

**PROSA FICCIONAL E IMPRENSA PERIÓDICA NO RIO DE JANEIRO
OITOCENTISTA**

Ana Laura DONEGÁ

Juliana Gaiola SAGRADIM

(Orientadora): Profa. Dra. Márcia Azevedo de Abreu

RESUMO: Este artigo apresenta um estudo comparativo dos dados referentes a anúncios de obras ficcionais encontrados entre os anos de 1840 e 1842 nos periódicos cariocas *Diário do Rio de Janeiro* e *Jornal do Commercio*. Essa comparação visa a identificar, em cada jornal, semelhanças e/ou diferenças nos títulos anunciados e nos livreiros que faziam suas propagandas. Por meio deste panorama obtido pela análise dos dados, é possível constatar que a quantidade de obras produzidas e difundidas na época era muito maior do que os escassos títulos atribuídos a este período pelas Histórias Literárias atuais, que causam a falsa impressão de que pouco se produzia e se comercializava no mercado livreiro.

Palavras-chaves: História do livro – prosa ficcional – livreiros – circulação livreira – imprensa

Introdução

No presente texto, apresentamos um estudo comparativo realizado a partir dos anúncios alusivos à venda de obras em prosa ficcional, veiculadas entre 1840 e 1842 em dois periódicos de grande circulação no Rio de Janeiro, então capital brasileira, o *Diário do Rio de Janeiro* e o *Jornal do Commercio*.

Inicialmente abordamos as obras comercializadas tendo em vista os critérios de língua de composição original e data de publicação inicial. Essas informações são preciosas quando se pretende descobrir que livros eram mais apreciados e efetivamente conhecidos pela população fluminense da época – estrangeiros ou nacionais, traduzidos ou na língua de composição, antigos ou de produção recente.

Em um segundo momento, concentramo-nos na análise dos livreiros anunciadores de cada jornal, de modo a procurar conhecer as peculiaridades desses comerciantes. Essa abordagem se mostrou especialmente produtiva, pois permitiu que percebêssemos alguns traços particulares de cada jornal.

Escolhemos periódicos como fontes de pesquisa pelo fato de que estes constituem uma riquíssima fonte de informações a respeito dos acontecimentos, da sociedade, de suas formas de socialização e de lazer e, mais diretamente, relacionado ao nosso assunto, a prosa ficcional em circulação. A importância do estudo de dados retirados de periódicos foi comprovada, quando observamos, por meio dos anúncios, que uma grande quantidade de livros era

comercializada, contradizendo a Historiografia Literária, que apresenta um número reduzido de títulos referentes ao que era lido e produzido na época. Entre os títulos que encontramos constam tanto obras posteriormente canonizadas e, assim, presentes nas Histórias Literárias atuais, como também outras que, apesar de muito difundidas na época, são desconhecidas pelo público atual. Dados como estes só poderiam ser encontrados nas páginas destes jornais, que mostram com clareza o cotidiano do leitor fluminense.

Iniciamos, assim, com breves considerações a respeito dos jornais *Diário do Rio de Janeiro* e *Jornal do Commercio*, que apresentamos a seguir.

Os jornais

O *Diário do Rio de Janeiro*, fundado em 1º de junho de 1821 pelo português Zeferino Vito de Meireles, administrador da Imprensa Régia do Rio de Janeiro, foi o primeiro periódico informativo diário a circular no Brasil. Informativo ao extremo, pois, como escreve Nelson Werneck Sodré, “a folha era deliberadamente omissa nas questões políticas”¹. Esse jornal procurava fornecer ao leitor notícias locais – como assassinios, furtos, espetáculos teatrais, preços de gêneros chegados à Corte – bem como anúncios de vendas em geral – incluindo os livros anunciados pelas livrarias locais. Encontramos anúncios de livros de natureza diversa, como de medicina, direito, geografia, gramáticas, dicionários e muitos romances, os quais eram denominados, na maioria das vezes, como *novellas*.

O *Diário do Rio de Janeiro* reinou praticamente absoluto até 1827, quando foi fundado o *Jornal do Commercio*. Seu fundador, o francês Pierre Plancher, era também dono de uma tipografia instalada no Rio de Janeiro, onde imprimiu folhinhas, leis e papéis avulsos, além de vender livros e calendários. A proposta do *Jornal do Commercio* era de, além da informação, trazer importantes elementos do quadro político, ampliando a linha percorrida pelo *Diário*. Segundo Sodré, era um órgão da chamada “imprensa áulica”, ou seja, a da Coroa portuguesa, sendo, portanto, de “direita conservadora”².

