

Editoras Saraiva e Clube do Livro: considerações sobre seus projetos populares de leitura e a presença do romance-folhetim de Alexandre Dumas*

Rosângela Maria Oliveira Guimarães (CEO/COS/PUC-SP)*

Resumo

A partir da década de 40 do século passado, as editoras Saraiva e Clube do Livro, de São Paulo, criaram projetos populares de leitura de abrangência nacional, publicando obras literárias em larga escala.

Com base em estudos sobre leitura e história da leitura, o trabalho em questão pretende mostrar procedimentos e particularidades de tais projetos, bem como abordar o tema da circulação do romance-folhetim de Alexandre Dumas nos respectivos âmbitos, vislumbrando processos de recepção/leitura aí embutidos.

Palavras-chave: folhetim, romance-folhetim, edições populares, práticas de leitura

Introdução

Projetos editoriais populares

As edições populares da Saraiva e do Clube do Livro, produzidas entre as décadas de 40 e 70 do século passado, além de outras que circularam no mesmo período, cumprem importante papel na história editorial brasileira, no que se refere a um recorte da produção de livro popular aqui. Seguindo tal rastro de publicação, encontrou-se uma diversidade de obras editadas para o povo, em larga escala, configurando-se num comércio livreiro popular que se desenvolveu paralelamente à produção do livro de luxo no país.

A Saraiva, por exemplo, já era uma editora tradicional, com destaque para a publicação de livros jurídicos, quando em 1948 cria um clube do livro próprio, um segmento da editora destinado a publicar literatura em edições baratas, a partir daquele momento. Tal iniciativa foi inspirada no Clube do Livro, criado em 1943, cujo nome já reiterava o perfil da editora e o propósito de publicar livro popular.

Aliás, a criação de um clube de livro com o objetivo de atingir maior número de leitores, ao que parece, consiste em ação pioneira na época. Até então não se tinha notícia de outro movimento editorial dessa natureza funcionando no país, pelo menos, não se encontrou nenhuma informação sobre o assunto no decorrer da pesquisa sobre as traduções/adaptações dos romances de Dumas no Brasil.

Uma vez posto em prática as atividades de tais clubes, em cujas propostas se embutem processos de produção e circulação de edições populares em todo o país, os respectivos projetos se configuram em capítulos importantes da editoração popular, num momento de desenvolvimento da indústria do livro aqui.

Tais projetos editoriais permaneceram esquecidos durante anos, possivelmente, em virtude de suas origens populares. Por exemplo, a ‘coleção Saraiva’ ao que tudo indica esteve anônima até merecer atenção na pesquisa atual, ao passo que o Clube do Livro já havia sido estudado por John Milton, sob a perspectiva da tradução de obras da literatura norte-americana e inglesa no Brasil. Na verdade, além dos romances de Alexandre Dumas, tem-se de um modo geral um projeto tradutório da literatura francesa do século XIX sendo retomado por ambas as editoras.

* Este trabalho consiste num recorte de um dos capítulos da tese “Traduções/Adaptações dos romances- folhetins de Alexandre Dumas no Brasil”, defendida sob orientação da Professora Doutora Jerusa Pires Ferreira, no COS/PUC-SP.

* Rosângela OLIVEIRA GUIMARÃES, Doutorado. Pesquisadora do Centro de Estudos da Oralidade do Programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP).

E-mail: guimaraeseoliveira@ig.com.br.

Em artigo defendendo uma pesquisa contínua na área, “Folhetim, brochura, os mais populares – importância da literatura de segundo time” (*Cadernos de Jornalismo de Editoração da ECA/USP*), Marlyse Meyer discute a importância da “literatura de segundo time” à qual o romance-folhetim está vinculado. Defende que no Brasil é preciso pensar não só na história da literatura erudita, mas também na “história da produção” de repertórios diversos que não pertencem à grande literatura, para que possam ser conhecidos, estudados e, conseqüentemente, reveladores de práticas de leituras.

O mapeamento dos romances de Dumas (na pista de tal produção de livros) revelou um projeto de leitura para as classes populares criado pelas editoras citadas. Diante disso, a pergunta é: quantas propostas dessa natureza foram executadas e permanecem esquecidas porque se desenvolveram à margem do sistema educacional/institucional em vigor na época?

O posicionamento de Marlyse, na tentativa de reavivar práticas de leitura que fizeram parte do imaginário brasileiro e que permaneceram nas *bordas*, desvinculadas do sistema literário vigente, tem a ver com questões inerentes a este estudo sobre a trajetória da obra de Dumas no Brasil. Foi seguindo o curso da história da produção dos romances-folhetins do autor que se revelou uma complexa rede de conexões de editoras e seus respectivos projetos editoriais, apontando para outro aspecto da história da leitura no Brasil.

