

## **I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial**

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil

*O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.*

### **A disseminação do livro popular nas últimas duas décadas do século XIX e a trajetória editorial de Pedro Quaresma, proprietário da Livraria do Povo<sup>1</sup>.**

Alessandra El Far

Pesquisadora de Pós-Doutorado vinculada ao PAGU (Núcleo de Estudos de Gênero), da Unicamp.

**Resumo:** Nas últimas duas décadas do século XIX, o livro deixava de ser um produto caro e reservado apenas ao consumo de uma pequena elite intelectualizada. No Rio de Janeiro, comerciantes, dispostos a conquistar espaço no mercado livreiro da cidade, começavam a anunciar nos jornais da época listas e mais listas de volumes a baixos preços. Eram brochuras dos mais diferentes gêneros literários que procuravam atender ao gosto de uma ampla camada alfabetizada da população que crescia a cada dia. Entre esses livreiros-editores estava Pedro da Silva Quaresma, proprietário da Livraria do Povo e principal responsável pela publicação de livros baratos e de grande tiragem daquele período.

**Palavras-chave:** Mercado editorial carioca – livro popular – Pedro da Silva Quaresma – Século XIX – História literária brasileira.

Ao contrário do que normalmente se imagina, havia no Rio de Janeiro das últimas duas décadas do século XIX inúmeras livrarias munidas de um acervo considerável de exemplares “ao gosto do povo”. Aquele que não tivesse consigo as amarras do analfabetismo poderia, com alguns poucos tostões, levar para casa um livro de sua preferência. Pelas ruas do centro da cidade, livreiros e mercadores ambulantes disputavam clientes anunciando volumes a baixos preços.

Quando se fala em livrarias do século XIX, logo salta à memória os nomes da afamada casa comercial Garnier, responsável pela publicação dos romances de

---

<sup>1</sup> Este texto constitui uma versão resumida do artigo intitulado “Livros para todos os bolsos e gostos” a ser publicado, no primeiro semestre de 2005, no livro *Cultura letrada no Brasil: objetos e práticas*, organizado pela professora Márcia Abreu.

Machado de Assis e de muitos outros intelectuais respeitados de oitocentos, e dos irmãos Laemmert, autores e impressores do popular *Almanak Laemmert*. Entretanto, é preciso lembrar que ao lado deles, diversos outros comerciantes buscavam na compra, venda e edição de livros um público cativo a fim de ganhar espaço no difícil jogo do mercado livreiro carioca que visivelmente se intensificava.

Tanto a Garnier quanto a Laemmert situavam-se no mesmo quarteirão da rua do Ouvidor. Quem por elas passasse veria fileiras do chão ao alto de exemplares cuidadosamente encadernados e, dependendo do horário, entusiasmadas confrarias literárias que reuniam conhecidos homens de letras. Apesar do burburinho, o comércio livreiro da segunda metade do século XIX estava longe de se concentrar em uma das ruas mais famosas da cidade. Nas suas adjacências vários outros estabelecimentos do mesmo teor divulgavam, cada um a seu modo, suas ofertas, especialidades e raridades bibliográficas. Localizados nas ruas da Quitanda, Uruguaiana, Sete de Setembro, S. José, da Assembléia, do Carmo, do Rosário e do Ourives, esses comerciantes, sabendo que os volumes de acabamento requintado tinham endereço certo, apostavam em um novo tipo de negócio, o livro barato, que ganhava um número cada vez maior de adeptos. Graças ao desenvolvimento das técnicas de impressão, pôde-se diminuir os custos de impressão garantindo ao consumidor preços bem mais em conta.

Folheando o *Almanak Laemmert* de 1870 a 1900 encontramos, ao todo, 121 firmas vinculadas ao comércio do livro. Essas empresas apresentavam, porém, características distintas. Enquanto umas vendiam somente livros, outras dividiam o espaço das encadernações com o material de papelaria, utensílios para escritório, jogos, águas perfumadas, guarda-chuvas e objetos de uso pessoal. Como muitos desses comerciantes não possuíam um capital avantajado para a compra de um estoque variado, era comum o anúncio de especialidades, podendo ser elas acadêmicas, ou então, literárias, científicas, lingüísticas, jurídicas e etc.

