

Romances à venda: Um estudo dos anúncios do *Correio Braziliense* e da *Gazeta do Rio de Janeiro*

Mestranda Regiane Mançano¹ (Unicamp)

Resumo:

Os anúncios de romances veiculados pela Gazeta do Rio de Janeiro (Rio de Janeiro: 1808-1822) e pelo Correio Braziliense (Londres: 1808-1822) podem representar a circulação do gênero pelo comércio livreiro carioca de início dos oitocentos. As propagandas revelam os títulos mais comercializados, a materialidade dos impressos, seu valor comercial e ainda expressam o juízo de valor de livreiros sobre o romance e as estratégias de venda utilizadas para convencer os possíveis leitores da compra de exemplares do gênero. Os anúncios destes periódicos também permitem entrever em que medida os reclames ocuparam o papel da crítica literária, praticamente suprimida destes veículos comunicativos, com exceção da crítica ao romance Atala, publicada pelo Correio Braziliense.

Palavras-chave: Romances, Rio de Janeiro, Periódicos, Anúncios, Livrarias

1 O Correio Braziliense e a publicidade de romances

O **Correio Braziliense ou Armazém Literário** foi fundado em 1808 por Hipólito José da Costa. O periódico era impresso pela oficina de W. Lewis, em Londres. Desde 1805 o fundador havia se refugiando na Inglaterra para livrar-se dos cárceres da Inquisição Portuguesa, onde esteve preso por dois anos devido a seu envolvimento com a maçonaria.

Ainda que o periódico de Hipólito da Costa circulasse também na Inglaterra e em Portugal, o jornalista parecia ansiar mesmo dirigir-se a seus conterrâneos. *Braziliense* significava, para ele, o natural do Brasil, sendo assim, o **Correio Braziliense** assumia já em seu título o interlocutor que buscava, com vistas a sua formação intelectual, indispensável ao progresso da incipiente nação. De acordo com Jean Marcel Carvalho França:

Em suas páginas, Hipólito, entre outras coisas, divulgou idéias políticas e econômicas, deu a conhecer publicações européias recém saídas dos prelos, comentou trabalhos nacionais, divulgou avanços tecnológicos e mesmo traduziu obras inteiras que pudessem contribuir para o *esclarecimento* da população local, ou melhor, de uma parcela de tal população: a parcela mais culta e abastada. (FRANÇA, s/d. p. 27).

A seção **Literatura e Sciencias** do **Correio Braziliense** era o espaço onde Hipólito da Costa discorria acerca de obras que pudessem influir sobre o progresso da Colônia luso-brasileira.

Com este intuito resenhou e traduziu muitos escritos úteis para o desenvolvimento de diversos setores, como: agricultura, manufatura, comércio e medicina.

Entretanto, mesmo que a discussão acerca de obras científicas prevalecesse na coluna, temas relativos à cultura letrada também foram abordados pelo jornalista, como a censura aos impressos em Lisboa e a movimentação literária de vários países.

Além disso, o jornalista escreveu críticas e cedeu espaço aos anúncios de obras recém-saídas dos prelos, publicados de forma gratuita pelo jornalista, fato que parece ter causado certo assombro a Carlos Rizzini, que comenta: “Sem publicidade e contando somente² com assinaturas, de árdua

¹ **Regiane MANÇANO, Mestranda.**

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)
regiane.m@gmail.com

² Em todas as citações será respeitada a grafia do texto original.

arrecadação, como reuniria Hipólito £612 [valor necessário para a manutenção material do **Correio**] cada ano (...)? (RIZZINI, 1957. p. 30).

Fato é que o jornalista dispôs-se a informar seus leitores de algumas publicações, inclusive de belas-letas e, entre elas, de romances.

Ao longo dos quatorze anos de existência do *Correio* foram encontrados cerca de trinta anúncios de romances, o que resulta na média de dois reclames ao ano, parece pouco, entretanto, justificável, caso o proprietário do periódico nada recebesse para imprimi-los em sua folha. Talvez também seja por este motivo que Hipólito da Costa não tenha se dedicado em demasia a noticiar publicações fossem ou não de romances³.

Porém, a primeira referência feita por Hipólito da Costa em relação às produções romanescas trata-se de uma crítica de 1821, provavelmente escrita pelo próprio jornalista, ao romance *Atala* e sua tradução para o português.