As obras

As informações apresentadas ao longo do texto são fruto de uma pesquisa desenvolvida junto a outros participantes, que tem como objetivo o estudo do

¹ SODRÉ, N. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, p. 50.

² SODRÉ, N. W. *idem*, p. 110.

Diário do Rio de Janeiro e *Jornal do Commercio* ao longo de todo o século XIX³. Devido à necessidade de delimitação, tomamos o período 1840 – 1842 para efeito de comparação.

Com o interesse em saber mais sobre as obras ficcionais que circulavam na capital carioca, conhecer sua origem e atualidade, levantamos um total de 107 anúncios no *Jornal do Commercio* e 86 no *Diário do Rio de Janeiro*. Em seguida, baseamos nosso estudo nos seguintes critérios: a língua de composição original e data de publicação inicial.

Em *Como e por que ler o Romance brasileiro*, Marisa Lajolo, quando trata dos romances comercializados em território brasileiro no início de 1840, diz:

A influência francesa era de tal monta que se pode dizer que a França dominava o mercado de livros no Brasil. (...) há anúncios em português, mas que também atestam a preferência do mercado pela mercadoria *made in France*.⁴

Os anúncios referentes à venda de textos ficcionais encontrados nos jornais em questão comprovam o domínio da literatura francesa destacado por Marisa Lajolo. Traduzidos ao português, ou, em menor número, na língua de composição original, o fato é que as obras francesas preponderam sobre os demais. Livros como *O novo Gulliver*, *Os dois Robinsons*, *Novelas Galantes*, *Thesouro de meninos*, *Thesouro de meninas*, *Mil e huma noites*, *Aventuras de hum homem de qualidade*, *Histórias da Tartaria*, *Diabo coxo*, *História de Carlos Magno*, *Bacharel de Salamanca*, *Amigos e rivaes, ou Henriqueta e Lucia*, *Carolina de Litchfield*, ou *Trimpho da virtude* e *Mil e huma noites* são por diversas vezes anunciados, o que revela que as obras francesas iam bem ao gosto dos brasileiros da época. É interessante também destacarmos que *Os dous Robinsons* e *O novo Gulliver* são, respectivamente, uma adaptação e uma continuação francesas dos livros inglesas *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe, e *Gulliver's Travels*, de Jonathan Swift. As obras francesas, assim, parecem de fato superar as inglesas, mesmo quando se trata composições inspiradas em textos escritos originalmente em inglês.

Os dois romances mais anunciados pelos jornais *Diário do Rio de Janeiro* e *Jornal do Commercio* são também de proveniência francesa. Trata-se de *Aventuras de Telêmaco* e *História de Gil Braz de Santilhana*. O primeiro, escrito por François de Salignac de la Mothe-Fénélon, sob o título *Les Aventures de Télémaque*, conta a história do filho de Ulisses que, aflito com a

³ Nessa pesquisa, desenvolvida sobre coordenação da Prof.^a Dr.^a Márcia Abreu, examinamos os jornais buscando textos de crítica literária, cartas de leitores sobre romances, bem como anúncios de obras à venda e de leilões.

⁴ LAJOLO, M. P. (2004). *Como e por que ler o romance brasileiro*. Editora Objetiva, Rio de Janeiro.. p. 38

destruição dos bens paternos pelos admiradores de sua mãe, parte, acompanhado por seu mentor, em procura do pai. Encontramos, nos dois jornais, dezoito textos alusivos à venda dessa obra, o que a torna, de fato, a mais anunciada na época. Muitas vezes os anúncios apresentam esse romance apenas como *Telêmaco*, de modo que se pode inferir um alto grau de familiaridade com a obra, já que não é necessário expor muitas explicações sobre ela em seu título.

A mesma proximidade pode ser observada no segundo colocado na lista dos mais anunciados, *História de Gil Braz de Santilhana*, apresentado diversas vezes na forma resumida de *Gil Braz*. A produção, de Alain René Lesage, cujo título original é *Histoire de Gil Blas de Santillane*, um romance picaresco, no qual se narram as peripécias de um sujeito maroto, ardiloso, o jovem Gil-Braz. Ele é um criado que, na constante troca de patrões, descobre as mazelas escondidas por eles e, assim, ascende socialmente, chegando a tornar-se homem de confiança do rei. Em nossa pesquisa, descobrimos um grande número de anúncios referentes a essa obra – um total de treze, nos dois jornais –, fato que demonstra sua larga comercialização na época em questão.

