÇÕES**

Universidade de São Paulo - USP

São Paulo - SP

10 e 14 de Novembro de 2014

**OS LIVROS NA IMPRENSA PAULISTA: ANÚNCIOS, *RESENHAS* E
LIVREIROS**

Célia Regina da Silveira*

O projeto em desenvolvimento intitulado “Os livros na imprensa paulista: anúncios, *resenhas* e livreiros” tem, como objeto central de investigação, a circulação e o consumo de livros e impressos na província de São Paulo, durante a segunda metade do século XIX – mais especificamente entre 1870 e 1890. Para empreender a mencionada pesquisa, as fontes principais são os anúncios de livreiros, livreiros-editores e representantes de livrarias e periódicos nacionais e estrangeiros, bem como as seções referentes a comentários de autores e obras, veiculados em alguns jornais representativos da imprensa paulista da época, como *A Província de São Paulo* (1875-1890), *Gazeta de Campinas* (1869-1890) e *Diário de Campinas* (1874-1890).

Para este texto, elaboramos um pequeno recorte da pesquisa, mais ampla. Inserimos o objeto de estudo – a circulação de livros e impressos na Província de São Paulo – na discussão realizada nos e pelos próprios periódicos, acerca do contexto da imprensa e dos leitores na Província de São Paulo, na década de 1870. Afinal, eram eles (os jornais) os principais suportes de veiculação de publicidade dos livros e impressos,

* Professora do Departamento de História da Universidade Estadual de Londrina – UEL – PR. Doutora pela Universidade Estadual Paulista – Câmpus de Assis. Pós-doutorado pelo Instituto de Estudos da Linguagem – IEL – Unicamp. É líder do grupo de pesquisa “Cultura e Política na América Portuguesa e no Império do Brasil”, que congrega outros pesquisadores. Autora do livro *Erudição e Ciência: as procelas de Júlio Ribeiro no Brasil oitocentista*, publicado pela Editora Unesp (2008) e de artigos publicados em revistas nacionais e estrangeiras.

isto é, constituíam-se em um dos meios que tornavam possível dar a conhecer o universo do repertório de impressos disponíveis para o público leitor. Junto a esse propósito, procuraremos, ainda que de forma incipiente, mostrar quem eram os livreiros e agentes de livrarias que compareciam nos jornais pesquisados, a fim de ter elementos para pensar como se davam as conexões do comércio de impressos na Província de São Paulo, na década de 1870.

Por que focar a circulação de livros e ideias na Província de São Paulo com base nos periódicos acima citados? Antes de tudo, porque se situavam em núcleos urbanos importantes do âmbito provincial na segunda metade do século XIX – São Paulo e Campinas. Em outras palavras: localidades expressivas da expansão cafeeira conjugada à malha ferroviária da Companhia Paulista, que incluía, em seu roteiro: um porto cosmopolita, Santos; a capital da província, ponto de entroncamento de ferrovias (como a São Paulo Railway e a Ituana); Campinas, a capital agrícola; Itu, sede da Convenção Republicana; e a jovem Rio Claro.¹ Ao lado da expansão econômica, a ferrovia, segundo Ana Luiza Martins, ajudava a transportar os “símbolos” da civilização:

Neste roteiro [o da Companhia Paulista] proliferavam teatros, escolas particulares cunhadas na proposta científica ao gosto do ideário da época, escolas noturnas para as camadas desfavorecidas, instituições culturais diversas, imprensa próspera, lojas maçônicas fortes e em todas elas gabinetes de leitura.²

Em tal cenário de florescimento econômico e cultural, as ferrovias influenciaram também a distribuição dos jornais, tornando-a diária a partir de 1873 (entre Santos, São Paulo, Jundiaí, Campinas e Itu, por exemplo). Nas localidades aonde os trilhos não tinham chegado, a distribuição ainda era feita a cavalo.³

Tendo em vista que o propósito desta investigação reside no exame da circulação de livros nos e pelos jornais, aventou-se a hipótese de que os periódicos selecionados não se restringiam aos leitores das cidades de São Paulo e Campinas, mas estendiam-se a um público mais amplo. Tal premissa, mesmo que indiretamente, tem-se confirmado na

¹ Cf. DEBES, Célio S. *A Caminho do Oeste: subsídios para a história da Companhia Paulista de Estradas de Ferro e das Ferrovias de São Paulo (1832-1869)*. São Paulo: Edição comemorativa do centenário da Companhia Paulista, 1968.