Todas essas empresas, que hoje conhecemos somente pelo nome listado nos almanaques daquela época, davam vida ao comércio livreiro do Rio de Janeiro. Nesse sentido, cada proprietário procurava, à sua maneira, expor um acervo considerável de produtos, ou mesmo, criar um ambiente convidativo aos seus clientes, na tentativa de destacar-se em meio a este mercado de livros, que aos poucos ganhava uma significativa diversidade e amplitude.

Apesar do grande número de livrarias nestas últimas três décadas do século, foram poucas as que conseguiram criar bases sólidas. Numa contagem rápida pode-se

averiguar que 65 delas, ou seja, mais da metade, não chegaram aos cinco anos de vida. Cerca de 16 mantiveram-se no mercado entre 5 e 10 anos; 5 entre 10 e 15 anos; e 4 entre 15 e 20 anos. No decorrer deste período, 8 empresas existiram por mais de 30 anos. Ou seja, mesmo sendo um negócio arriscado, pelo menos a longo prazo, muitos foram os empreendedores que resolveram aplicar seu dinheiro na compra e venda de livros, acirrando a concorrência e expandindo os negócios referentes à palavra escrita.

Nos primeiros anos da década de 1880, diversos comerciantes voltaram-se para o ramo livreiro. Se em 1870, 1875 e 1880, o número de livrarias girava em torno de 30, em 1885 e 1890 esta cifra subia para 50, voltando a cair em 1895<sup>2</sup>. Esses números salientavam que esse mercado não se fazia nas mãos de dois ou três proprietários bem-sucedidos. Pelo contrário, ao lado destes, havia inúmeros outros interessados em enraizar um negócio promissor. Atrás de algo lucrativo, pequenos e grandes estabelecimentos, com suas especialidades, movimentaram uma gama de livros destinados a todos os paladares.

Em geral, os novos proprietários de livrarias, ainda com um tímido capital, investiam no comércio de livros populares. Ao invés de importarem ou de fabricarem volumes caros dotados de uma bela encadernação, preferiam oferecer um diversificado sortimento de obras a baixos custos representantes dos mais diferentes gêneros da literatura nacional e estrangeira. Via de regra, esses volumes apresentavam capa brochada, papel de baixa qualidade e um projeto gráfico capaz de facilitar o exercício da leitura. Afinal, esperava-se que esse público consumidor nascente na cidade do Rio de Janeiro passasse a ver o livro não mais como uma mercadoria de luxo, reservada ao cultivo do saber erudito, mas, também, como um produto acessível, destinado à informação, ao passatempo e à curiosidade passageira.

Em outras palavras, esses livreiros de oitocentos queriam vender ao grande público o que até então havia sido reservado a grupos específicos, a fim trazer para si um número irrestrito de consumidores. Assim, anunciavam suas mercadorias nos jornais recorrendo a frases de efeito e ao conhecido título: “Livros Baratíssimos” ou, simplesmente, “Livros para o Povo”. O leitor, diante dessas manchetes, sabia que ali poderia encontrar volumes por módicas quantias.

---

<sup>2</sup> Para chegar a esses dados consultei o *Almanak Laemmert* a cada cinco anos de 1870 a 1900. Neste percurso, foi preciso conferir os dados de cada uma das empresas visto que não são poucos os nomes listados repetidas vezes nem as lojas situadas em outras cidades do país.

Nesse contexto, vale a pena sublinhar que quando um livreiro divulgava na imprensa seus “Livros para o Povo”, ele não estava se referindo às camadas pobres e de baixa renda. Seu desejo era, acima de tudo, extrapolar as fronteiras econômicas e sociais, que antes limitavam a compra de livros a grupos específicos da sociedade, com o intuito de expandir esse comércio a uma camada urbana, assalariada e alfabetizada que crescia diariamente. Para além de um público definido, as obras populares eram aquelas que recebiam um tratamento editorial interessado em baixar seu custo de produção para, com isso, dinamizar seu consumo. Não por acaso, um famoso editor de finais do século XIX costumava fazer publicidade de suas obras dizendo: “romance popular, escripto para o povo, sem distinção”.