Embora o domínio de livros franceses seja incontestável, livros compostos em outras línguas também marcam sua presença e, vale dizer: essa presença, apesar de tímida se comparada à francesa, é significativa. Merecem menção especial as obras inglesas *Aventuras de Robinson Crusoe*, *Viagens de Gulliver*⁵ e *Pamela, ou a Virtude recompensada*. Os anúncios freqüentes, encomendados por diversos livreiros, revelam que esses livros foram amplamente vendidos no Rio de Janeiro do início de 1840.

Dentre os livros apreciados pelos brasileiros nesse período, havia espaço também aos de origem italiana e espanhola. *Astúcia de Bertoldo*, *Vida de Cacasseno* e *Simplicidade de Bertoldinho*, escritos originalmente em língua italiana, foram anunciados diversas vezes. A obra-prima de Miguel de Cervantes, *O Engenhoso Fidalgo D. Quixote de la Mancha*, também é mencionado nos anúncios retirados dos jornais.

Portanto, através da análise dos anúncios publicados no *Diário do Rio de Janeiro* e no *Jornal do Commercio*, notamos que, entre os anos de 1840 e 1842, a grande maioria das obras ficcionais comercializados era traduzida de línguas européias, em especial, do francês e, em menor número, do inglês, italiano e espanhol.

Passemos, agora, à segunda abordagem de nosso estudo: a data de publicação inicial de textos de prosa ficcional anunciados na seção de livros à venda dos jornais cariocas *Diário do Rio de Janeiro* e *Jornal do Commercio*. A

⁵ Vale lembrar que, como dissemos anteriormente, as obras *Robinson Crusoe* e *Viagens de Gulliver* renderam, respectivamente, a adaptação francesa *Os dous Robinsons* e a continuação, também francesa, *O novo Gulliver*. Estas que também fizeram muito sucesso entre o público carioca, o que comprova a grande popularidade das obras originais.

mais antiga obra comercializada a qual encontramos referência, é *História de Carlos Magno, e dos doze pares de França*, também designada por *Autos de Carlos Magno*, ou simplesmente como *Carlos Magno*. Ao que tudo indica, a primeira versão francesa data de 1490⁶, portanto, há uma distância de mais de quatro séculos entre os leitores e a época em que o livro foi composto. Encontramos apenas uma propaganda, no *Diário do Rio de Janeiro* de 11 de março de 1840, no qual declarava-se a venda desse livro. No entanto, é interessante perceber a presença de outros escritos com base na *História de Carlos Magno, e dos doze pares de França*. É o caso de *Historia nova do imperador Carlos Magno e dos Pares de França*, *Os cavalleiros do Cisne, ou a Corte de Carlos Magno* e *Os filhos de Carlos Magno*, muito anunciados no *Jornal do Commercio*, em todos os anos por nós pesquisados.

Descobrimos apenas um texto de prosa ficcional do século XVI, *Menina moça, ou saudades*, cuja edição original saiu à luz em 1559. Há referência à comercialização dessa obra apenas no *Diário do Rio de Janeiro*, no anúncio da Loja de livros de Albino Jordão, publicado no dia 09 de agosto de 1842.

As obras em prosa ficcional produzidas no século XVII que eram vendidos na então capital brasileira possuíam uma maior variedade de títulos. Podemos citar, como exemplo, *D. Quixote* (1605) e o tão divulgado *Aventuras de Telêmaco* (1699). Já dentre os produzidos no século XVIII – os quais compõem a maioria dos títulos anunciados – estão *Lances da Ventura, acasos da desgraça e heroísmo da virtude* (1793-94), *Robinson Crusóé* (1719), *Thesouro de Meninas* (1757), *Aventuras de um homem de qualidade* (1728), dentre outros.