² MARTINS, Ana Luiza. *Gabinetes de Leitura da Província de São Paulo: a pluralidade de um espaço esquecido (1847-1890)*. Dissertação (Mestrado), Universidade de São Paulo, 1990, p. 160.

³ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966, p. 240.

pesquisa por meio dos indícios que os próprios jornais oferecem, seja no cabeçalho dos jornais (o preço da assinatura na localidade e fora dela), seja por meio dos próprios “reclames”, como o da *Livraria Internacional*, publicado em o *Diário de Campinas*, em 24 de novembro de 1876, que informa: “Remmetem-se livros pelo correio ou estradas de ferro”.⁴ Outras vezes, deixam ainda mais claros os lugares nos quais há o serviço de envio de livros e outros artigos, como figura na parte *Avisos* do jornal *A Província de São Paulo*, com a chamada *Campinas – Encommendas de Livros*, em que a mesma livraria informa ao público: “Safisfazem-se prontamente quaisquer encomendas de livros das cidades seguintes: Mogy-Mirim, Limeira, Amparo, Rio Claro, Bethlem do Descalvado, Jundialy – QUADRO PARA SALAS, as últimas publicações, na LIVRARIA INTERNACIONAL.”⁵

Essas cidades – Campinas e São Paulo – cumpriam, assim, o papel de centros irradiadores das discussões político-culturais para as outras paragens da província. E os jornais constituíam não apenas os principais veículos de disseminação das ideias por meio dos comentários de livros – fossem estes nacionais ou estrangeiros; eram também difusores do comércio das obras escritas, mediante os anúncios de livreiros estampados em suas páginas.

Enfim, os periódicos foram eleitos como uma espécie de “museu natural” e de “manual histórico em miniatura”, para usar os termos de Flora Süssekind, ao referir-se à imprensa brasileira das primeiras décadas do século XIX:

E, museus de tudo, as folhas recreativas e as “Miscelâneas”, seções de “Variedades”, “Folhetins”, “Apêndices” e “Fatos Diversos” dos periódicos das primeiras décadas do século XIX talvez tenham sido, a seu modo, uma espécie de versão local da *Encyclopédie*. Assim como tentativas conscientes de suprimir falhas na formação e na instrução de seus leitores potenciais.⁶

Não obstante os jornais selecionados para a presente pesquisa situem-se numa periodização distinta dos tratados pela autora, considerá-los como uma versão local da *Encyclopédie* tem contribuído para o desenvolvimento deste trabalho investigativo.

⁴ *Diário de Campinas*, 24 dez. 1876, n. 660, p.3. Optou-se por manter a ortografia, sintaxe e pontuações originais das fontes pesquisadas.

⁵ *A Província de São Paulo*, 22 out. 1876. O anúncio referido foi publicado em várias outras edições desse ano.

⁶ SÜSSEKIND, Flora. *O Brasil não é longe daqui: o narrador, a viagem*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990, p. 78-79.

Afinal, apesar da inserção cultural de tais periódicos não ter sido dissociada da política republicana –partidária ou não –, os jornais pretendiam-se veículos de instrução e civilização. Ademais, boa parcela dos homens ligados à *Província de São Paulo*, à *Gazeta de Campinas* e ao *Diário de Campinas* era fruto social da expansão econômica da Província. Portanto, a escolha desses periódicos explica-se não somente pelo fato de haverem sido publicados em localidades provinciais representativas da expansão cultural e econômica local – como acima explicitado –, mas também por terem sido atuantes no processo de sua modernização, em parte influenciando na constituição de um mercado livreiro em São Paulo, bem como de uma determinada cultura de leitura – a qual, por sua vez, interferiu na formação de uma cultura política.