No Rio de Janeiro um empreendimento como esse tornava-se possível graças ao seu diferenciado índice de pessoas alfabetizadas. Enquanto 80% dos brasileiros não sabiam ler nem escrever, quase metade da população carioca aparecia, nos dados oficiais, liberta desse mal. Segundo o Censo de 1890, a população da capital federal era de 522 mil habitantes, um número que praticamente havia dobrado em relação ao recenseamento de 1872. Desse meio milhão de moradores, 57,9% dos homens e 43,8% das mulheres foram registradas como alfabetizadas, o que representava cerca de 270 mil pessoas capazes de ler e escrever. Com o novo século, o índice populacional cresceu de modo acelerado. Em 1906, havia na cidade 811 443 almas, cujo montante de possíveis leitores ultrapassava os 400 mil<sup>3</sup>.

Difícil saber se esses números correspondiam, de fato, à realidade. O otimismo republicano poderia muito bem ter desenhado um quadro bastante diferente do cotidiano de uma cidade marcada por seu recente passado escravocrata e uma extrema desigualdade social e financeira. Apesar dessa possibilidade, não se pode negar que o Rio de Janeiro crescia a olhos vistos e que era no burburinho de suas ruas que se instalava uma crescente camada urbana, variada, alfabetizada, vinculada a trabalhos fixos ou ocasionais. Por garantir algum tipo de renda mensal, esses grupos citadinos eram notados com especial apreço pelos comerciantes de livros populares.

Mas estes livros “para o povo” eram realmente baratos? Ao longo da década de 1880, uma obra destinada ao povo variava de \$100 (cem réis) a 1\$ ou 2\$ (mil réis), conforme o número de páginas, o tratamento editorial e o gênero em questão, enquanto um romance vendido pela Garnier girava em torno de 3\$, 4\$ e até mais dependendo do

---

<sup>3</sup> Sobre os índices consultar: Damazio, Sylvia. *Retrato social do Rio de Janeiro na virada do século*. R. J., Ed. UERJ, 1996.

tipo de encadernação. Naquela época, a unidade monetária também tinha o nome de “real”, sendo o seu plural réis. Na verdade, como bem explicou um viajante alemão em seu tratado sobre o Brasil, o real atuava como uma “partícula de valor imaginário”, a partir da qual se formava o mil-réis, 1\$000 ou simplesmente 1\$, que servia de base para todos os cálculos maiores e menores<sup>4</sup>. Acima de mil réis estavam o 2\$ (dois mil réis), 5\$, (cinco mil réis), 10\$ (dez mil réis), 100\$ (cem mil réis), 1:000\$ (um conto de réis) e assim por diante. Abaixo estavam as moedas divisionárias do mil réis como, por exemplo, o \$500 (meio mil réis), o \$100 (cem réis), mais conhecido como “tostão”, o \$20 (vinte réis), também chamado de “vintém”, e o \$10 (dez réis), o meio vintém. Um livro popular poderia ser comprado por algumas poucas moedas de um tostão ou de meio mil réis. Caso esse livro em particular estivesse entre os mais vendidos, certamente, ele iria beirar os 1\$000 ou 2\$000. Entretanto, jamais chegaria aos preços pedidos pelas edições de luxo.

Os livreiros-editores de finais do século XIX e início do XX conseguiam colocar no mercado edições extremamente baratas. Para isso, evitavam pagar direitos autorais e trabalhos de tradução, aproveitando o que já parecia ser de domínio público. A princípio, fabricavam em brochura o que até então havia circulado nas encadernações de capa dura. Deste modo, os preços caíam e autores do porte de Visconde Taunay, José de Alencar além de inúmeros outros autores franceses e portugueses de sucesso chegavam às mãos daqueles que dificilmente imaginaríamos com um livro entre as mãos. Com o tempo, os editores de livros populares passaram a publicar textos inéditos, em geral, de autores novos e ainda desconhecidos.