A venda de ficções produzidas nos séculos anteriores ao XIX sugere que havia contato com produções de diferentes períodos e, ainda, que essas eram apreciadas pelo público fluminense da época. Contudo, embora haja uma quantidade significativa de obras antigas entre as anunciadas, a propaganda de contemporâneas é muito mais expressiva. Isso pode ser observado nos anúncios das “novíssimas novellas”, os quais ocupam uma posição de prestígio nos jornais. Com os dizeres “Sahio à luz”, anunciando a chegada de um novo livro ao mercado, as propagandas das novas obras aparecem em letras grandes, em local de boa visualização nos jornais e sempre dotadas de comentários elogiosos (“interessante folheto” ou “obra de boa aceitação”). Como exemplos, temos, no *Jornal do Commercio*, os reclames das obras *A casa de duas portas* e *Huma carta anonyma*, no dia 05 de janeiro de 1840, o anúncio da novela *O Diário de hum medico, esta louca*, veiculado em 11 de fevereiro de 1840 e o do lançamento da obra *Maria, ou Os primeiros amores*, em 06 de novembro de 1842. Após serem anunciadas como lançamentos por alguns dias, as obras

⁶ CASCUDO, L. da C. *Cinco Livros do Povo: Introdução ao Estudo da Novelística no Brasil*. Livraria José Olympio Editora, SP.

passam a fazer parte das grandes listas de livros publicadas pelas livrarias, permanecendo, assim, no mercado livreiro.

Ao compararmos os dados encontrados nos jornais pesquisados, constatamos que obras antigas, mais conhecidas e de maior sucesso dentre o público leitor eram anunciadas em ambos os jornais. Porém, no *Jornal do Commercio*, a quantidade de propagandas de obras recém-lançadas – e, portanto, ainda desconhecidas do público – é muito maior do que no *Diário do Rio de Janeiro*: há uma diferença de 38 contra aproximadamente 05. Talvez isso aconteça devido ao perfil dos livreiros que anunciavam em cada jornal. Enquanto no *Diário do Rio de Janeiro* predominam as propagandas de pequenas livrarias cariocas, as quais, provavelmente, preferiam anunciar títulos já consagrados, a fim de garantir o sucesso das vendas, no *Jornal do Commercio*, a casa de livros que mais anuncia, a J. Villeneuve e Companhia, anuncia essas mesmas obras e também outras recém impressas em sua tipografia⁷.

A riqueza de informações trazidas pelos periódicos acerca dos caminhos tomados pelas obras ficcionais no Brasil é notável quando observamos a vasta quantidade de títulos em circulação entre 1840 e 1842. Porém, essa riqueza se perde ao longo das páginas das Histórias Literárias atuais. Alfredo Bosi, por exemplo, um dos mais renomados historiadores da nossa literatura, em seu livro *História Concisa da Literatura Brasileira* considera que os anos entre 1835 e 1840 marcam a introdução do Romantismo no Brasil⁸. Bosi faz uma breve referência a nomes de alguns escritores estrangeiros de prosas ficcionais como Walter Scott, Alexandre Dumas e Alphonse de Lamartine, que teriam influenciado a produção de obras românticas no Brasil, mas não cita quais seriam as obras, nem dá maiores detalhes sobre esses autores. Assim, se tomarmos por base exclusivamente a *História Concisa*, chegaremos à conclusão de que, entre 1840 e 1842, apenas estes autores estrangeiros mencionados tinham seus nomes circulados no mercado da prosa ficcional brasileira.

Na análise dos jornais, porém, não encontramos em nenhum anúncio alusão à venda de obras dos escritores que Bosi afirma serem os influenciadores na composição de nossos autores românticos. Esse fato demonstra que os livros desses românticos estrangeiros não dispunham de grande circulação dentre o público leitor nesse período, ao contrário, muitos outros nomes de escritores e suas obras – nomes estes não citados por Bosi – faziam parte do repertório de leitura da maior parte da população. Walter Scott, Alexandre Dumas e Alphonse de Lamartine, ao que tudo indica, eram conhecidos e efetivamente lidos, entre

⁷ Trataremos melhor desse assunto no tópico a seguir.

⁸ BOSI, A. (1975) *História Concisa da Literatura Brasileira*. Cultrix, SP, p. 96.

1840 e 1842, apenas pela elite cultural fluminense – elite essa que seria responsável pelo desenvolvimento e consolidação do Romantismo no Brasil.

Os livreiros

Os anúncios referentes à venda de romances veiculados entre 1840 e 1842 em dois importantes jornais do Rio de Janeiro são, ainda, uma rica fonte sobre o mercado livreiro da época. Isso porque, por meio de um estudo desses anúncios, pode-se conhecer um pouco mais sobre os comerciantes de livros e suas disputas por leitores.