Ainda que a pesquisa se interesse mais especificamente pelos comentários de livros e pelos anúncios de livros e de impressos em termos gerais (periódicos e revistas), é preciso vê-los no conjunto da formatação do jornal. Notamos, por exemplo, que havia um padrão, embora não constituísse regra, de espaços relacionados à divulgação das *Bellas Letras*. Os textos de “prosa-de-ficção” eram publicados no rodapé – lugar que já se havia tornado tradicional na publicação dos folhetins –, quase sempre seguindo a ordem de autores estrangeiros na primeira página e nacionais na segunda. O corpo dos jornais continha uma coluna fixa, designada *Artes e Letras*, nos jornais de Campinas, e outra, denominada *Letras e Artes*, n’*A Província de São Paulo*, em que apareciam resenhas, comentários e discussões literárias. Embora não fosse, particularmente, relativa a temas literários, havia também a seção *Bibliografia*, na qual se apresentavam obras e autores – aliás, foi mais constante no jornal *A Província de São Paulo*. Havia também a coluna *Variedades*. Entre outros formatos literários, publicavam-se trechos de folhetim. Na parte *Noticiário e Avisos*, era comum divulgar publicações e agradecer por livros, jornais e revistas recebidos. Sem seção específica, poemas foram publicados na primeira e na segunda páginas dos jornais. Nas últimas, três e quatro, entre anúncios em geral, figuravam os anúncios de livreiros de Campinas, São Paulo e Rio de Janeiro – e também muita publicidade de periódicos estrangeiros. Anunciavam-se, também, as publicações de revistas e almanaques; por exemplo, os almanaques literários de São Paulo e de Campinas, a revista *República das Letras*, de São Paulo, etc. – empreendimentos dos mesmos homens ligados aos jornais citados.

No Brasil do oitocentos, a imprensa era tida como um dos índices medidores da civilização e do progresso de um país. Desde as fases iniciais de nossa imprensa é possível

notar a tendência em inventariá-los. Nesse sentido, Tania Bessone e Lúcia Bastos Neves, nos dão notícia de que a revista

O Beija Flor [annaes brasileiros de sciencia, política e literatura], em seu quarto número, [publicado em 1830], trazia uma interessante e sugestiva informação sobre a imprensa no Brasil. Afirmava que em 1827 registravam-se apenas 12 ou 13 periódicos e, naquele momento, conforme “conta retirada da *Aurora* [Fluminense]”, totalizavam 54 para todo o Império; destes, 16 pertenciam à Corte, sendo que em 1827, havia apenas 8. Desse modo, “se os progressos da Imprensa fossem os degraus certos de um termômetro para o adiantamento da civilização, podíamos nos felicitar de nosso avançamento, pois que de quatro anos para cá o número das publicações periódicas tem quadruplicado no Brasil”.⁷

Passadas mais de três décadas dessa estatística publicada pel’ *O Beija-Flor*, num contexto de apresentação da imagem do País na Exposição Universal de 1876, ocorrida na Filadélfia (EUA), o Império realizou um relatório para apresentar os dados acerca da imprensa no Brasil. Os dados contidos nesse relatório foram divulgados pela imprensa brasileira. No que toca à imprensa paulista, foi publicado, na seção *Noticiário*, do jornal *A Província de São Paulo*, uma relação com o número de órgãos de imprensa no Brasil, conforme os dados mencionados no relatório, o que é reproduzido a seguir:

Jornalismo no Império – Segundo o relatório destinado á exposição universal de 1876, em Philadelphia, publica-se no Brazil o seguinte numero de diarios, semanários, revistas scientificas, folhas caricatas, etc., referidas conforme as respectivas províncias e município neutro.

Côrte	44
S. Paulo	43
Rio de Janeiro	25
Rio Grande do Sul	25
Pernanbuco	23
Bahia	21
Pará	17
Minas Geraes	16
Ceará	9
Espírito Santo	9
Alagoas	9
Rio Grande do Norte	7
Piauy	7
Amazonas	6
Parayba	6
Santa Catharina	5
Sergipe	4

⁷ BESSONE, Tania; NEVES, Lúcia Bastos Pereira das. *Impressores, livreiros, livros e conceitos: circuito de circulação das ideias entre Brasil, Portugal e França, ao longo do oitocentos*, p.11. Versão eletrônica disponível em <http://redeshistoria.pro.br/c.php?c=projetos-em-andamento>, acessada em 20 de julho de 2014.

Goyas	2
Matto-Grosso	2

A soma geral ascende á 293.⁸

Dos 293 impressos, a província do Rio de Janeiro (junto aos periódicos da Corte) totaliza 65 periódicos. Em seguida, vinha a província de São Paulo, com 43 publicações. Esses dados foram motivos de regozijo entre os paulistas e parecem ter mobilizado na imprensa uma discussão acerca do índice de civilização que essas informações representavam. Ao menos, os paulistas apropriaram-se, na ocasião, para referendar uma autorepresentação que vinha ao encontro de um momento de prosperidade econômica e de modernização nos hábitos e costumes na província de São Paulo.