Cada nova pesquisa na área esclarecerá aspectos importantes da editoração popular brasileira no passado, contribuindo para a reconstituição dessa memória. Hoje, são consideráveis os estudos no Brasil que enfocam editoras de renome e circulação de livros eruditos, mas ainda são escassos os que contemplam editoras e o livro popular.

O momento do livro no país

Em linhas gerais, reunindo as edições dos romances de Alexandre Dumas, traduzidos e publicados no Brasil pelas Editoras Saraiva e Clube do Livro, de São Paulo, no século passado, verificou-se que ambos os estabelecimentos criaram um projeto de leitura para as classes populares comparando também os romances do autor. As propostas previam a distribuição de romances (das literaturas nacional e estrangeira traduzida), em edições populares para todo o país. Ao que parece, as publicações tiveram boa acolhida por parte de uma parcela da população sem acesso ao livro caro.

Tais projetos surgiram num período em que, apesar de a indústria do livro já ter se desenvolvido bastante no Brasil, sobretudo com a atuação pioneira de Monteiro Lobato como editor nas décadas anteriores, o setor passava por dificuldades, em virtude da escassez de papel, aumento da matéria-prima e transformações políticas, econômicas e sociais no país, que repercutiram no campo editorial.

Lobato reclamava dos empecilhos não só de se editar livros aqui, mas de problemas na distribuição, ele próprio, criando possibilidades de escoamento da produção quando entra no ramo editorial nos anos 20 do século passado. Experimentou oferecer livros em consignação nos mais diferentes e potenciais pontos de venda no país: bancas de jornais, supermercados, quiosques, entre outros.

A crise no setor não impediu que os projetos da Saraiva e do Clube do Livro fossem criados e vigorassem por mais de duas décadas. No início, uma das razões pode ter sido o fato de as editoras serem de São Paulo, cidade que oferecia condições mais favoráveis ao empreendimento. Por volta de 1942, era considerado o centro editorial do país devido ao crescimento da indústria gráfica em seus domínios.

Segundo Alice Mitika, nesse período, “editoras estabelecidas no Rio de Janeiro imprimiam em São Paulo seus livros atraídas pelos preços mais baratos (o desenvolvimento técnico permitiu maior volume de produção, o que barateou o preço unitário do produto)”¹. Tal cenário favorável

¹ Cf. MITIKA, *Intelectual, Empresário, Editor*, p. 137.

pode ter sido decisivo para a Saraiva e o Clube do Livro iniciarem a publicação de literatura em larga escala, especificamente o romance.

Os discursos dos membros do conselho editorial do Clube do Livro, por exemplo, demonstram que os respectivos projetos foram pioneiros no período, quanto a atender a demanda de uma parcela da população brasileira, num momento em que a prioridade era dada à edição de livros didáticos (em virtude da compra garantida pelo governo para as escolas) e o comércio literário experimentava constantes oscilações. Ou seja, a leitura como prática cultural incentivada pela literatura ainda era incipiente. E o quadro se tornava mais crítico em se tratando do cultivo do gosto de ler entre as classes populares.

Jorge Saraiva tinha experiência no ramo editorial, quando publica a popular ‘coleção Saraiva’. Foi editor engajado na campanha de melhoria do comércio do livro no país, por volta de 1948. Presidiu inclusive, no mesmo ano, o “I Congresso de Editores e Livreiros do Brasil” na cidade de São Paulo, prestando fervorosas homenagens póstumas a Lobato, em reconhecimento pelos serviços realizados na área. O evento reivindicou das autoridades investimentos no setor².

Percebe-se que editores experientes se voltaram para um público específico cada vez mais ansioso por instrução, em se tratando de um período em que o país estava se industrializando. Acredita-se que o aumento de público, as inovações no setor editorial conquistadas com Lobato e o vislumbamento de um mercado em ascensão, por parte dos editores da Saraiva e do Clube do Livro, foram aspectos decisivos para o sucesso editorial dos projetos em questão, com longa permanência.

É inegável o seguimento dos respectivos editores de propostas defendidas por Lobato para o desenvolvimento do comércio do livro no Brasil. Primeiro, no que se refere ao escoamento da produção: ao criarem clubes de livros, as editoras em estudo ampliaram a possibilidade de venda de seus produtos, em outros espaços e por outros meios, não ficando restrito a livrarias como era tradicional. Além da distribuição pelo correio através do serviço de assinaturas, amplamente divulgado em anúncios no final das brochuras, tinham distribuidoras nas principais capitais do país, informe bastante difundido pela Saraiva, por exemplo.