Em sua coluna do jornal *O Dia*, João do Rio, escondido sob o pseudônimo de Claude, escreveu, certa vez, acerca da iniciativa de duas livrarias em produzir “edições populares”<sup>5</sup>. Na ocasião, ele citava a Cruz Coutinho, situada na rua de S. José, que juntava ao seu acervo de caras impressões de livros de direito romances “em sofrível papel a dois mil e quinhentos réis” e a Divulgadora que iniciava, com uma obra do “velho e popular Alencar”, uma série “pela quantia insignificante de trez tostões”. Para João do Rio, os “reclamos” para esse tipo de publicação cumpriam à risca sua tarefa: “Trezentos réis! Quase o preço do *Jornal do Commercio!*”, “Cindo tostões pelo *Sigamol-o!* uma história tão bonita”, ou então como sugeria o literato, “fica pelo preço de uma limonada”. Eram, na visão de João do Rio, novidades literárias “quasi de mão

---

<sup>4</sup> Sellin, A. W. *Geographia Geral do Brasil*. R. J., Livraria Classica de Alves & C. Editores, 1889, p. 192.

<sup>5</sup> “Autores e editores. As edições populares”, *O Dia*, 2-7-1901.

beijada”, e para quem não se contivesse com uma *Rosa de Adro* ou uns *Sonhos de Ouro*, havia sempre algum Xavier de Montepin.

Nesse precioso relato, João do Rio, o *flâneur* carioca, que tanto gostava de perambular pelas ruas da cidade observando às particularidades de seu cotidiano, atentou não só à proliferação de edições populares, mas também à existência de um competitivo mercado livreiro que tudo fazia para conquistar novos clientes. A Cruz Coutinho, filial da prestigiada livraria da cidade do Porto, em Portugal, conhecida por seu acervo de importantes obras jurídicas, cedia espaço nas suas prateleiras aos romances impressos, segundo o nosso cronista, em papel de baixíssima qualidade, mas que, por isso mesmo, conseguiam a singular vantagem dos baixos preços. Na pena desse literato, um livro equivalia ao preço de uma limonada, ou então, ao preço de um exemplar da grande imprensa.

A livraria Cruz Coutinho não foi a única a dividir seu acervo de encadernações caras com os “livros para o povo”. A Garnier, conhecida por seu estoque de livros estrangeiros, editou também coleções populares, evidentemente, em português. Em 1873, anunciou o lançamento dos vinte volumes da sua “Bibliotheca da Algebeira”. As obras em “formato acomodado a qualquer bolso que não seja do colete” confrontariam a literatura de José de Alencar e Bernardo Guimarães com nomes de destaque nas letras francesas. Como salientou Ernesto Senna, um jornalista da época, essa célebre biblioteca concorreria “em extremo para difundir o gosto da leitura, pondo bons livros ao alcance de todas as posses”<sup>6</sup>. Entretanto, os leitores não foram os únicos a ganhar com tal iniciativa. A Garnier, segundo Senna, chegou a arrecadar com essa novidade cerca de 30 contos de réis<sup>7</sup>.

Com a expansão do mercado editorial carioca, muitos outros livreiros lançaram à luz coleções populares. Ainda na década de 1870, o estabelecimento de Felix Ferreira & C. informava: “Biblioteca para todos: publicação de romances, contos, poesias, história e ciência popular em volumes de 250 e 300 páginas. Quatro volumes por trimestre 5\$000. Para qualquer ponto do Império”<sup>8</sup>. Da mesma forma, o jornal *O Besouro* procurava igualmente divulgar sua “Biblioteca econômica” composta pelas traduções de romancistas do peso de Victor Hugo. Segundo o editor do periódico, comprando essas

---

<sup>6</sup> *O Mosquito*, 12-7-1873.

<sup>7</sup> Senna, Ernesto. *O velho comércio do Rio de Janeiro*. R. J., Garnier, s. d., p. 20.

<sup>8</sup> *Almanak Administrativo, mercantil e industrial da corte e província do Rio de Janeiro para o ano de 1875*, R. J., E. & H. Laemmert, pg. 1023.

obras as pessoas decerto aumentariam suas “economias”, afinal, era esse o principal objetivo<sup>9</sup>.

Pelas folhas de anúncio dos jornais da época e pelas páginas do *Almanak Laemmert* percebe-se que foram muitos os livreiros que tentaram se manter no mercado editorial carioca através do comércio de obras populares. Porém, alguns poucos conseguiram ficar e conquistar uma clientela fixa. Pedro da Silva Quaresma, proprietário da Livraria do Povo, foi um deles. Mesmo sendo completamente desconhecido nos dias de hoje, Pedro Quaresma conseguiu manter por décadas seguidas uma fiel freguesia interessada em suas edições a baixos preços. Além de comercializar livros novos e usados, editou títulos e autores de grande sucesso. Não raro, divulgava os milheiros vendidos de cada obra e anunciava com grande alarde enredos que ainda estavam por vir.