No editorial do jornal *A Província de São Paulo*, no artigo *Jornais e leitores* – publicado na primeira página e ocupando duas colunas –, é possível ter uma ideia do que tais dados sobre a imprensa paulista mobilizaram na ocasião: “Uma estatística, que corre na imprensa, dá a S. Paulo como uma das províncias que possuem maior numero de publicações periódicas. Mais de uma vez esses dados encheram estirados periódicos em louvor de nossa virilidade provinciana.”⁹

Conquanto o autor não coloque em dúvida o lugar de primazia da imprensa paulista, quando comparada com a de outras províncias do Brasil, como a de Pernambuco, por exemplo, ele prossegue o artigo de maneira bastante interessante, afirmando que as estatísticas haviam provocado pronunciamentos eufóricos por parte da imprensa do País, em especial da província de São Paulo. No entanto, indaga se os elogios eram feitos “Com razão? Com exageração?”. E ele mesmo responde: “Há ahi mais rethorica que realidade”. Isso porque, segundo ele, “faltam leitores”. Esses não dispensariam os “figurinos parisienses”, a “cerveja dos alemães”, as “estradas de ferro”, os “engenheiros” ingleses... Conclui dizendo que, distintamente dos “grandes centros civilizados, quer da Europa, quer da América do Norte, e mesmo do Rio da Prata; dispensa-se, no Brasil, aquilo que é essencial – a leitura, as bibliotecas, o livro e o jornal”.¹⁰

Importa observar que, a prática de leitura não se restringia àqueles que sabiam ler (ou seja, aos alfabetizados), mas estendia-se também aos analfabetos, que ouviam os

⁸ *A Província de São Paulo*, 09 jan. 1876, n. 292, p. 3.

⁹ *A Província de São Paulo*, 23 jan. 1876, n. 304, p. 1.

¹⁰ Id. ib.

que outros liam em voz alta. Em outras palavras, a oitiva. Mesmo tendo em conta essa prática, é importante sabermos acerca do número de alfabetizados na Província de São Paulo no período. A *Gazeta de Campinas*, em 1877, reproduz os dados sobre o analfabetismo na província de São Paulo, baseados nas informações estatísticas do inspetor de instrução pública da província. Conforme esses dados, os analfabetos eram maioria tanto entre os membros da população livre quanto entre os escravos. Numa totalidade populacional de “873.354 almas são analfabetos 253.327 homens e 248.348 mulheres livres e 87.059 homens e 68.549 mulheres escravas, perfazendo uma soma de 696.183 analphabetos”.¹¹

Tendo em vista esses dados sobre o analfabetismo na província de São Paulo, o articulista d’*A Província de São Paulo* teria razão: “Faltam leitores”. Entretanto, sem querer tirar sua razão a respeito da falta de leitores, é preciso também levar em conta o lugar social ocupado pelo articulista. O artigo faz parte do editorial. Na maioria das vezes, nessa seção eram publicados textos saídos da pena de seus redatores. Entre os redatores d’*A Província de São Paulo*, figuraram Rangel Pestana e Américo de Campos, que também estavam à frente do jornal e eram seus dois maiores acionistas. O artigo foi publicado quando o jornal tinha somente um ano de existência (1876) e passava por uma fase financeira difícil.¹² Não se pode desconsiderar esse contexto do jornal, pois provavelmente ele também influenciou no diagnóstico, acima referido, sobre a leitura no Brasil.

Por isso, talvez, o redator insista em afirmar, no artigo, e por diversas vezes, que as “mais modestas fortunas” não vacilam em gastar seu dinheiro nas “despesas de ocasião”: “meia dúzia de garrafas de cervejas ou uma ceia no Restaurant, acolá uma boneca que fala ao afilhado, outro dia um passeio de carro nos arrabaldes, mais adiante uma caixa de charuto, depois, aquela futilidade galante de uma modista, adiante outra preciosidade ainda mais fútil”. No que diz respeito ao jornal, a “cousa é outra”, segundo o articulista: “Sómente os mais ousados atrevem-se á prodigalidade de assignar uma folha, cuja despeza entretanto é dous ou três vinténs por dia; o preço de um mão charuto;

¹¹ *Gazeta de Campinas*, “Instrucção publica”, 05 mai. 1877, p. 2.

