



LIVRO – REVISTA DO NÚCLEO DE ESTUDOS DO LIVRO
E DA EDIÇÃO N. 2
ISSN 2179-801X
agosto 2012

Editores Responsáveis
Plínio Martins Filho
Marisa Midori Deaecto

Conselho Editorial
Alice Mitika Koshiyama – ECA-USP
Ana Luiza Martins – Condephaat-DPH
Aníbal Bragança – Lihed-UFF
Antonio Dimas – FFLCH-USP
Cláudio Giordano – Editor
Diana Cooper-Richet – UVSQ (FRA)
Edmir Perrotti – ECA-USP
Fernando Paixão – IEB-USP
Frédéric Barbier – EPHE/CNRS (FRA)
István Monok – Universidade de Eger; Szeged (HUN)
J. Guinsburg – Editor
Jacques Hellemans – Université Libre de Bruxelles (BEL)
Jean-François Botrel – Université de Rennes 2 (FRA)
Jean-Yves Mollier – UVSQ (FRA)
João Adolfo Hansen – FFLCH-USP
José De Paula Ramos Jr. – ECA-USP
Laurence Hallewell – Universidade Essex (ING)
Lincoln Secco – FFLCH-USP
Marcos Antônio de Moraes – IEB-USP
Marisa Lajolo – IEL-Unicamp / Mackenzie
Michel Melot – CNRS, EHHSS (FRA)
Nelson Schapochnik – FE-USP
Paulo Franchetti – IEL-Unicamp
Sandra Vasconcelos – FFLCH-USP
Tânia Maria Bessone – IFCH-UERJ
Wander Melo Miranda – CEL-UFMG



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Reitor: João Grandino Rodas
Vice-reitor: Hélio Nogueira da Cruz

PRÓ-REITORIA DE CULTURA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA
Pró-reitora: Maria Arminda do Nascimento Arruda



ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Diretor: Mauro Wilton de Sousa
Vice-diretora: Maria Dora Mourão



DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO
Chefe: José Coelho Sobrinho
Suplente: Dennis de Oliveira



NÚCLEO DE ESTUDOS DO LIVRO E DA EDIÇÃO

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443
Bloco A – Sala 17
05508-900 – São Paulo – SP
Fone: 3091-4945

Coordenadores
Plínio Martins Filho
Jerusa Pires Ferreira

Coordenadores Adjuntos
Marisa Midori Deaecto
Sandra Reimão

Conselho Deliberativo
Ana Maria de Almeida Camargo – FFLCH-USP
Ivan Teixeira – ECA-USP
Jerusa Pires Ferreira – ECA-USP – PUC-SP
Márcia Abreu – IEL-Unicamp
Marisa Midori Deaecto – ECA-USP
Nelson Schapochnik – FE-USP
Pedro Puntoni – FFLCH-USP
Plínio Martins Filho – ECA-USP
Sandra Reimão – EACH-USP

As opiniões expressas nos artigos assinados são de inteira responsabilidade de seus autores.
Todo material incluído nesta revista tem a autorização dos autores ou de seus representantes legais.
Qualquer parte dos artigos da revista pode ser reproduzida desde que citados autor e fonte.



Estrada da Aldeia de Carapicuíba, 897 – 06709-300 – Granja Viana – Cotia – SP – Brasil
www.atelie.com.br | e-mail: vendas@atelie.com.br | tel: 4612-9666

ALBINO JORDÃO

O comércio de alfarrábios e a circulação do romance



Regiane Maçano

A Rua do Ouvidor deve perpetuamente lembrar o seu Albino Jordão, o primeiro livreiro que teve, o precursor, ou antecessor dos Srs. Laemmert, Garnier e ainda outros, o Albino Jordão, enfim, cuja buzina foi tão famosa como a tesoura de Mme Joséphine, e muito mais útil do que ela, se as minhas excelentíssimas leitoras permitem que eu assim o pense¹.

¶ I. Albino Jordão

Na obra *Memórias da Rua do Ouvidor*, inicialmente publicada sob a forma de folhetim no *Jornal do Commercio*² em 1877, Joaquim Manuel de Macedo dedicou-se, como o próprio título já indica, a relatar suas reminiscências de uma das mais movimentadas e elegantes vias do Rio de Janeiro oitocentista. Em meio à narrativa de peculiaridades desta rua, o autor tratou também de comerciantes que ganhavam a vida no Ouvidor em meados do século XIX. Na introdução ao capítulo catorze, Macedo fez referência a alguns destes profissionais:

Como além da quina da Rua dos *Ourives* temos logo de parar na do *Ouvidor* em face da casa n. 89, onde morreu este ano o *Diário do Rio de Janeiro*, órgão do partido conservador, e outrora batia moeda *Mme Joséphine*, a mais célebre das antigas modistas: fala-se muito do passamento do *Diário* e da

1. Joaquim Manuel de Macedo, *Memórias da Rua do Ouvidor*, disponível em www.biblio.com.br; consultado em janeiro de 2012.