A apreciação do crítico começou por condenar os romances, devido à “insipidez”, “inutilidade” e “depravação” deste tipo de produção, que, para ele, só podia agradar a leitores fúteis, que nenhum proveito tirariam da leitura, mas somente agravos à moral. Entretanto, havia exceções:

Naõ entram porém nesta classe as novellas fundadas em principios da verdadeira moral, e tendentes a inspirar no leitor as maximas de prudencia, e as regras de conducta, que se incluem nas paridades, e emblemas, que divertindo o espirito, formam o entendimento, e regem o coração

Eram, segundo o crítico, exemplos desses romances as obras *Telêmaco*, *Feliz independente do mundo e da Fortuna* e *Atala*.

Hipólito da Costa seguiu esclarecendo que o *Atala* formava parte do romance *Le génie du Christianisme*, escrito originalmente em francês por Chateaubriand, e elogiando o trabalho do tradutor, tanto por sua modéstia em não se revelar dando a obra à luz anonimamente, quanto por sua generosa iniciativa de compartilhar a obra com seus concidadãos ao vertê-la para o português.

Hipólito da Costa ainda ratificou a defesa da religião feita pela obra e procurou defendê-la de quem a mal julgava:

Nos conhecemos as objecções, que se tem feito a esta obra; principalmente deduzidas de ser ella destinada unicamente a mostrar, quanto a religião Christãã tende á felicidade dos homens neste mundo, os adversarios do A. insistem em que este systema dá uma idea totalmente humana da religião, quando ella he puramente divina, e tendente a procurar-nos a felicidade da vida futura.

Parecenos que ésta objecção he de mui facil resposta, e tanto mais quanto a Escriptura Sagrada em muitos lugares inculca o premio temporal que a practica das virtudes religiosas nos procura. "Honra a teu pay, e a tua may; para que vivas longo tempo sobre a terra." E ¿quem não conhece a paz de espirito, e por consequencia a felicidade temporal, que acompanha o homem inocente, e virtuoso?

Do elogio de um romance perpassado pelos princípios do cristianismo, o **Correio** levou cerca de um ano para voltar a mencionar o gênero, fazendo-o por meio de um informe sobre *Nova Heloisa*, fruto da pena do iluminista Rousseau.

A notícia, de julho de 1813, dava conta de que os herdeiros de Madame de Houdelot haviam tentado leiloar o precioso manuscrito do romance que a ela havia pertencido. Entretanto, não houve quem pagasse os 8.000 francos exigidos pelos leiloeiros para os quatro volumes da obra e, com isso, o sucesso de Rousseau, que fora editado cem vezes entre 1761 e 1800, permaneceu com os descendentes da referida senhora:

³ Também não abundam no *Correio* anúncios de gêneros mais prestigiados na época, como o teatro ou a poesia.

O Manuscrito da "*Nova Eloisa*," na letra de Rousseau, em 4 volumes de 8vo., e que pertencia a Madame de Houdelot, que falecera a pouco, se ofereceu á venda em Paris, no dia 4 de junho por 8.000 francos; não havendo porém quem chegasse a este preço, não quizéram os testamenteiros que se vendesse.

Quase dois anos se passaram desde tal notícia para que o **Correio** voltasse a ocupar-se de romances. Apenas em 1815, Hipólito da Costa novamente cedeu espaço no seu periódico para a publicidade do gênero, inaugurando uma prática que se tornaria comum nos anos seguintes: o da divulgação de romances recém-saídos dos prelos das casas impressoras de Lisboa.

É o caso do romance **Tom Jones**, cuja impressão do segundo tomo foi solicitada por Joaquim Manoel Lopes do Nascimento em 1813 à Impressão Régia de Lisboa (SOUZA, 2007. p. 29):

O 4º. folheto, que completa o 2º. tomo da galante Novella Tom Jones.

Anúncio 1: *Correio Braziliense*, agosto de 1815.

Simone Cristina Mendonça de Souza (SOUZA, 2007. p. XXIX) informou que nem sempre as solicitações à casa impressora oficial de Lisboa eram atendidas no mesmo ano em que eram feitas. Sendo assim, pode-se inferir que Joaquim Lopes do Nascimento viu o pedido que havia feito concretizado apenas 1815. É possível também que ao adquirir o segundo tomo do *Tom Jones* em 1813, tenha vendido-o, dividido em folhetos, até chegar ao 4º, que completava a edição, em 1815.