Pedro da Silva Quaresma começou como sócio de livreiros experientes no Rio de Janeiro, abrindo logo depois seu próprio negócio. Ao longo de quase toda a década de 1880, publicou na *Gazeta de Notícias* extensas listas que divulgavam a enorme variedade do seu estoque. Pedro da Silva Quaresma vendia de tudo. “Lindos e bellissimos romances” nacionais e estrangeiros, livros didáticos, obras pornográficas, dicionários de línguas, compêndios de história, dentre outros. Com o tempo, passou a editar não só novelas e enredos de aventura, mas também gêneros literários nascentes em nosso país. Assim que iniciou sua atividade editorial, percebeu, por exemplo, a carência de livros para crianças. Assim, idealizou em 1894 a “Bibliotheca Infantil” composta pelas *Histórias da Carochinha*, *Histórias do Arco da Velha*, *Histórias da avózinha*, *Histórias da baratinha*, *Os meus brinquedos*, *Theatro infantil* e *O Album das creanças*, títulos conhecidos até os dias de hoje.

Salvo algumas publicações esporádicas, não havia no Brasil uma literatura infantil propriamente dita. As crianças, que antes contavam com o repertório de histórias criadas pela “dindinha” ou pela “negra velha da casa”<sup>10</sup> durante a escravidão, tinham de enfrentar as edições vindas de Portugal e, com elas, as enormes diferenças entre o idioma falado nos dois países, que, por vezes, comprometiam o sentido de frases inteiras. Frente a esse cenário, Quaresma reuniu na “Bibliotheca Infantil” contos populares traduzidos de vários países sobre “animaes falantes, genios mysteriosos da

---

<sup>9</sup> *O Besouro*, 27-6-1878.

<sup>10</sup> Freyre, Gilberto. “Livros para meninos” em *Retalhos de jornais velhos*. R. J., José Olympio, 1964, p. 22-3.

Arabia e da Persia”, “lobis-homens, santos, fadas”, além de fábulas, poesias para serem declamadas nos serões familiares, peças fáceis de serem decoradas e encenadas por meninos e meninas, cantigas de berço, jogos e divertimentos para todas as idades<sup>11</sup>. Em um curto espaço de tempo, trouxe à tona as versões brasileiras do “Soldadinho de chumbo”, trechos das “Mil e uma noites” como também as velhas narrativas de Perrault, Grimm e Andersen. Nas palavras de Pedro Quaresma, essa “série de livros populares” procurava oferecer um “agradável passatempo, aliado às lições de moralidade”<sup>12</sup>. Nos catálogos da livraria, Quaresma informava o sucesso de alguns títulos dessa coleção e a venda de até vinte mil exemplares em alguns poucos meses.

Além dos livros para criança, foi dele a iniciativa de publicar séries de trovas e modinhas. A repercussão dessas edições, segundo Luiz Edmundo, um memorialista da época, arrastava diariamente para o interior da Livraria do Povo “uma freguisia perguntona, espalhafatosa, vozeiruda”, que arrancava “notas de dois e cinco mil réis do fundo de lenços de chita, muito sujos, armados em carteiras, para comprar as brochurinhas, postas em capas de espanto” e que, não raro, roçavam a “sobrecasaca do Conselheiro Ruy, a importância do sr. José Verissimo, a sisudez do sr. Candido de Oliveira”<sup>13</sup>, que iam ao mesmo local atrás das raridades bibliográficas também comercializadas pelo editor.

Pedro da Silva Quaresma foi o editor de Catullo da Paixão Cearense, “cognominado o rei da modinha nacional”, Hilario, “o celebre cantos do fadinho portuguez”, Eduardo das Neves, “o eminente trovador popular”, Geraldo de Magalhães, “o genial cançonetista brasileiro”, além de Bahiano, Cadete, Conegundes e Bahianinho. Entre os livros mais divulgados, na passagem para o século XX, estavam o *Cancioneiro popular*, *Lyra dos salões*, *Lyra brasileira*, *Choros aos violão*, *Novos cantares*, *Trovas e canções*, *Cantor de modinhas brasileiras*, *Trovador da malandragem*, *Mysterios do violão*, *Trovador moderno*, *Trovador marítimo*, *Trovador da esquina*, *Serenatas* e *Trovador brasileiro*. Em geral, esses títulos traziam canções populares novas e antigas e, por vezes, lundus, recitativos, tangos e fadinhos para serem cantados em reuniões familiares ou sociais<sup>14</sup>.