O Clube do Livro contava também com um serviço de venda em domicílios (comércio ambulante) que garantia a pronta entrega de qualquer obra solicitada, nos mais distantes pontos do país, através do trabalho de seus representantes. Por outro lado, os livros que não eram vendidos via assinatura postal e em livrarias certamente o público tinha acesso em bancas de jornais, quiosques, rodoviárias, entre outros, a partir das distribuidoras regionais. O objetivo era levar o livro popular até seu potencial comprador. Por isso os vários meios citados o fizeram circular nos espaços onde o encontro com o leitor fosse possível e rápido.

É preciso lembrar que no Brasil a publicação em brochuras populares para atingir leitores em massa visando lucro (textos de “ampla circulação”, segundo Jean-Yves Mollier) tem início no comércio livreiro carioca, nas últimas décadas do século XIX. Pedro Quaresma fundou a Livraria do Povo para explorar o mercado do livro barato publicando “lindos e belíssimos romances”, nacionais e estrangeiros, livros didáticos, obras pornográficas, dicionários de línguas, entre outros”, inclusive lançando autores novos³.

No período, a iniciativa do livreiro-editor Garnier de publicar literatura nacional e estrangeira traduzida também em livro popular se aproxima muito dos projetos que estamos tratando. Investiu na publicação de literatura nacional e européia traduzida, dominando o mercado de obras de ficção aqui. Aderiu ao comércio de livro popular, editando os grandes escritores de nossas letras, como José de Alencar, Visconde Taunay, Machado de Assis, entre outros. Passaram a ser lidos por pessoas que não tinham acesso ao livro caro. Em 1873, criou a popular “Biblioteca da Algebeira”, com “formato acomodado a qualquer bolso que não seja o do colete”. Foram publicadas edições de luxo para o leitor de maior poder aquisitivo e passou a editar também livros populares.

² Idem.

³ EL FAR, Alessandra, *Páginas de Sensação*, 2004.

Nesse sentido, considera-se que a atuação de editoras tradicionais do século XX, em São Paulo, como a Saraiva e o Clube do Livro, retomaram procedimentos e estratégias (não se sabe até que ponto intencionais) que deram lucro no comércio livreiro do século XIX, quer seja na seleção de projetos editoriais mais baratos, com retorno financeiro seguro, como também na escolha de repertório: obras literárias (brasileiras ou traduzidas) sendo publicadas em edição popular para conquistar mais público.

A Editora Saraiva já possuía estabilidade no comércio livreiro do século XX no Brasil. Destacava-se por editar livros jurídicos e, na década de 40 do século passado (momento de intenso processo de industrialização em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro), inicia a publicação de livros para o povo via a popular 'Coleção Saraiva', criando outras em seguida.

A referida coleção, na verdade, inaugurou o clube do livro da editora, que começou a funcionar em 1948. A primeira obra a ser publicada foi *O Rei Cavaleiro* de Pedro Calmon. Nesse aspecto, a Saraiva se inspirou no Clube do Livro criado em 1943. De certa forma, competiram entre si durante os anos que publicaram edições populares: almejavam o mesmo público. O modelo consistia na publicação de uma obra literária a cada mês, desde romances da literatura nacional a traduções de 'obras clássicas' da literatura européia.

Com base em listas disponibilizadas em romances de Dumas e outras obras da Saraiva, verificou-se ainda que a 'coleção Saraiva' circulou de 1948 a 1972, num período de mais de vinte anos, e que os romances de Dumas, pertencentes à coleção citada, foram publicados a partir de 1952, isto é, quatro anos após a criação do clube do livro da editora. Inclusive houve repetição dos seguintes títulos nas coleções 'Saraiva' e 'Jabuti': *Nero*, *O Salteador*, *Othon*, *o arqueiro*. Tal recorrência pode ser indício de grande popularidade desses enredos na tradição brasileira, o que teria motivado reedições em duas coleções da mesma editora.

Dumas foi amplamente editado pela Saraiva em momentos diferentes. Pelos registros, saiu pela última vez em coleção mais específica e inteiramente dedicada a ele: 'Romances de Alexandre Dumas', nos finais dos anos 50 do século passado. Fato que sugere popularidade consolidada do autor no país, após longa trajetória desde os rodapés de folhetins de jornais.