O romance **Celestina ou Esposos sem o serem** também foi impresso pela Impressão Régia de Lisboa, entretanto, seu solicitante certamente teve o pedido atendido com menos demora. O Major José Lobo requisitou a obra em 1815 e no mesmo ano a teve impressa (SOUZA, 2007. p. 63) e anunciada no **Correio**:

O tomo 4º. da galante Novella intitulada Celestina ou Esposos sem o serem.

Anúncio 2: *Correio Braziliense*, agosto de 1815.

Cerca de outros vinte romances também foram impressos e sem demora anunciados, como o **Tom Jones** e **Celestina**, no conjunto de obras que compunha as "Novas Publicações em Portugal", seção da coluna "Literatura e Sciencias".

Além de informarem a recém-impressão dos romances, havia outros pontos de confluência entre os reclames do **Correio Braziliense**.

A autoria dos romances, por exemplo, é mencionada somente nos anúncios de **Zadig** de Voltaire e das **Obras** de Barbuda, certamente por serem autores mais prestigiados naquele contexto histórico-literário e que dariam respaldo às publicações, estimulando suas vendas. Mas, de modo geral, em tempos nos quais as questões acerca da autoria não ocupavam o plano mais relevante do mundo das letras, devia ser mais proveitoso investir na propaganda do enredo, para instigar a curiosidade do público.

Se a menção aos autores não era importante para atrair compradores, os anúncios dispunham de outros recursos para angariar interessados, como o uso dos termos "galante" "moral e "instrutiva" que, além de demonstrar o juízo de valor do anunciante acerca da obra, ressoa as qualidades que os críticos favoráveis ao romance atribuíam ao gênero e demonstra os atrativos de leitura das obras. Afinal as prosas romanescas eram capazes de divertir (o que é repassado pelo emprego de "galante" no sentido de gracioso e engraçado), pois podiam ser uma leitura agradável à medida que tratavam de assuntos próximos ao leitor, de paixões aos quais todos podiam estar submetidos e não exigiam educação ou treinamento específicos para serem lidos - em oposição a gêneros como as tragédias, que narravam os feitos de deuses e heróis e exigiam que o leitor conhecesse suas regras de composição para apreciá-las. O romance ainda podia instruir e moralizar pela exemplificação, pois personagens viciosos sempre eram punidos na narrativa. Sendo assim, se o leitor se espelhasse na obra

aprenderia a não cometer os mesmos erros dos protagonistas e a viver na virtude, em benefício da moral e dos bons costumes.

Quem quisesse, então, aventurar-se na leitura de romances não teria de investir muito dinheiro, no caso das obras divulgadas pelo *Correio*. 800 réis era o que pagaria o leitor pelas “Novelas galantes e instructivas” conjunto de narrativas “compreendendo sette novellas diferentes”, obra mais cara anunciada por Hipólito e que, no entanto, tinha o valor mais baixo que o do exemplar avulso do próprio periódico, vendido na Corte a 1\$280 réis.

Por fim, ainda que saibamos quais foram os solicitantes de alguns dos romances, vale ressaltar que nenhum deles foi referido como responsável pela venda das obras. Ainda que alguns estivessem no ramo das livrarias como Joaquim Lopes do Nascimento, que fez imprimir o *Tom Jones*, e João Nunes Esteves, solicitante dos *Contos Moraes*, seus estabelecimentos não foram mencionados pelos respectivos anúncios como ponto de venda dos romances. Com exceção da obra *O Poder da virtude, ou o Triumpho inesperado*, cujo reclame informa ser vendida em duas livrarias lisboetas, a de Joaquim Lopes do Nascimento e a de Antonio Manuel Policarpio, os outros títulos que causassem interesse aos compradores luso-brasileiros deveriam ser localizados por eles mesmos ou por meio de intermediários.

Em Portugal, por exemplo, havia livreiros que ofereciam os serviços de remessa de livros para o Brasil, como Paulo Martin, Viúva Bertand, João Francisco Rolland e, mais tarde, Borel, Borel e Cia, Pedro e Jorge Rey (ABREU, 2003. p. 141). A importação de livros de Lisboa era, aliás, um dos meios mais comuns de obtenção de livros dos leitores cariocas, conforme descreve Márcia Abreu:

Os moradores do Rio de Janeiro tinham várias possibilidades para aquisição de livros: comprá-los em uma das livrarias estabelecidas na cidade ou em outro estabelecimento comercial qualquer (armazinhos, drogarias, vidraçarias etc), adquiri-los de vendedores ambulantes e avulsos, **encomendá-los a um livreiro português ou pedir a algum conhecido que se encarregasse da compra, do pedido de autorização e envio.** [grifo nosso] (ABREU, 2003. p.156)

Mesmo com a relativa facilidade de importação, nenhum dos romances propagandeados por seu periódico chegou a ser um grande sucesso entre os livros enviados de Lisboa para o Brasil durante o período de circulação do *Correio*⁴.