¹² Cf. SCHWARCZ, Lilia Moritz. *Retrato em branco e negro: jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, p. 88.

a metade ou o terço do valor de um havano; a sexta ou sétima parte do que custa um sorvete; o custo de um café no botequim!”¹³

Esses detalhes acerca dos produtos cujo preço equivaleria ao da folha diária parecem denotar a preocupação de quem está à frente de um jornal. Na mesma época do artigo, *A Província de São Paulo*, como forma de aumentar a venda de exemplares, inaugurou no Brasil uma nova prática – o da venda avulsa do jornal nas ruas (a partir de 23 de janeiro de 1876). Até essa data, a venda avulsa só era feita nas redações e oficinas dos periódicos. A ideia veio de francês Bernard Gregoire – funcionário da oficina –, que havia antes tido essa experiência, quando trabalhava no *Le Petit Journal*, de Paris, o qual tinha como proprietário Moise Polyodore Millaud. Este, seguindo os passos de Émile de Girardin, revolucionou a imprensa francesa, tornando-a de massa.¹⁴ Gregoire passa a usar as páginas de anúncio de *A Província de São Paulo* para discriminar quais eram os jornais por ele vendidos e para divulgar a nova prática. Vejamos um anúncio, saído em 30 de janeiro de 1876, a cuja diagramação obedecemos:

Vendedor de jornaes

MR. BERNARD GREGOIRE, condecorado com a Cruz de Bronze e a Medalha de Honra, ex-vendedor do “Petit Journal” de Pariz e da “Gazeta de Noticias” do Rio de Janeiro, tem a honra de prevenir ao respeitável publico o seguinte:

Todos os dias vende o jornal – A PROVINCIA DE SÃO PAULO, nas ruas e na estação da linha férrea.

Aos domingos também venderá o COARACY.

S. Paulo, 29 de janeiro de 1876.¹⁵

O artigo do qual se vem tratando – *Jornaes e Leitores* – é muito valioso para a presente pesquisa, porque, além do já exposto, também permite pensar que, mesmo depreciando o consumo das últimas novidades europeias em detrimento do consumo de jornais e de livros, o articulista acaba por dar os indícios das transformações urbanas e dos hábitos na década de 1870. Uma série de produtos é anunciada nas páginas 3 e 4 dos

¹³ *A Província de São Paulo*, 23 jan. 1876, n. 304, p. 1.

¹⁴ Conforme Marlyse Meyer, *Le Petit Journal* é o “protótipo e sinônimo de toda a chamada *petite presse*, sem pretensões políticas ou literárias, visando as novas camadas sociais que aderiram à leitura e ao prazer de um novo romanesco multiplicado pelas folhas baratas e rapidamente divulgadas. Porque Millaud não só inventa um novo gênero jornalístico como também um sistema de distribuição nacional rápido e eficiente, [inaugurando] a fórmula de venda avulsa.” MEYER, Marlyse. *O Folhetim: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 97.

¹⁵ *A Província de São Paulo*, 30 jan. 1876, n. 309, p. 4.

jornais paulistas selecionados, até mesmo os charutos Havana e a moda francesa (citados pelo autor). Mas também os chocolates “Marquis”, lojas especializadas nas modas feminina, masculina e infantil, produtos para facilitar a vida doméstica e máquinas para aumentar a produtividade...

Em meio aos anúncios de uma diversidade de produtos e da compra e venda de escravos, apregoavam-se muitos e muitos livros, além de jornais nacionais e estrangeiros, pelas páginas dos periódicos pesquisados. Se anunciavam, a nosso ver, é porque existiam consumidores e leitores. O próprio editorial do qual vimos falando, diz, com um certo desdém: “[...] a mãe de família percorre uma vez ou outra os anúncios, o obituário; meia hora depois o jornal é transformado em chapéu armado a coroar a cabecinha do buliçoso anginho do Iar, que é afinal de contas [...] quem melhor aprecia o desdenhado quadrado de papel.”¹⁶

Em contraposição a esse diagnóstico negativo do editorial d’*A Província de São Paulo*, surge, no ano seguinte (1877), a reprodução de um artigo publicado no jornal *Instrução Popular*, do Rio de Janeiro, em a *Gazeta de Campinas*. Não por acaso, foi publicado no jornal campineiro, pois particularizava a província de São Paulo no que tange ao hábito da leitura. Esse artigo tem um teor explicitamente político, exaltando os paulistas no que se refere às iniciativas individuais no âmbito dos melhoramentos no setor de transportes, com a construção de estradas de ferro. Também se elogiava a esfera educacional, salientando a criação de várias escolas, como ênfase para o colégio *Culto à Ciência*, de Campinas – iniciativa, aliás, dos republicanos –, como instituição que preparava os jovens para “as lutas da civilização e do progresso”. Indagava o autor: “Qual a razão deste phenomeno? [...] Porque a província de S. Paulo tanto se distingue entre outras?”. Tal particularidade, segundo o artigo, deve-se ao fato de que “É em S. Paulo onde mais se lê”.¹⁷

