

Comércio de livros: livreiros, livrarias e impressos

Tânia Maria Tavares Bessone da Cruz Ferreira

Por isto os homens se apressaram a arquivar essas verdades de Almanagues, – antes mesmo de fixar em livros duráveis as suas Leis, os seus Ritos, os seus Anais. (Eça de Queirós)¹

Para Eça de Queirós a invenção dos almanaques nasceu na Antiguidade e se explicava pela necessidade de registrar conhecimentos e preceitos que de outra forma se perderiam. O trecho em epígrafe foi originalmente publicado no *Almanaque Enciclopédico para 1896*, a partir de uma encomenda do editor português Antônio Maria Pereira para o autor que ficou responsável pelo número do ano seguinte, ou seja, pelo *Almanaque Enciclopédico para 1897*. O encargo de responder pela edição de números de um almanaque, sendo Eça de Queirós um homem de letras já tão respeitado nos meios literários portugueses do período, expõe o destaque que esse tipo de publicação tinha entre o público leitor em geral. Os almanaques, da maneira como foram se estruturando, serviram para disseminar conhecimentos práticos e se tornaram uma importante forma de venda de impressos, sobretudo no século XIX.

O comércio de livros no Brasil, recortado aqui, principalmente na cidade do Rio de Janeiro, teve em folhetos, panfletos, almanaques e jornais importantes recursos de venda, desde as primeiras décadas do século XIX. Com um número significativo de livreiros franceses, as estratégias de venda já experimentadas com sucesso na Europa também foram implementadas no Brasil. O papel dinamizador desses livreiros no Rio de Janeiro, no início do século, serviu para intensificar o comércio transatlântico de papel. Dentro de um largo projeto que envolve o comércio transatlântico do impresso ao longo do século XIX até meados do século XX, insere-se este estudo que realizo. Destaco, aqui, como autor de referência Jean-Yves Mollier, que estuda a ação de impressores, livreiros e edi-

¹ QUEIRÓS, Eça de. *Almanagues*. Apresentação de Carlos Reis. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2002.

tores parisienses na produção de obras em português, cuja destinação principal era o Brasil, pensando a cidade do Rio como a capital brasileira da impressão no século XIX.²

Inicialmente, grande parte dos comerciantes franceses que aqui se instalaram eram imigrantes que procuravam no Brasil um novo mercado ou fugiam de problemas políticos nos seus países de origem. Vinham se estabelecer comercialmente, alguns mantendo conexões e negócios com seus antigos sócios ou parentes. Se, de imediato, não podiam sustentar os negócios apenas com a venda de livros, posteriormente foram muito bem-sucedidos, com progressos significativos. No caso brasileiro, chegaram a ser ponto de referência nos meios letrados a partir da segunda metade do século. Chamados de *tratantes de livros*, estabeleceram-se no Rio de Janeiro por volta de 1808. Sofriam o controle de instituições e autoridades locais, mas mesmo assim anunciavam seus produtos nos jornais, juntamente com toda a variedade de mercadorias a que tinham acesso através das importações. Na segunda metade do século XIX, já se encontravam longe da pecha de perigosos, ou daquela categoria de comerciantes envolvida com textos considerados sediciosos. Deixaram paulatinamente de sofrer controle rígido pelas autoridades, cujo temor era o que muitos documentos denominavam “a circunstância do tempo”, ou seja, a ameaça de introdução, no Brasil, de literatura proibida na época pelas autoridades portuguesas.

Ao longo do século, a venda de livros franceses tornou-se um negócio promissor, e a marca da cultura francesa deixou de ser um problema para se tornar o tema de preferência da sociedade brasileira do século XIX. À presença de livreiros franceses se agregou a existência de profissionais portugueses e brasileiros, provocando transformações quanto à ampliação do público leitor em formação e que veio a ser frequentador das livrarias e consumidor de impressos em geral.