Ficam as perguntas: se os romances indicados por Hipólito da Costa não parecem ter feito muito sucesso no Rio de Janeiro, teriam feito nas outras províncias em que o *Correio* circulava ou na Inglaterra e em Portugal, países aonde o periódico também chegava? Quais os critérios utilizados por Hipólito da Costa para escolher os romances que divulgava, já que não cobria a totalidade dos títulos publicados pelas casas impressoras de Lisboa, seriam os de sua predileção? Se as tipografias lisboenses eram ativas desde 1808, quando o *Correio* começou a circular, porque o jornalista interessou-se por anunciar os romances por elas publicados apenas em 1815 e porque se calou em 1819, data em que foi impresso o último anúncio de romance, se o periódico continuou a ser produzido até 1822? No momento não temos respostas.

2 A Gazeta do Rio de Janeiro e a publicidade de romances

⁴ Segundo Márcia Abreu entre 1808 e 1826 os livros mais solicitados em requisições de envio de Lisboa para o Rio de Janeiro foram: 1º *Les Aventures de Telémaque*; 2º *Les Mille e Une Nuits e Selecta Latini Sermonis exemplaria e scriptoribus probatissimis*; 3º *Histoire de Gil Blas de Santillane*; 4º *Magazin d'enfants*; 5º *Historia do Imperador Carlos Magno e dos doze pares de França*; 6º *Obras de Bocage*; 7º *O Feliz independente do mundo e da Fortuna, ou arte de viver contente em quaisquer trabalhos da vida e Lances da ventura, acasos da desgraça e heroísmos da virtude*; 8º *Thesouro de Meninos*; 9º *Horacio ad usum*; 10º *Marília de Dirceu e O Piolho Viajante*. (ABREU, 2003.p.107).

Num sábado, 10 de setembro de 1808, os prelos da recém criada Impressão Régia do rio de Janeiro imprimiram o primeiro número da Gazeta do Rio de Janeiro. De início a folha deveria chegar às ruas da Corte aos sábados, mas, desde o segundo número passou a circular também às quartas-feiras. Ademais saíam aleatória e esporadicamente algumas edições extraordinárias.

As subscrições e compras avulsas custavam respectivamente 1\$900 réis semestrais e 80 réis e deveriam ser feitas na livraria de Paulo Martin até o ano de 1821, quando Manuel Joaquim da Silva Porto foi encarregado de comercializar a **Gazeta**.

O periódico pertencia por privilégio aos oficiais da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, mas, a julgar pelo aviso publicado logo no primeiro número, não possui ligações com a monarquia: “não é contudo oficial e o governo somente responde por aqueles papéis que nela mandar imprimir em seu nome”.

Da redação do periódico muitos se ocuparam ao longo dos anos de sua publicação. O primeiro a emprestar a pena à **Gazeta** foi o padre Tibúrcio José da Rocha, possivelmente, substituído em 1813 por Manuel Ferreira de Araújo Guimarães, que ocupou o posto até 1821, quando o assumiu Francisco Vieira Goulart.

O periódico trazia um apanhado de notícias recolhidas de folhas européias e informava sobre as ações do governo nas diferentes capitanias, além de publicar odes às datas comemorativas da vida dos monarcas. Contudo, na última página do jornal havia um quadro de avisos destinado à publicação de anúncios para quem quisesse divulgar seus negócios na *Gazeta*. Para tomarem parte de tais avisos, os reclames deveriam ser entregues à Impressão Régia na quarta-feira anterior à data em que se desejava sua publicação.

Acerca dos custos para os interessados em ver seus serviços divulgados, Carlos Rizzini (RIZZINI, s/d. p. 332) informou que a folha “nada cobrava pela publicação de anúncios”, entretanto, em 1821, a própria *Gazeta* noticiou que deviam ser pagos “200 réis por cada regra” ocupada pelo reclame.