Os redatores e colaboradores do *Jornal do Commercio* eram todos importantes nomes do comércio fluminense, em grande expansão na época. Um deles, o tipógrafo Junius Villeneuve, tornar-se-ia o proprietário do jornal em 1834. Esse fato justifica que os livros vendidos em sua tipografia constituam a maioria dos títulos anunciados nas páginas do *Jornal do Commercio*, pelo menos até a fundação da Livraria Garnier (maior livraria do Rio de Janeiro no século XIX), em 1846.

No início dos anos de 1840, a maior negociante de livros na capital brasileira era a J. Villeneuve e Companhia. Quando comparamos os anúncios dessa casa de livros com os de outras da mesma época, notamos que esta se manteve muito à frente de suas adversárias, anunciando uma quantidade muito maior de livros que as outras. É evidente que o fato de Junius Villeneuve ser o dono do *Jornal do Commercio* contribuía para a facilidade em anunciar, mas também vale lembrar que a J. Villeneuve era a mais importante tipografia da década. Segundo Laurence Hallewell, cabe a ela o mérito de ter possuído a primeira impressora mecânica do hemisfério sul. O mesmo autor destaca que, esta tipografia dispunha de três impressoras mecânicas, quatro manuais e oitenta empregados, sendo, de longe, a maior do Rio de Janeiro⁹. Por isso, embora a posse do jornal seja um critério favorável, o poderio dessa tipografia, que certamente imprimia um número maior e mais variado de obras, é outro fator determinante para seu domínio nos anúncios do *Jornal do Commercio*.

Em 1840 não há, como acontece alguns anos mais tarde, uma competição agressiva das casas de livros por consumidores¹⁰, já que a J. Villeneuve praticamente domina o mercado de livros desse período. A existência de um

⁹ HALLEWELL, L. (1985). *O Livro no Brasil: sua história*. Trad. VILLALOBOS, M. da P. e OLIVEIRA, L. L. de. Edusp, SP. p. 76.

¹⁰ Referimo-nos às rivais Garnier e Laemmert que, em anos posteriores, na disputa acirrada por novos consumidores, anunciavam cada uma em um jornal. A líder Garnier apresentava a relação de seus livros à venda apenas no *Jornal do Commercio*, enquanto sua principal adversária, a Laemmert, anunciava exclusivamente no *Diário do Rio de Janeiro*.

repertório mais variado de obras é um outro fator importante para o seu domínio, pois provavelmente agradou em muito aos consumidores.

Apesar desse repertório variado, a J. Villeneuve anuncia poucas vezes livros escritos em língua francesa. Mesmo assim, é a única que os apresenta em seu catálogo, o que é muito significativo, pois pode ser um indício da preferência por obras traduzidas. No dia 23 de outubro de 1841, essa livraria anuncia a venda de *Paul et Virgine*, *Voyages de Gulliver*, *Aventures de Robinson Crusoé*, *Gil-Blas*, *D. Quixote*, *Orland furieux* e *Les Mille e une nuits*.

A loja de livros Albino Jordão aparenta ocupar o posto de segunda maior livraria carioca dos primeiros anos de 1840. Uma análise mais cuidadosa dos anúncios publicados por essa loja demonstra que, ao longo do tempo, ela se viu obrigada a adotar diferentes políticas na divulgação de seus produtos.

Nos anos de 1840 e 1841, a Albino Jordão anunciou, no *Jornal do Commercio*, a venda de diversos romances, dentre os quais se encontram *Novellas escolhidas*, *Pamela ou a Virtude recompensada*, *Piolho Viajante*, *As aventuras de Telêmaco* e *Thesouro de meninas*. Nesses mesmos anos, essa livraria publicou também anúncios no *Diário do Rio de Janeiro*, no entanto, esses diferem dos veiculados no *Jornal do Commercio*, porque tratam, em sua maioria, não de romances, mas de obras de natureza diversas. Esse fato permite supor que, durante certo tempo, a Albino Jordão procurou competir diretamente com a líder J. Villeneuve, por isso anunciava livros do mesmo gênero textual, no jornal onde publicava sua concorrente.

Ao que tudo indica, essa tática não deu muito certo e a Albino Jordão teve que mudar sua estratégia de divulgação de seus livros. No ano de 1842, a livraria apresentou um anúncio de vendas de romances no *Jornal do Commercio* e seis no *Diário do Rio de Janeiro*. Pode-se inferir que, percebendo que seria impossível vencer a concorrência com a J. Villeneuve, a casa de livros Albino Jordão tenha revisto sua abordagem e optado por uma outra que não competisse diretamente com a líder.