É importante destacar que os livreiros europeus, mesmo que não fossem franceses de nascimento, tinham fortes relações comerciais com casas editoras francesas, e mesmo os brasileiros natos não desconheciam que publicar obras em português, imprimindo-as na França, era um negócio interessante e rentável. Os

² Trata-se de um projeto de cooperação internacional denominado *A circulação transatlântica dos impressos – a globalização da cultura no século XIX*. O projeto conta com 33 pesquisadores, oriundos de 18 instituições de pesquisa, de quatro países – Inglaterra, França, Portugal e Brasil –, e é coordenado por Jean-Yves Mollier e Márcia Abreu.

nomes mais notórios do período, no Rio de Janeiro, eram Plancher, Villeneuve, Bertrand, Lombaerts, Laemmert, Briguiet e Garnier. Qual a razão de tanta força?

Dentre várias possibilidades de respostas pode-se atribuir a maturidade dos negócios com livros que os franceses tinham alcançado.³ Desde a década de 1840, a França desenvolveu uma rede nacional de livrarias, paralelamente à constituição e ao crescimento de coleções muito difundidas entre os editores. No Brasil, ainda não havia tal especialização, e os negócios com livros ainda representavam uma atividade comercial fundamentada nos laços familiares, sem um sistema de divisão de atividades que contemplasse editor, impressor e livreiro, no sentido mais contemporâneo.

Na França, no entanto, tinha-se estabelecido um modelo de trocas comerciais, primeiramente com as províncias, e depois com outros países. Tal modelo tornou-se um parâmetro de grande sucesso comercial para os franceses. Os livreiros franceses tinham, nesse momento, sobretudo depois da experiência de um editor inovador, Charpentier, elaborado um novo formato, chamado por nós de francês, mais barato, e também um modelo de catálogos, com controle de compra e venda de edições a grandes especialistas, bem-sucedidos nesta área.⁴

Devido às boas condições de preço final oferecidas pelos franceses, até os livreiros e editores brasileiros preferiam manter suas impressões diretamente na França. Mesmo Francisco Alves, célebre por ter ampliado suas vendas comercializando livros didáticos, manteve até pelo menos 1909 seus negócios de impressão na França. Suas principais relações comerciais eram com a firma Aillaud-Bertrand, que funcionava na Europa desde 1808 e era bastante interessada em publicações em língua portuguesa.⁵

Hallewell afirmou⁶ que, em meados do século XIX, era três vezes mais cara a impressão de livros no Brasil do que, por exemplo, no Reino Unido. Se os preços tomados fossem na região Nordeste do Brasil, esses orçamentos subiriam

³ Ver: OLIVERO, Isabelle. *L'invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIXe siècle*. Paris: Editions de L'Imec, 2000. p. 200-204.

⁴ Ver *ibid.*, capítulo IV, p. 197-222.

⁵ Ver: HALLEWELL, Lawrence. *O livro no Brasil: sua história*. São Paulo: Edusp, 1985. p. 214-219.

⁶ *Ibid.*, p. 129, 214, 215.

para cinco vezes mais. Somente um editor estrangeiro, Laemmert, pela necessidade de uma produção gráfica mais ágil em virtude do *Almanaque [Laemmert]*, mantinha uma gráfica em funcionamento no Rio de Janeiro. Isso em detrimento de sua filiação original com a Bossange, casa francesa que instalou, em 1827, uma filial carioca que daria origem a Casa Laemmert.

No Brasil, em fins da década de 50, havia ainda muita experiência a adquirir. No Rio de Janeiro, existiam cerca de 70 estabelecimentos comerciais⁷ que estavam inseridos em atividades de compra, venda e impressão em geral, e muitos deles propriedades de franceses ligados a casas matrizes francesas, ou de portugueses e brasileiros que também se associaram a estabelecimentos franceses.