Ainda assim o custo da publicidade, um tanto alto, não afastou os negociantes que, ao longo dos 14 anos de existência do periódico, propagandearam todo tipo de transação comercial, indo desde a oferta e procura de escravos para os maíores diversos serviços, até a venda de artigos de luxo, moradias, animais de carga e transporte e embarcações. Sobre tal seção da *Gazeta*, Maria Beatriz Nizza da Silva escreveu:

Embora esse tipo de periódico não forneça artigos de opinião nem seções de literatura ou de ciências e artes, ele é preciso para o historiador como documento da vida cotidiana, pois sua seção de avisos deixa entrever vários aspectos do Rio de Janeiro que dificilmente se encontram em outra documentação. (SILVA, 2007. p. 22)

O cotidiano do comércio de livros também pode ser vislumbrado por meio do quadro de avisos da **Gazeta**, pois os livreiros da Corte o utilizaram amplamente como veículo de divulgação de seus negócios. Dentre os livreiros anunciantes destacaram-se pela publicidade de romances: Manoel Joaquim Porto, Manuel Pereira de Mesquita, J.G. Guimarães, José Martins e Paulo Martin. Número bastante reduzido em relação ao conjunto de livreiros-anunciantes da **Gazeta**, o que talvez possa indicar que poucos se aventuravam a investir em publicidade para um gênero ainda desprestigiado no início do século XIX, mas que ganhava, aos poucos, o gosto dos leitores e, por isso mesmo, carecia de publicidade.

Paulo Martin foi um dos livreiros que mais investiu na divulgação de prosas romanescas, a seu estabelecimento pertencem cerca de 90% de todo o *corpus* de anúncios de romances encontrados na *Gazeta do Rio de Janeiro*.

O livreiro que fora enviado ao Brasil em finais do século XVIII, pelo pai também livreiro e também nomeado Paulo Martin, francês estabelecido em Lisboa, logo conseguiu visibilidade para sua loja ao tornar-se comerciante oficial das assinaturas e exemplares avulsos da *Gazeta do Rio de*

Janeiro. O periódico informava já em seu primeiro número de 10 de setembro de 1808 que era vendido na casa de Paulo Martin Filho, mercador de livros, no fim da Rua da Quitanda.

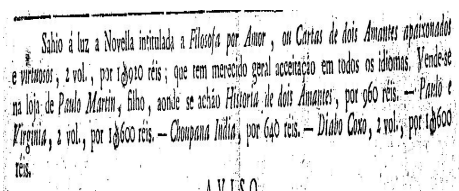
Os negócios dos Martin no Brasil devem ter prosperado, pois junto às volumosas remessas de livros vindos de Lisboa, para a livraria, veio também João José Martin para auxiliar o irmão nos negócios. Além da experiência no ramo – a família Martin estava inserida no comércio de livros desde o século XVI na França e em Portugal desde o início do século XVIII – a publicidade na *Gazeta* deve ter sido determinante para que Paulo Martin Filho se tornasse o livreiro-editor mais conhecido do período colonial.

Sobre as estratégias publicitárias do livreiro, Lúcia Bastos escreveu:

Em alguns anúncios, apenas indicava os títulos à venda; em outros, fornecia algumas explicações, em que procurava chamar a atenção, fosse para obras recentes, fosse para outras menos conhecidas [...]. Quando o título podia ter venda incerta, por ser menos conhecido e mais caro, dava explicações mais amplas a fim de atrair a clientela. (NEVES, s/d. p.8)

Entretanto, estes recursos não eram utilizados apenas por Paulo Martin. Na maioria dos reclames, mesmo de outros livreiros, a fórmula era bem parecida, o que talvez indique que estas eram características dos anúncios divulgados na *Gazeta* do início do século XIX e não apenas uma peculiaridade de Paulo Martin.

Na maioria dos anúncios, informações como autoria ou tradução eram omitidas, ao passo que as características materiais das obras eram quase sempre mencionadas. Talvez os livreiros optassem por reduzir dados bibliográficos e outros detalhes acerca dos romances anunciados devido ao preço cobrado pela *Gazeta do Rio de Janeiro* para veicular os reclames:



Sahio á luz a Novella intitulada a *Filosofia do Amor, ou Cartas de dois Amantes apaixonados e virtuosos*, 2 vol., por 1\$920 réis; que tem merecido geral acceitação em todos os idiomas. Vende-se na loja de *Paulo Martin*, filho, aonde se achão *Historia de dois Amantes*, por 960 réis. – *Paulo e Virginia*, 2 vol., por 1\$600 réis.; – *Choupana India*, por 640 réis. – *Diabo Coxo*, 2 vol., por 1\$600 réis.