---

<sup>11</sup> “Catálogo da Livraria Quaresma” em *Trovador de esquina ou repertório do capadócio*. Conegundes, João de Sousa (org. ), R. J., Quaresma & C., 1901.

<sup>12</sup> *Histórias da Avózinha*, R. J., Quaresma & C., 1896, prefácio.

<sup>13</sup> Edmundo, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. R. J., Imprensa Nacional, 1938, p. 736-7.

<sup>14</sup> *Catalogo da Livraria Quaresma*, Rio de Janeiro, 1913.



Na esperança de conseguir um público extenso e cativo, Pedro Quaresma publicou diferentes gêneros literários. Em seu catálogo de 1913 aparecem livros de pensamentos, de poesias, de história, peças de teatro, e manuais de ajuda prática que ensinavam a fazer discursos ou declarações em ocasiões solenes. Um dos principais objetivos desse editor era atizar o interesse de seus leitores. Por isso procurava levar ao público obras curiosas que diziam revelar alguns dos grandes mistérios do mundo. *O Physionomista*, um grosso volume ilustrado com inúmeros retratos femininos, afirmava poder desvendar a personalidade de cada mulher pelos traços do rosto. “Quem quizer”, falava o editor, “conhecer a indole de sua noiva é só procurar o retrato que mais se pareça com ella ( e ha sempre um que mais se parece), ver, ler, estudar o que é essa mulher”. Além disso, o livro oferecia um anexo que explicava todas as espécies de amor e respondia a seguinte questão: por que “é que ha pessoas felizes e outras que nada arranjam na vida”?.

Como não poderia deixar de ser, a Livraria do Povo também tinha a sua coleção de “lindos romances”. Ao contrário dos livreiros da rua do Ouvidor, que procuravam publicar autores e novelas celebradas pela crítica da época, Pedro Quaresma deu preferência aos enredos de escritores ainda desconhecidos do grande público mas, por sua vez, surpreendentes, arrebatadores, picantes, em resumo, de tirar o fôlego. Nas palavras de Luiz Edmundo, eram histórias “tremendas”, “cruciantes, como que escriptas a ponta de faca e canivete, dispostas a dilacerar, arrancando, em falripas, o coração humano”<sup>15</sup>.

Pelos anúncios feitos pelo editor logo percebe-se o teor melodramático dos acontecimentos envolvendo intrigas, traições, seqüestros, separações, mal-entendidos, amarguras, penúrias e mortes. Ao divulgar o livro de Nuno Lossio, intitulado *Mãe e Martyr, ou martyrios de uma esposa*, escrevia Quaresma no catálogo de sua livraria: “o mais extraordinario romance que se tem publicado em lingua portugueza, de scenas pavorosas, dramas pungentes, lagrimas e desesperos, deshonnas e infamias! Emfim, todas as desgraças humanas estão compendiadas neste monumental romance”. Nessas narrativas, os autores relatavam, numa linguagem simples e cativante, as fatalidades ocorridas com suas personagens descrevendo em minúcia as cenas de maior impacto.

Por fim, Pedro da Silva Quaresma, como um livreiro sempre atento às novas oportunidades, lançou sob o selo de sua editora alguns livros reservados apenas ao público masculino, denominados como “leitura quente”, “leitura reservada”, “leitura de

fogo”, “leitura escaldante” ou de modo mais geral “romances para homens”. Nesse viés, foram lançados, por exemplo, *Um favo de gozo*, “escripto em linguagem fluente por mão de mestre”, *A mulata*, “romance de scenas ao vivo descriptas com calor e com verdade, nada possuindo de fantasias (...) sem rodeios (...) de forma que o leitor vê desenrolar-se ante seus olhos scenas verdadeiramente luxuriosas”; e *Os crimes do amor: mysterios e iniquidades*, verdadeira maravilha!!!.... representando culminante scena de amor”<sup>16</sup>. Aproveitando o estilo do realismo e do naturalismo, Pedro Quaresma prometia aos seus leitores descrições “nuas e cruas”. Assim aquele que comprasse tais volumes poderia ler cenas que, em geral, vinham apenas sugeridas nos romances convencionais<sup>17</sup>.