Nas décadas seguintes houve o aprofundamento da especialização das livrarias tradicionais na França, permitindo a existência de representações que concentravam fundos ou vendiam por atacado, e livrarias que vendiam a varejo. Com o fortalecimento desse gênero de comércio, a disseminação de interesses comerciais franceses nesse setor, no Brasil, aprofundou-se. Esse crescimento estava ligado também ao fato de que no Brasil a literatura francesa era muito apreciada e consumida. Grande parte dos leitores, escolarizados e que havia seguido um currículo escolar regular, conhecia e podia ler em francês. É importante destacar que a francofilia era uma prática comum no seio da sociedade imperial.⁸

O comércio de livros de literatura, inclusive a brasileira, proporcionava, no entanto, sobretudo pelo preço dos insumos,⁹ baixos lucros aos livreiros nacionais. Por esse motivo, o aumento a que se assistiu na circulação dos periódicos teve papel fundamental na mudança que vai ocorrer ao longo do século XIX. Atentos a esse fato, vários estrangeiros ligados ao mercado gráfico realizaram investimentos na aquisição ou lançamento de periódicos. Precocemente, o francês Pierre René François Plancher de la Noé, por exemplo, chegou ao Brasil para buscar refúgio por conta de lutas políticas na França, logo percebeu o potencial do mercado; instalou sua primeira editora, ainda em 1824, e partiu, em seguida, para

⁷ LOBO, Maria Eulália L. *História do Rio de Janeiro: do capital comercial ao capital industrial e financeiro*. Rio de Janeiro: IBMEC, 1978.

⁸ JEFFREY, Needell D. *Belle Époque tropical: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro da virada do século*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

⁹ Ver: HALLEWELL, *O livro no Brasil*, p. 214-218.

publicações de periódicos como *O Espectador Brasileiro* (1824/1827), algumas revistas e o *Jornal do Commercio*, que lançou em outubro de 1827, em substituição ao antigo *Diário Mercantil*, que acabara de adquirir.¹⁰

A circulação do *Jornal do Commercio* teve um crescimento progressivo, prestando serviços de anúncios para divulgar o *Almanaque Plancher*, que sistematizava uma série de informações úteis sobre meios de transporte, venda de mercadorias e das próprias “folhinhas” (calendários) de bolso e de parede, transformando esse tipo de publicação em sucesso de vendas, a ponto de outros periódicos passarem a imitá-lo. Para Carlos Reis, são “fatores determinantes para o aparecimento e progressiva valorização do almanaque: por um lado, a utilidade de reunir e divulgar uma sabedoria de aplicação prática, quotidiana e mesmo doméstica; por outro lado, a necessidade que todo homem sente de organizar o tempo.”¹¹

Em 1831, Plancher vendeu sua tipografia a Junio Constance de Villeneuve, que aumentou ainda mais a vendagem do *Jornal do Commercio*, ampliando a tiragem de 4 mil exemplares, em 1840, para 15 mil em 1871. Em 1890, os Villeneuve venderam o empreendimento a José Carlos Rodrigues, que já havia trabalhado no jornal como correspondente em Nova York.¹² Através dessas publicações, os leitores do Rio de Janeiro passaram a ter suas vidas facilitadas no tocante aos horários de funcionamento das bibliotecas, às novidades nas livrarias e às raridades nos leilões.

Principais livrarias anunciadas no *Jornal do Commercio* durante a década de 1870

- Garnier – Rua do Ouvidor, n. 69
- Enciclopédica – Rua Gonçalves Dias, n. 72
- E. e H. Laemmert – Rua do Ouvidor, n. 68
- Cruz Coutinho – Rua São José, n. 75
- Casa de uma Porta Só – Rua São José, n. 69

¹⁰ Hallewell calcula que o *Jornal do Commercio* cresceu de 400 exemplares em 1827 para 15.000 em 1871.

¹¹ REIS, Carlos. Apresentação. In: QUEIRÓS, Eça de. *Almanaques*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2002. p. 11.

¹² GODINHO, Margarida C. *Gráfica, arte e indústria no Brasil: 180 anos de história*. São Paulo: Bandeirantes, 1991. p. 32-33.