Anúncio 1: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 25/03/1812.

O exemplo acima demonstra que para apresentar apenas o **Filosofia por Amor**, que estava recém-saído dos prelos da Imprensa Régia do Rio de Janeiro⁵, Paulo Martin teve um dispendio de 600 réis, já que a publicidade da obra ocupou três linhas, custando cada uma 200 réis. Entretanto para divulgar mais quatro romances, sem fornecer maiores informações sobre os mesmos, o livreiro gastou apenas 400 réis. Sendo assim, não compensava preencher as linhas dos reclames com muitos dados de apenas um romance, mas poucos dados de muitos romances, se os livreiros quisessem ter sua mercadoria massivamente divulgada.

Talvez o custo cobrado para publicar os anúncios pelo periódico tenha colaborado para que os preços dos romances anunciados pela **Gazeta** fossem mais altos que os do **Correio**, pois, os gastos com publicidade certamente seriam repassados aos compradores das obras.

Entretanto, o custo de um romance não alcançava os valores de obras de outros gêneros. Um cirurgião que procurasse por literatura especializada poderia voltar para a casa com muitos romances embaixo do braço:

⁵ Este foi o primeiro anúncio do romance *Filosofia do Amor, ou Cartas de dois Amantes apaixonados e virtuosos*, que fora publicado pela Imprensa Régia do Rio de Janeiro em 1811, conforme (SOUZA, 2007.p. XXVII).

Na loja de *José Martins*, na rua da *Prainha* N.º 27, se vende. – *Darwin Zoonomie ou Lois de la vie organique*, 4 vol. 8.º por 12\$800 réis.- *Lances da Ventura, Acazos da desgraça, e Heroismos da virtude*, 6 vol. 8.º por 4\$800. *Atalaia contra os Pedreiros Livres*, I vol. 8.º br. 1\$280. *Carolina de Lichtfield*, 2 vol. 8.º por 1\$920. *Joaninha, ou a Engeitada generosa*, 2 vol. 8.º por 1\$760. *Amigos Rivaes*, I vol. por 800 réis.

Anúncio 3: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 27/01/1819.

Afinal, com os 12\$800 réis que deveriam ser empregados para a compra de *Darwin Zoonomie ou Lois de la vie organique*, o leitor poderia adquirir todos os romances anunciados e ainda ficaria com um belo troco. Mesmo quando publicados em materialidade mais sofisticadas, os romances não chegavam a exigir o dispêndio de muito dinheiro para serem comprados, é o caso do célebre *Atalaia*, seu reclame informava tratar-se de um volume nitidamente impresso, o que facilitava a leitura e não era uma regra para as publicação da época, além disso, encadernado, o que tornava os livros mais caros e simbolicamente mais valorizados do que as brochuras. Mesmo agrupando todas essas qualidades, o romance de Chateaubriand não chegava aos 1\$000 réis, em 1819.

Mesmo tendo amplamente servido enquanto veículo para a divulgação de romances, a *Gazeta do Rio de Janeiro* não foi utilizada como suporte para a discussão do gênero. Uma das razões talvez esteja no fato de que “não competia ao gazeteriro exhibir sus conhecimentos, caso os possísse, mas tentar apagar sua individualidade como letrado”(SILVA, 2007. p.8.). Sendo assim, muitas vezes os anunciantes e seus anúncios fizeram respectivamente o papel de crítico e crítica literária.

Para nortear e converncer os possíveis leitores, os reclames de alguns romances informam características dos enredos, dão notícias da recepção das obras e avaliam a composição dos autores.

Muitos romances foram classificados como modernos e engraçados, provavelmente na esteira de esclarecer ao público de que se tratavam de novidades literárias que mereciam ser apreciadas por sua capacidade de divertir os leitores. Segundo os anúncios eram representados destes romances: *O Diabo Coxo*; *Divertimento Instructivo*, ou *Collecção escolhida de Novellas*; *Novellas Orientaes por hum Sabio da Persia*; *Vida de Mariana*, ou *As aventuras da Condeça de F...*, assim como o *Tom Jones*:

Na loja da *Gazeta* se acha a nova e engraçada novella, *Tom Jones ou o Engeitado*, 4 vol. por 8:640 réis.