Conclusão

Os projetos editoriais de natureza popular de ambas as editoras foram importantes para preservar e manter circulando no Brasil do século XX parte do romance-folhetim francês (sobretudo o conjunto de textos de Dumas pai), tornando possível uma reconstituição das obras do escritor aqui.

Em termos de práticas de leitura, com base nos materiais (da Saraiva e do Clube do Livro, inclusive o romance-folhetim editado), pode-se imaginar pelo menos dois tipos de leitura em vigor. De um modo, em voz alta, de caráter coletivo: uma pessoa lendo para seu grupo, em comunidades onde o analfabetismo de alguns inviabilizava a leitura individual, daí um membro ser escolhido para oralizar os enredos. De outro, por pessoas alfabetizadas, a leitura silenciosa, de caráter individual, feita em casa, em bibliotecas públicas ou a caminho do trabalho (no ônibus ou trem), a qual podia fluir mais lenta (leitura de volumes maiores) ou mais rápida, em edições resumidas.

Do ponto de vista de uma divulgação individual de seus respectivos projetos de leitura, percebeu-se que o Clube do Livro, através das 'notas explicativas' e das orelhas das obras publicadas, tentou passar para o público a grandiosidade de sua iniciativa veiculando livros de "larga circulação". A editora tinha por prática destacar o 'nobre' empenho de sua equipe, que se 'esforçava' para assegurar acesso à leitura a seus sócios. São constantes nos textos termos como 'missão' e 'sacrifício' para caracterizar o trabalho do grupo, rumo à democratização da leitura no país.

Por outro lado, nota-se que a editora Saraiva foi mais discreta nesse sentido. Não usou o discurso de natureza paternalista e ao mesmo tempo propagandista do Clube do Livro, mas utilizou todos os espaços disponíveis no projeto gráfico das brochuras da série 'Coleção Saraiva', por exemplo, para divulgar seu catálogo. Em geral, as orelhas eram destinadas a resenhas sobre a obra recém-lançada e o futuro lançamento.

Referências Bibliográficas

- [1] ABREU, Márcia (Org.). *Leitura, História e História da Leitura*. Campinas/SP: Mercado das Letras/ALB/Fapesp, 1999.
- [2] BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Ação, Suspense e Emoção*. São Paulo: Fapesp/Educ, 1996.
- [3] CHARTIER, Roger; CAVALLLO, Guglielmo. *História da Leitura no Mundo Ocidental*. São Paulo: Ática, 2002.
- [4] _____. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Tradução de Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 1988.
- [5] EL FAR, Alessandra. *Páginas de Sensação: Literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924)*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- [6] LAJOLO, Marisa, ZILBERMAN, Regina. *A formação da Leitura no Brasil*. 3ª edição. São Paulo: Ática, 1996.
- [7] LARPSON, Flora. “Alexandre Dumas père: romancier et les avatars institutionnels du genre romanesque”. In: MIGOZZI, Jacques (dir.). *Le roman populaire en question(s)*. Actes du colloque international de mai de 1995 à Limoges. Limoges: PULIM, 1995.
- [8] MEYER, Marlyse. *Folhetim*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- [9] _____. “Folhetim, brochura, os mais populares. Importância da Literatura de segundo time”. In: ‘Cadernos de Jornalismo e Editoração da ECA/USP’, p. 83-91.
- [10] MITIKA, Alice. *Monteiro Lobato: Intelectual, Empresário, Editor*. São Paulo: T. A, Queiroz Editor, 1982.
- [11] PIRES FERREIRA, Jerusa. *O Livro de São Cipriano: uma legenda de massas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- [12] _____. ‘Matrizes impressas da oralidade: conto russo em versão nordestina’. *Revista Internacional de Língua Portuguesa*, Lisboa, n. 9, p. 57-61, jul. 1993.
- [13] _____. *Livros, Editoras e Projetos* (Org.). São Paulo: Ateliê Editorial/ Com Arte: São Bernardo do Campo/SP, 1997.
- [14] SANTOS, Idelette Muzart Fonseca dos. ‘Monte Cristo – du roman au livre de colportage: traduction poétique et populaire d’Alexandre Dumas au Brésil’. In: MIGOZZI, Jacques (Dir.). *Le roman populaire en question(s)*. Actes du colloque international de mai de 1995 à Limoges. Limoges: PULIM, 1995.
- [15] ZUMTHOR, Paul. *Performance, Recepção, Leitura*. Tradução de Jerusa Pires Ferreira e Suely Fenerich. 2ª edição. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.