2. Todos os nomes próprios serão mantidos em suas grafias originais.

— SAHIO á luz reimpressa a novella — Paciencia e Trabalho — : esta pequena obra (fundada sobre hum facto veridico) deve ser lida por todos os casados, porque nella verão os maridos os perigos que correm aquelles que não sabem regular-se segundo os seus meios, e conhecerão quão enganosas são ás vezes as apparencias; as mulheres acharão exemplos de virtude, e até mesmo de heroismo que admirar, e conhecerão quanto póde huma esposa que arrisca a sua propria vida para salvar a reputação de seu marido. Esta obra he traduzida pelo Dr. Jo: o Candido de Deos e Silva, e vende-se por 160 rs., na loja de Albino Jordão, rua do Ouvidor, n. 121, entre a dos Ourives e a dos Latoeiros, casa do livro azul.

— FUGIO da rua de S. José, n. 16, no dia 9 de

Jornal do Commercio, 18-03-1840

tesoura de *Mme Joséphine*, e logo depois estávamos diante da casa n. 403 não para comprar *máquinas americanas de costura* que hoje ali se vendem, mas para lembrar a loja de *Mme Finot*, célebre florista; avivam-se recordações de coisas passadas há mais de trinta anos, e entre elas a de um lamentável *amor anacrônico*. Como enfim se conclui este capítulo, lembrando as *fundas* do velho *Vannet*, a *livraria* e a *buzina* do *Albino Jordão*³.

Desta forma, surgem nas páginas de Macedo e aos olhos de seu leitor figuras como *Mme Joséphine*, afamada modista que ocupava o número 89 antes do *Diário do Rio de Janeiro*, e que ali atendia a quem procurasse por trajes à francesa. A confecção havia iniciado suas atividades no começo dos anos 1820 e angariou fama graças à qualidade das roupas – diga-se de passagem, dispendiosas, mas bem feitas ao gosto da época – e às clientes ilustres:

Mlle Joséphine foi a modista da primeira imperatriz do Brasil, e, *portanto*, de todas as senhoras da corte, e, *portanto*, de quantas outras senhoras tinham pais e maridos dispostos a pagar frequentemente a habilidade e a fama da *modista*, cuja tesoura de imperial predileção *cortava cara e desapidadamente*.

E por isso mesmo era célebre, e a melhor possível, e a mais desejada, a tesoura da incomparável *Joséphine*⁴.

Contemporânea de *Mme Joséphine*, *Mme Finot* tornou-se também conhecida na Rua do Ouvidor. Ocupando o número 95, antes da abertura da loja de máquinas de costuras, a senhora francesa produzia e comercializava, por sua vez, arranjos de flores artificiais e ramalhetes de flores naturais, cuja venda rendia ganhos de duzentos ou trezentos por cento para os negócios. O “modestíssimo lucro”⁵ advinha de clientes

3. Joaquim Manuel de Macedo, *op. cit.*

4. *Idem.*

5. *Idem.*

que “em honra dos objetivos”⁶ não discutiam o preço das flores naturais que compravam, sobre eles Macedo comentou:

Entre os seus numerosos fregueses *Mme Finot* contava indefectivelmente no mês de dezembro com todos os jovens doutorandos da escola de Medicina, para os quais preparava *muitas dezenas* de ramos de 100 e 200 cravos naturais ornados de canotilhos, pois que então era de costume no ato solene do recebimento do grau oferecerem os novos doutores ramos de cravos aos lentes de sua predileção⁷.

Vizinho e conterrâneo da florista, M. Vannet encontrou sua mina de ouro ao fabricar socorro para os doentes que iam a sua Fábrica de Fundas, no número 97, em busca de alívio para quebraduras⁸:

Ao velho Vannet serviram as *fundas* para *fundar* tão boa fortuna, que sem outra fonte de recursos, e sem esgotar o capital adquirido, ele fez construir a casa de três pavimentos na mesma rua, esquina da de *Gonçalves Dias*, e hoje também célebre, porque nos pavimentos superiores se acha estabelecido o Hotel *Frères Provençaux*, cuja nomeada é contemporânea e, portanto, não pode entrar nestas *Memórias*⁹.

Ainda que a modista, a florista e o fabricante fossem personalidades memoráveis naquele contexto do comércio fluminense, Macedo relegou a maior parte do capítulo

6. *Idem*.

7. *Idem*.

8. De acordo com o *Diccionario da Lingua Brasileira* (1832), de Luiz Maria Silva Pinto, *quebradura* é hérnia intestinal e *funda* é um “instrumento de que se usa para sujeitar as hernias, ou quebraduras” (Luiz Maria da Silva Pinto, *Diccionario da Lingua Brasileira* por Luiz Maria da Silva Pinto, natural da Provincia de Goyaz, Ouro Preto, Typographia de Silva, 1832. Disponível em www.brasiliana.usp.br, consultado em janeiro de 2012.

9. Joaquim Manuel de Macedo, *op. cit.*

para as lembranças de um mercador do qual ele mesmo era freguês em seu tempo de estudante. Tratava-se de Albino Jordão, que na “pequena casa térrea de duas portas”¹⁰ do número 113 mantinha sua livraria.