Anúncio 3: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 10/05/1817

A boa aceitação da obra, inclusive em outros idiomas, também foi um recurso bastante utilizado pelos anunciantes com vistas e não deixar dúvidas em relação à qualidade do romance, como expressa o reclame de *Robinson Crussoé*:

Na loja da *Gazeta* se acha huma nova Edição da *Vida a Aventuras* admiraveis de *Robinson Crossué*, 4 vol. por 4.800 réis; novella que tem merecido geral aceitação

Anúncio 4: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 09/03/1817

Diabo Coxo; Choupana India; e A Filosofia por Amor, ou Cartas de dois Amantes apaixonados e virtuosos foram outros romances cuja aprovação do público também foi previamente referida.

Algumas referências à autoria ademais foram feitas. O caso mais pungente é o do anúncio da *Choupana India*, segundo qual, o nome do Abbade St. Pieere por si só já era suficiente para garantir o merecimento da obra:

Também sahio á luz a Novella intitulada : *A Choupana India, traduzida do Francez do célebre Abbade St. Pierre*. O nome do author basta para conceituar o merecimento da Obra, além da multiplicidade de Impressões que se tem publicado em todos os Idiomas. Vende-se na loja da Gazeta a 640 réis: aonde se acha o *Diabo Coxo*, 2 vol., por 1\$600. – Novella que igualmente tem encontrado geral aceitação.

Anúncio 5: *Gazeta do Rio de Janeiro*, 10/07/1811.

Cartas Americanas e Atala também tiveram boas críticas quanto à composição e ao autor respectivamente.

Por fim, mesmo utilizando-se de alguns recursos para angariar o público, a atuação dos livreiros da Corte em relação à Publicidade de seus produtos é digna da observação de Maria Beatriz Nizza da Silva:

Pode, contudo, afirmar-se que os mercadores de livros no Rio de Janeiro eram extremamente comedidos nos seus textos publicitários: escassa adjetivação, raros elogios às obras anunciadas. Tudo se passava como se a simples enumeração dos títulos fosse suficiente para atrair o público, o que me leva a formular a seguinte hipótese: nesta fase do comércio livreiro não se tornava necessário lançar uma obra, impô-la ao comprador. Era como se houvesse uma concordância, um ajuste perfeito entre o tipo de obras à venda e o gosto do público. (SILVA, 1979. p. 28)

A Gazeta do Rio de Janeiro deixou às ruas da Corte assim como a família real em 1822.

Referências Bibliográficas

ABREU, Márcia. **Os Caminhos dos Livros**. Mercado de Letras: São Paulo, 2003.

FRANÇA, Jean Marcel Carvalho. **Um público para o *Correio Braziliense***. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/alm290720031.htm> Consultado em março de 2008.

LUSTOSA, Isabel. **Hipólito da Costa, patrono da imprensa brasileira, pôs em risco a própria vida ao denunciar, nas páginas do *Correio Braziliense*, a intolerância e os desmandos do poder**. Disponível em www.fundaj.gov.br Consultado em Junho de 2008.

NEVES, Lucia Maria Bastos P. **Trajetórias de livreiros no Rio de Janeiro: uma revisão historiográfica/ João Roberto Bourgeois e Paulo Martin: livreiros franceses no Rio de Janeiro, no início do Oitocentos**. Disponível em www.rj.anpuh.org Consultado em abril de 2008.

RIZZINI, Carlos. **Hipólito da Costa e o *Correio Braziliense***. Companhia Editora Nacional: São Paulo, 1957.

_____. **O Livro, o Jornal e a Tipografia no Brasil (1500-1822)**. Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre: Kosmos, s/d.

SILVA, Maria Beatriz Nizza da. **A Gazeta do Rio de Janeiro (1808-1822):** Cultura e Sociedade. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2007

_____. Produção, Distribuição e consumo de livros no Brasil colonial, **COLÓQUIO – LETRAS, N.50.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1979.

SOUZA, Simone Cristina Mendonça de. **Primeiras impressões: romances publicados pela Imprensa Régia do Rio de Janeiro (1808-1822).** Tese apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem, da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Doutor em Teoria e História Literária. Orientadora: Profa. Dra. Márcia Azevedo de Abreu. UNICAMP: Instituto de Estudos da Linguagem, 2007

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977.