Apesar da predominância de anúncios da casa de J. Villeneuve e Comp., encontramos também no *Jornal do Commercio* outros anúncios de livrarias menores, como a Livraria Souza e Comp., a Loja de livros de J. J. Barroso e Comp. e a Loja de E. Mongie. Já no *Diário do Rio de Janeiro*, anunciam, sobretudo, as livrarias menores, como, por exemplo, a Loja de livros da rua da Alfândega, a Loja de livros de João Pedro da Veiga, a Loja de papel e livros da rua d'Ajuda, no. 23, a Loja de livros de Agostinho de Freitas Guimaraens e Comp., e as casas de João Batista dos Santos e de M. J. Cardoso. Como dito anteriormente, a Albino Jordão divulga nos dois jornais as obras que constam em seus catálogos.

A grande diferenciação entre as livrarias anunciantes no *Jornal do Commercio* e no *Diário do Rio de Janeiro* é um fator que comprova a existência

de especificidades em cada jornal. O *Jornal do Commercio*, como o nome indica, parece ter o objetivo maior de apresentar produtos disponíveis no mercado para a venda, constituindo-se como um meio que intenta, sobretudo, promover negociações. Além disso, como já citamos, seu proprietário e também seus redatores eram grandes nomes do comércio fluminense – o jornal tinha, sem dúvida, uma abordagem mais comercial. Por isso o maior número de anúncios e a predominância de livrarias de maior poder. Já no *Diário do Rio de Janeiro*, embora haja um número expressivo de anúncios, as questões comerciais, ao que tudo indica, ocupam um plano secundário. Não é aleatória, assim, a escolha do jornal no qual se publicam os anúncios. Ao contrário, a preferência se dá de acordo com o perfil do periódico.

Algumas considerações finais, sobre a Laemmert e Companhia, que em anos posteriores ocuparia uma posição importante no comércio de livros, disputando leitores lado a lado com a líder Garnier e publicando obras de autores consagrados, como *Primeiras estórias*, de Machado de Assis, em 1894¹¹, merecem ser feitas. Apesar de ter sido fundada em 1827, tendo, portanto, quase quinze anos de existência, nos anos estudados esta apresentou alguns poucos anúncios. No *Jornal do Commercio*, divulgou, no dia 26 de agosto de 1841, a venda de *Branca e Izabel, ou as duas amigas* e *Os filhos de Carlos Magno*. No *Diário do Rio de Janeiro*, de 31 de janeiro de 1840, declarou a venda apenas da obra poética *Lara*, de Lord Byron. Nesse mesmo jornal, anunciou, durante um longo período, (de 16 de dezembro de 1840 a 13 de setembro de 1841) uma mesma série de obras (*Marqueza de Verneuil, Vanina de Ornano, Clara Remond, O Pagem de Arthur de Bretanha, El Brazero, ou etiqueta da côrte de Espanha, O Filho do Usurário* e *Um Sonho de Amor*). Outras livrarias como a J. Villeneuve e a loja de livros de Albino Jordão já dispunham, na mesma época, de um repertório de obras anunciadas muito mais amplo. Embora não dispusesse de uma posição muito favorável no início de 1840, a Laemmert ascendeu rapidamente, sendo a livraria com maior número de anúncios no *Diário do Rio de Janeiro* nos anos de 1845 e 1846, além de tornar-se, segundo Hallewell, uma das maiores tipografias do Rio de Janeiro no século XIX, produzindo, na década de 50 ao início do século XX, um total de 1440 trabalhos de autores brasileiros, além de 400 traduções do inglês, francês, alemão e italiano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BOSI, A. (1975) *História Concisa da Literatura Brasileira*. Cultrix, SP.

¹¹ LAJOLO, M. P., ZILBERMAN, R. (1996). *A formação da leitura no Brasil*. Ática, São Paulo. p. 95.

- CASCUDO, L. da C. (1953). *Cinco Livros do Povo: Introdução ao Estudo da Novelística no Brasil*. Livraria José Olympio Editora, SP.
- HALLEWELL, L. (1985). *O Livro no Brasil: sua história*. Trad. VILLALOBOS, M. da P. e OLIVEIRA, L. L. de. Edusp, SP.
- LAJOLO, M. P. (2004). *Como e por que ler o romance brasileiro*. Editora Objetiva, RJ.
- LAJOLO, M. P., ZILBERMAN, R. (1996). *A formação da leitura no Brasil*. Ática, SP.
- SODRÉ, N. W. (1966) *História da Imprensa no Brasil*. Mauad, RJ.