Com esse variado rol de “livros para todos os bolsos e gostos”, o proprietário da Livraria do Povo permaneceu por anos a fio no mercado editorial do Rio de Janeiro. Conquistou uma clientela diversificada que acompanhava suas publicações pelas manchetes chamativas divulgadas nas sessões de anúncio dos grandes jornais diários. Ao longo dos anos, suas edições foram se propagando até mesmo para estados e cidades distantes da capital federal. Com seus preceitos à flor da pele, Brito Broca, em seu célebre livro *A vida literária no Brasil – 1900*, relembrou a atuação inovadora do editor. Segundo o crítico, Quaresma recebia uma “subliteratura” fornecida por “escritores de terceira”, que ele “espalhava, com grande êxito, por todos os cantos do Brasil”. “Em qualquer velha residência”, comentava Broca, “lá pelos sertões da Bahia ou pelo norte de Minas é fácil descobrir-se até hoje, num canto da gaveta, alguma dessas ‘edições Quaresma’”. Mais adiante, Brito Broca comentava a atuação singular do editor. Diz ele: “Tendo em vista a pouca cultura do nosso povo, Pedro Quaresma (...) compreendeu que o meio de levá-lo ao livro era dar-lhe uma leitura fácil, amena ou de interesse prático, mas de cunho essencialmente popular, ao alcance de qualquer um e em brochuras de preço módico. Daí o verdadeiro gênero por ele criado entre nós, e o rótulo de ‘edição Quaresma’, que passou a designar de maneira geral, as edições populares para o grande público”.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Edmundo, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. R. J., Imprensa Nacional, 1938, vol. II, p. 739.

<sup>16</sup> *Catalogo da Livraria Quaresma*, Rio de Janeiro, 1898.

<sup>17</sup> Para uma análise mais aprofundada sobre os romances editados pela Livraria do Povo como também sobre esse variado repertório de livros populares do século XIX consultar: El Far, Alessandra. *Páginas de sensação: ‘romances para o povo’, pornografia e mercado editorial no Rio de Janeiro de 1870 a 1924*. Tese de doutorado defendida junto ao Departamento de Antropologia Social da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, setembro de 2002. No prelo.

<sup>18</sup> Broca, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. R. J., José Olympio, 1960, p. 143.

Apesar do empreendimento bem-sucedido de Pedro Quaresma, que tanto influenciou a dinâmica editorial carioca de oitocentos com suas edições baratas, sugestivas e direcionadas a um público diverso e sempre crescente de consumidores, não podemos dizer que a produção de “livros para o povo” daquele período ficou restrita aos títulos de seu catálogo. Vale a pena lembrar, ou mesmo imaginar, que, ao lado dele, muitos outros livreiros procuraram na feitura e no comércio de obras populares um lugar de destaque no mercado livreiro da cidade. Evidentemente, poucos conseguiram o mesmo feito de Pedro Quaresma, mas, sem sombra de dúvida, um número representativo desses pequenos empresários alcançaram índices reveladores de vendas levando ao público títulos de interesse geral, instigantes e de fácil leitura.

#### Bibliografia

- Broca, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. R. J., José Olympio, 1960.
- Damazio, Sylvia. *Retrato social do Rio de Janeiro na virada do século*. R. J., Ed. UERJ, 1996.
- Edmundo, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. R. J., Imprensa Nacional, 1938
- El Far, Alessandra. *Páginas de sensação: ‘romances para o povo’, pornografia e mercado editorial no Rio de Janeiro de 1870 a 1924*. Tese de doutorado defendida junto ao Departamento de Antropologia Social da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, setembro de 2002.
- Sellin, A. W. *Geographia Geral do Brasil*. R. J., Livraria Classica de Alves & C. Editores, 1889.
- Senna, Ernesto. *O velho comércio do Rio de Janeiro*. R. J., Garnier, s. d.