Com muitos ou poucos leitores – de acordo com as representações que se vêm examinando –, o fato é que o número de “reclames” de livrarias e de seus agentes é abundante na década de 1870. Isso indica que havia consumidores de impressos. Conforme Laurence Hallewell, em *O livro no Brasil: sua história*, foi nas décadas de 1860 e 1870 que se deu o início da emergência do comércio livreiro na capital paulista,

¹⁶ *A Província de São Paulo*, 23 jan. 1876, n. 304, p. 1.

¹⁷ *Gazeta de Campinas*, 13 jan. 1877, p. 1.

impulsionado pelos estudantes da Academia de Direito e por uma série de transformações materiais associadas à expansão da cafeicultura, a qual aumentou a riqueza circulante e imprimiu hábitos de uma vida tipicamente urbana à cidade de São Paulo. Portanto, para o autor, foi na segunda metade do século XIX que se assistiu, em São Paulo, à emergência do comércio das obras escritas, com destaque para o papel do francês A. L. Garraux. Este, que se tornaria o livreiro mais importante de São Paulo no último quadriênio do Oitocentos, iniciou sua trajetória na condição de empregado de uma filial da famosa livraria de Baptiste Louis Garnier (cuja inauguração se deu em 1844, no Rio de Janeiro), instalada na cidade de São Paulo, em 1860. Esse fato, por si, como sublinha Hallewell, denota a existência de uma significativa demanda por livros em São Paulo.¹⁸

Além de Garraux, quais teriam sido os livreiros que publicaram anúncios nos jornais de São Paulo e Campinas? Nossa pesquisa encontra-se numa fase na qual estão sendo identificados os itinerários dos mediadores no universo dos impressos – livreiros, editores, agentes de livrarias e de periódicos, vendedores ambulantes – tidos aqui como “transmissores culturais ativos”, na expressão de Diana Cooper-Richet, por sua função e por seu desempenho na vida cultural, política e editorial do período.¹⁹

Por meio dos anúncios publicados no jornal *A Província de São Paulo*, foi possível constatar que, embora a *Livraria Brasileira-Allemã*, de Ricardo Mattes, ocupasse um espaço relevante, tanto no que tange à página ocupada por seus anúncios quanto no que se refere à frequência com que anunciava, a preeminência era de A. L. Garraux no mercado livreiro de São Paulo. A *Livraria Acadêmica* de Garraux, chegava a ocupar quase uma página inteira da edição dominical (em vários números dos anos de 1875 e 1876). Tendo como base o referido anúncio, pode-se verificar que a Casa Garraux buscava construir sua singularidade com relação aos livreiros da corte, recorrendo à estratégia do curto tempo na entrega dos livros e periódicos estrangeiros, os quais, “sendo recebidos diretamente da Europa pelo correio são entregues antes das assignaturas feitas por intermédio de qualquer casa do Rio de Janeiro, é impossível haver maior celeridade”.²⁰ O anúncio em questão, além de mostrar que a ligação de Garraux se dava

¹⁸ HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil: sua história*. 3.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012, p. 226-227.

¹⁹ COOPER-RICHET, Diana, MOLLIER, Jean-Yves & SILEM, Ahmed (Orgs.). *Passeurs culturelles dans le monde des médias et de l'édition en Europe: XIX e XX Siècle*. Villeurbanne: E.N.S.S.I.B, 2005.