Luso-brasileira – Rua da Quitanda, n. 30
 Dupont e Mendonça – Rua Gonçalves Dias, n. 75
 Clássica – Rua Gonçalves Dias, n. 54
 Econômica – Largo do Paço C
 Correa de Mello – Rua do Ouvidor, n. 153

Fonte: *Jornal do Commercio*, 1870-1879

Os anúncios existentes no jornal eram longos e listavam as obras sem especificar número da edição ou outras particularidades. Isso só se tornou rotina quando o público consumidor se segmentou e passou a exigir informações mais ou menos sofisticadas sobre o valor extrínseco e intrínseco dos livros. As especificações apareceram quando se pretendeu ressaltar o baixo preço da mercadoria, estando ela mais acessível a um vasto público. Nos anúncios da década de 1890 e períodos seguintes, tornou-se muito comum complementá-los com informações sobre as características do suporte, no caso de obras caras e que se dirigiam a um público mais exigente. Os anúncios mudavam e se atualizavam ao gosto do consumidor.

Em impressos da década de 1870 ficava visível a gama variada de anúncios de livrarias que divulgavam a chegada de novas obras, com apelos dirigidos aos possíveis compradores. A livraria Garnier, em 7 de janeiro, registrou a relação dos principais livros adotados pela instrução pública e nas faculdades do Império. Foram listadas 36 obras de interesse em diversos níveis de escolaridade. Em outros anúncios, dos dias 8, 9 e 10 do mesmo mês, as livrarias M.P. Bastos Jr., Enciclopédica, e novamente a Garnier divulgaram obras destinadas a uma fatia mais sofisticada de leitores: a primeira anunciou o leilão de uma biblioteca com gravuras, livros e quadros a óleo, compreendendo obras completas de Camões, Garrett e Castelo Branco, entre outras preciosidades; a segunda, Enciclopédica, um total de 38 obras; e a última, 57 obras, com ênfase nas publicações em francês. Um levantamento dos anúncios de janeiro a abril, durante o ano de 1870, perfaz um total de 35 anúncios no primeiro mês, 23 no segundo, 60 no terceiro e 23 no último, exclusivamente sobre livros.¹³

¹³ Cf. *Jornal do Commercio*, números de janeiro a abril de 1870.

Mesmo a existência de diversas escolas no Rio de Janeiro, que concentravam uma boa quantidade de leitores potenciais, não foi suficiente para evitar que o número de consumidores de livros aumentasse de forma muito lenta. Capital política e cultural do país, a cidade atraía estudantes, políticos, escritores, comerciantes, ambiciosos e curiosos em geral. Centro de todas as decisões, era o local onde se poderia iniciar uma carreira que desse prestígio e poder àqueles que tivessem essas ambições. No entanto, era um número que se restringia, pois cerca de 85% da população brasileira era de analfabetos, ou seja, só 15% alfabetizados.¹⁴

As livrarias continuavam a crescer, mesmo que lentamente, e o convívio de homens e livros estava assegurado, apesar de alguns ainda se ressentirem da falta de novidades. Para uns, a cidade do Rio de Janeiro era a *meca*, a cidade cheia de opções e novidades; para outros, decepção, pela frustração de seus planos ou por excesso de expectativas desfeitas. Para alguns forasteiros que chegavam, a impressão era de que a cidade não era muito alvissareira, mesmo ao se levar em conta os tempos em que ela sofreu uma remodelação vultosa, no início do século XX. Em várias memórias e correspondências, ficava patente a marca da influência francesa na formação de gerações. Seria, portanto, esse o outro ponto de sustentação da manutenção de padrões franceses para edições, leituras e domínio dos processos de circulação e venda de impressos.

José Maria Bello, por exemplo, em suas memórias, descreveu o impacto das primeiras impressões ao chegar de Recife, em sua primeira longa viagem. A expectativa de sair da província e encontrar um modelo ideal de cidade europeia se desvaneceu na primeira tentativa:

Saltei no cais Pharoux, onde um parente meu, estudante de Medicina me esperava [...] tudo mesquinho e feio: o pesado casarão colonial do antigo Paço, o sórdido edifício da cadeia Velha... as casas baixas e inestéticas. [...] a célebre rua do Ouvidor bem pouco me atenuou o logro. Era afinal um corredor como a rua Nova, do Recife.¹⁵

¹⁴ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Repertório estatístico do Brasil: quadros retrospectivos n. 1. Rio de Janeiro: IBGE, 1941.

¹⁵ BELLO, José Maria. *Memórias*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1958. p. 39.

A cidade, que inicialmente tanto decepcionou ao historiador, sofria, no entanto, um processo de remodelação arquitetônica e passava por uma fase de grandes transtornos, com a realização das obras. E, guardadas as limitações, permitia a “cultura do espírito” em diferentes modalidades. As crônicas de João do Rio deixaram claro como essas possibilidades eram múltiplas.¹⁶ Ela estava acessível para aqueles que podiam usufruir das livrarias, confeitarias, teatros e cafês-concerto, mas era interessante também aos mais austeros, que preferiam as leituras nas diversas bibliotecas públicas ou se relacionavam com o círculo de privilegiados, que tinham seus lazeres particulares, suas bibliotecas ou abriam os salões de suas casas. Atenuando um pouco o descaso inicial, o próprio José Maria Bello comentou toda a gama de novidades à escolha:

Repeti algumas vezes a inspeção da rua do Ouvidor, demorando-me entre as montras, principalmente das livrarias. Meio canhestro entrei na Garnier onde, já sabia, se reuniam diariamente alguns literatos célebres. Ao fundo, uma pequena roda de conversa. Quem seriam eles? [...] Percorri devagar os balcões centrais, cheios de livros, sobretudo em brochuras amarelas dos “vient de paraître” ... Da maior parte dos autores jamais ouvira falar; raros eu conhecia; mas de muitos, romancistas e ensaístas franceses, romancistas brasileiros e portugueses, eu tinha notícias mais ou menos precisas. Ser-me-ia permitida um dia a ventura de poder adquiri-los, levá-los comigo, lê-los, penetrar-lhes o mundo mágico das ideias e da sensibilidade?¹⁷

Até pelos francesismos no texto pode-se perceber como o apelo do livro francês falava de perto ao leitor brasileiro, bem explícito no caso de Bello. Mesmo para seus críticos, a cidade do Rio de Janeiro assumiu de forma hegemônica o papel de capital cultural, além de centro das decisões econômicas e político-administrativas. O hábito de frequentar as livrarias incorporou-se ao cotidiano dos segmentos mais instruídos da sociedade, contribuindo para a formação de

¹⁶ RIO, João do. *A alma encantadora das ruas*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 1987.

¹⁷ Cf. BELLO, José Maria. *Memórias*, p. 46.

núcleos de sociabilidade em torno de debates sobre questões de interesse político ou temas corriqueiros, que muitas vezes prosseguiam nos serões noturnos ou saraus, sobretudo na segunda metade do século. A frequência a esses estabelecimentos comerciais fez crescer os laços de relacionamento social entre os que tinham identidade de interesses.

A fragmentação social, cultural e política do Rio de Janeiro já se configurava uma tendência. O fato tem sido objeto de numerosos estudos, principalmente pelas características muito peculiares existentes nas diferentes comunidades que se organizavam na cidade. Comentando os estudos historiográficos produzidos sobre o tema, José Murilo de Carvalho afirma que, na virada do século, “a capital não era uma república como as cidades europeias em sua fase inicial. Havia muitas ‘repúblicas’ que se interpenetravam, mas que não se misturavam [...]”.¹⁸