²⁰ *A Província de São Paulo*, 06 jan. 1876, p. 4.

de maneira direta com a Europa, sem intermediação, por livreiros da corte, também busca demarcar a sincronia do Brasil com o resto do mundo, ou seja, indicar a inserção do País na modernidade. Sobre esse aspecto, encontramos um dado, num anúncio da *Livraria Internacional* de Campinas, que indica a ligação direta desse estabelecimento com os livreiros de Portugal: “Tendo chegado de Santos, uma avultada remessa de livros feita pela Livraria Moré, do Porto, resolvemos liquidar diversas facturas, fazendo considerável abatimento dos preços.”²¹

Além disso, por meio da *Gazeta de Campinas* e do *Diário de Campinas*, descobrimos, na década de 1870, dois agentes de A. L. Garraux na cidade: Alexandre Pirret e Romão Vidal. Soma-se a esses dois agentes do universo livresco o nome de John H. Bryan, representante de diversos periódicos estrangeiros, com destaque para o jornal *O Novo Mundo*, feito em Nova Iorque, por José Carlos Rodrigues. Além desses representantes, nos anos 1870, três outras livrarias aparecem nas páginas dos anúncios: a já mencionada *Livraria Internacional*, de Gaspar da Silva, a qual mudaria de proprietário em 1878, passando para *Meynar & Comp.*; a livraria *Paraíso Terrestre*, de Guilherme de Lima, e a *Livraria Universal*, de Henrique de Barcellos (1879-1881).

Para a análise de tal material, que ainda se fará, deve-se privilegiar o enfoque comparativo dos anúncios feitos pelas livrarias. Essa comparação pode indicar se havia homogeneidade ou não nos títulos divulgados; se seus preços variavam de uma livraria para outra; se as estratégias de vendagem assemelhavam-se; com que frequência imprimiam seus anúncios e quais eram as dimensões do espaço que os livreiros compravam nos jornais, para divulgar seus acervos. Afinal, se a circulação dos livros for estudada sem atentar para seus mediadores, a visão do universo da difusão dos livros fica incompleta.

Os livreiros são concebidos aqui segundo a perspectiva de Robert Darnton, que os vê como os “intermediários esquecidos”, como o elo menos familiar do circuito do livro – ou seja, entre a produção e o consumo, entre o autor e o leitor.²² No universo heterogêneo dos intermediários do livro, o autor considera o livreiro o mediador mais significativo do ponto de vista da efetivação do processo de transmissão de ideias, pois opera na área crucial em que a oferta e a demanda se cruzam. Sob essa ótica, pode-se

²¹ *Diário de Campinas*, 28 dez. 1877, n. 660, p. 3.

²² DARNTON, Robert. “Os intermediários esquecidos da literatura” In: *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p. 150.

pensar que os anúncios de jornais seriam algumas das formas de materializar o elo entre livreiro e leitor (ou, ao menos, o leitor em potencial). E, se refletirmos acerca do que sugere Jean Marie Goulemot a respeito das bibliotecas – vistas como um espaço que realiza a vocação de pôr fim “à dispersão dos saberes e à errância dos homens de cultura”²³ –, é possível afirmar que o livreiro (guardadas as devidas proporções) pode ser visto como um agente que, por meio da difusão e da divulgação de livros, retira as culturas de seu “lugar” e as aproxima dos leitores, sejam eles efetivos ou potenciais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BESSONE, Tania; NEVES, Lúcia Bastos Pereira das. *Impressores, livreiros, livros e conceitos: circuito de circulação das ideias entre Brasil, Portugal e França, ao longo do oitocentos*. Versão eletrônica disponível em <http://redeshistoria.pro.br/c.php?c=projetos-em-andamento>, acessada em 20 de julho de 2014.

COOPER-RICHET, Diana, MOLLIER, Jean-Yves & SILEM, Ahmed (Orgs.). *Passeurs culturelles dans le mond des médias et de l'édition en Europe: XIX e XX Siècle*. Villeurbanne: E.N.S.S.I.B, 2005.

DEBES, Célio S. *A Caminho do Oeste: subsídios para a história da Companhia Paulista de Estradas de Ferro e das Ferrovias de São Paulo (1832-1869)*. São Paulo: Edição comemorativa do centenário da Companhia Paulista, 1968.

DARNTON, Robert. “Os intermediários esquecidos da literatura” In: *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GOULEMOT, Jean-Marie. *O amor às Bibliotecas*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

MARTINS, Ana Luiza. *Gabinetes de Leitura da Província de São Paulo: a pluralidade de um espaço esquecido (1847-1890)*. Dissertação (Mestrado), Universidade de São Paulo, 1990.

MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SCHWARCZ, Lília Moritz. *Retrato em branco e negro: jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966.

²³ GOULEMOT, Jean-Marie. *O amor às Bibliotecas*. São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 47.

SÜSSEKIND, Flora. *O Brasil não é longe daqui: o narrador, a viagem*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