Para os que tinham o privilégio de acesso a livros e leituras, as repúblicas eram várias e para alguns ramos de intelectuais a mais apreciada seguia padrões franceses. Havia algum tempo, esses grupos criaram formas diferenciadas e peculiares de convivência. Um traço cultural típico era a atração exercida pela rua do Ouvidor e circunvizinhança, onde, principalmente em suas numerosas livrarias, tinham lugar conversas, debates e reuniões. Joaquim Manuel de Macedo, no seu livro *Memórias da rua do Ouvidor*, de 1878, descreveu a vida quotidiana de diversas livrarias e registrou, referindo-se, por exemplo, à casa de Louis Mongie, que considerou uma das mais reputadas: “[...] era frequentada pelos homens de letras e pelos cultivadores das ciências que achavam nela os melhores livros de publicação recente e gozo da conversação ilustrada e espirituosa com o livreiro”.¹⁹

Esses frequentadores não eram meros visitantes ocasionais, e acabavam formando um grupo de convívio que se identificava em vários aspectos, como profissão, interesses literários, tendências políticas, parentescos, compadrio ou amizades. Para Hallewell, Macedo, em suas crônicas, estaria descrevendo a “tendência brasileira de converter uma livraria favorita em um clube literário

¹⁸ Cf.: CARVALHO, José Murilo de. A cidade e a política: um exame da literatura brasileira. *História em cadernos*, Rio de Janeiro, IFCS/UFRJ, IV, 2 v., jul.-dez. 1986/ jan.-jun. 1987, p. 18-21.

¹⁹ Apud HALLEWELL. *O livro no Brasil*, p. 80.

informal, padrão seguido pelos ‘habitués’ da casa de Hyppolite Garnier, de O Livro, de Jacintho Silva, da José Olympio e de tantas outras livrarias, até nossos dias.”²⁰

Desses hábitos, os franceses daqui e da Europa, dentro da ótica do sucesso do mercado editorial, puderam permanecer usufruindo, pois a tradição de ler em francês, namorar francesas, comportar-se à francesa, incorporar hábitos sociais franceses, certamente permitiu a manutenção de um público cativo aos livros franceses. Quando se busca nos jornais essas tendências, encontram-se evidências por toda a parte. A passagem do século acentuou o aparecimento, nos anúncios, de indícios de novos gostos literários e de modismos vinculados a assuntos religiosos, políticos e filosóficos. Havia, também, textos de qualidade discutível para os padrões morais da época. No ano de 1903, por exemplo, alguns livros, que estavam sob suspeita, eram anunciados. Muitos deles poderiam ser vetados por alguns comitês de censura, na França ou na Bélgica, como obras pornográficas,²¹ ou pelo menos incluídos no que moralmente se compreendia como obras destinadas especialmente a homens, mas eram sempre anunciados. Muitos desses livros eram vendidos por meio do *Jornal do Commercio*, esclarecendo-se que eram Casa A. F. Reynaud, rua da Alfândega, 124, sob o título de:

BIBLIOTECA REALISTA

Livros e romances para homens do editor P. Fort, de Paris.

[...]

Estas obras todas sensacionais têm os títulos seguintes:

- L'Amour à Paris
- L'Armée du vice
- L'Alcove du Cardinal...²²

Mais adiante, o texto esclarecia que todas as obras, num total superior a 50, podiam ser adquiridas pelo correio. Nesse mesmo ano, a Laemmert veiculou anúncios de livros da sua Biblioteca Filosófica, onde figuravam obras sobre espi-

²⁰ Ibid., p. 80-81.

²¹ STORA-LAMARRE, Annie. *L'Enfer de la IIIe République. Censeurs et pornographes (1881-1914)*. Paris: Imago, 1990. p. 79-95.

²² *Jornal do Commercio*. Rio de Janeiro, 1º mar. 1903.

ritismo, metafísica, cristianismo e vida além-túmulo, em meio a textos de Herbert Spencer, Arthur Schoppenhauer e Max Nordau.²³

Se sairmos das obras caracterizadas, então, como belas-letas e formas para o universo de obras de interesse profissional, teremos respostas semelhantes. No seu estudo sobre a história da medicina brasileira, Lycurgo Santos Filho enfatizou a importância da escola francesa na formação dos médicos, seja por estudos na França, pelo consumo de material médico com essa origem, ou pela tendência predominante da língua francesa na bibliografia utilizada, tanto na biblioteca dos cursos de medicina quanto na incidência de ofertas de publicações.

As bibliotecas particulares de diversos profissionais, como médicos e advogados, tinham em sua composição um índice significativo de textos em francês, apesar de eventualmente apresentarem obras em inglês e alemão. No entanto, o papel da França como polo cultural manteve-se como padrão entre os membros da elite brasileira e isso se refletia nos acervos. Com editores e livreiros de origem francesa presentes em diversos setores do comércio de impressos, para o Brasil era bastante frequente que os modelos de produtos para material escolar, cartilhas, livros científicos ou de literatura fossem no padrão francês.²⁴

Um exemplo que define esta tendência pode ser dado quando em 1884, Carlos Antônio de Paula Costa, bibliotecário da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, preparou a Exposição Médica Brasileira e organizou seu catálogo, no qual listou 8.079 títulos nacionais e estrangeiros, lançando em seguida uma nova publicação, *Movimento científico médico brasileiro: anuário médico brasileiro*, que foi divulgada de 1886 a 1892. As indicações bibliográficas chegaram a atingir 9.000 títulos, sendo a maioria das referências extraídas de obras francesas.²⁵

Desde sua criação, na década de 1830, a biblioteca da Faculdade de Medicina recebia obras de grande interesse para os lentes e alunos. Em 1854, ampliou seu acervo com a incorporação de 2.880 teses defendidas pelos doutorandos da Faculdade de Medicina da Bahia. De início, adquiria as obras na Europa, até com subscrições de professores, mas com o passar do tempo e o aumento da

²³ *Jornal do Commercio*. Rio de Janeiro, 30 mar. 1903.

²⁴ SANTOS FILHO, Lycurgo de Castro. *História geral da medicina brasileira*. São Paulo: Hucitec: Edusp, 1991. v. 2. p. 37.

²⁵ *Ibid.*, p. 124.

produção de livros no Rio de Janeiro, passou a utilizar-se das ofertas existentes nesse mercado.²⁶

Ora, ler em francês era compatível com os interesses de lazer e de estudo. Mas o aumento das leituras em português também estava em sua grande parte vinculado à impressão e distribuição, sob controle comercial de editores franceses. Assim, fica fácil compreender por que os livreiros franceses buscaram o mercado brasileiro como opção. Uma nova categoria de leitores – as mulheres – apareceu como consumidoras de livros, incorporando às suas leituras os folhetins, o almanaque, o jornal. As livrarias também se mantiveram como polos de atração para livros escolares e leituras corriqueiras, publicadas em formatos mais baratos. A ampliação do letramento gerou maior oferta de leitores, contribuindo também para o aumento de bibliotecas públicas e particulares.

A chegada da imprensa no Brasil foi tardia, mas em um século as novidades foram sendo incorporadas com certa velocidade, criando uma grande mola mestra dos negócios com livros no Brasil. Livreiros, tipógrafos e editores tiveram um papel fundamental na ampliação e divulgação dos impressos, fossem eles livros eruditos, livros escolares ou almanaques. Quaresma, para os livros populares, ou Francisco Alves, para livros escolares e literatura brasileira, vieram pelos caminhos abertos por diversos colegas europeus que viam no Brasil um importante polo leitor, mesmo que por muito tempo a historiografia tenha afirmado que essa ausência – de leitores – fizesse do Brasil um país com pouco interesse no comércio transatlântico dos impressos.

²⁶ LOBO, Francisco Bruno. A biblioteca da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro no Império. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*, Rio de Janeiro, n. 334, p. 19-26, jan./mar. 1982.