Assim como os outros colegas de comércio, o livreiro, também francês, tornou-se conhecido na Rua do Ouvidor; contudo, sua notoriedade não se fez graças às vendas de produtos requintados, como os vestidos de *Mme Joséphine* ou os buquês de *Mme Finot*, e tampouco se valeu de moléstias, como M. Vannet.

A reputação de Albino Jordão, por sua vez, parece ser resultado de três fatores. O primeiro era a própria figura do livreiro que, já de idade avançada, era cego e praticamente surdo; contudo, o tato e a boa memória, de quem era exclusiva a tarefa de ordenar os livros nas prateleiras, davam-lhe agilidade maior que a de seus jovens ajudantes para localizar no estoque os pedidos dos compradores, já a surdez era amenizada pelo uso de uma “famosa e tradicional *buzina*”¹¹ que o ajudava a ouvir a clientela. Vestido sempre de jaqueta, o velho comerciante tomava conta zelosamente de seu negócio:

Albino Jordão tinha dois ajudantes, meninos ou rapazes de quatorze a dezesseis anos, de instrução nula e de pouco zelo: quando eles, porém, não serviam de pronto a algum freguês e demoravam-se, procurando o livro pedido, o cego levantava-se da sua cadeira, punha a *buzina* ao ouvido, e ciente do que se pedia, ia sempre certo e sem nunca enganar-se tomar o livro na estante e o lugar onde estava, ainda mesmo quando lhe era necessário subir por pequena escada portátil para ir buscá-lo¹².

10. *Idem*.

11. *Idem*.

12. *Idem*.

Saheo á luz : A Quanto se Expõe quem ama , Novella que em todo o seu contexto não admittre a letra A ; vende-se por 240 réis na loja de livros de Albino Jordão , n. 138 rua do Ouvidor.

Jornal do Commercio, 17-06-1828.

Na loja de livros de Albino Jordão , rua do Ouvidor , n. 138 , acha-se á venda as seguintes novellas , todas em Portuguez , e encadernadas : Historia de Gilbras de Santilhana mui bom papel 4 vol. 6\$000 rs. ; Pamella Andrews , ou a Virtude recompensada , 2 vol. 2\$560 ; Paulo e Virginia 1280 , Cartas de huma Peruviana , nesta novella se pertende descrever os costumes dos Europeos , 2 vol. 1\$600 ; a Filosofia por amor , ou Cartas de dois amantes apaixonados , e virtuosos ; esta novella he huma das mais interessantes que se tem traduzido em Portuguez , 2 vol. em 4. 1\$600 ; vida e amores de Heloise e Abeillard com as cartas amorosas da correspondencia destes infelizes amantes 2 vol. 1920 , mil e hum quarto de hora , 3 vol. 4\$000 ; as ultimas despedidas do Marechal de *** 1\$280 ; as desgraças de huma Joven orfãa 4 vol. 3\$200 ; Bliombéris novella de Mr. Florian 640. Na mesma casa ha outras muitas obras , que se darão por preço razoavel.

Jornal do Commercio, 17-03-1828.

Além do traquejo do livreiro para o comércio, outra característica tornou a livraria conhecida, a modicidade do preço das obras. Com isto, Albino Jordão atraía para a Rua do Ouvidor público distinto daquele disposto a pagar o preço que fosse pelas roupas de Mme Joséphine, as flores de Mme Finot ou as fundas de M. Vannet, pois as pessoas que frequentavam a loja provavelmente eram movidas pelo interesse em economizar quando da compra de livros; entre elas estavam os estudantes, principalmente do Colégio Pedro II, que avizinhava à livraria, e o próprio Macedo:

Lembro-me sempre dele! lembro-me da sua modesta loja de livros novos e velhos, de obras encadernadas ou em brochura, que se vendiam ali a barato preço. Em meu tempo de estudante fui freguês do Albino Jordão e entre outras obras comprei-lhe as *Memórias Históricas* de Pizarro e as *Memórias para Servir à História do Reino do Brasil*, do Padre Luís Gonçalves dos Santos, por alcunha o – *Perereca* –, as quais de tanto socorro me têm sido em estudos, como este que estou fazendo¹³.

13. *Idem*.

A acessibilidade dos preços e o cuidado do comerciante com seu estabelecimento eram combinados a outra prática que certamente angariava clientes para Albino Jordão, a publicidade. De acordo com Ubiratan Machado, o livreiro francês foi dos primeiros a utilizar etiquetas no Rio de Janeiro: “No Rio de Janeiro, o hábito [de utilizar etiquetas] só começou a se disseminar a partir dos anos 30. Data desta época a etiqueta da loja de Albino Jordão, a Casa do Livro Azul, o mais antigo sebo brasileiro, instalado desde 1828 na Rua do Ouvidor [...]”¹⁴.

Assim como os tipógrafos, com o intuito de distinguir seus trabalhos dos demais colegas, imprimiam emblemas nos livros saídos de suas oficinas e os colecionadores utilizavam o *ex-libris* para demarcar as obras de sua propriedade, os livreiros passaram a colar etiquetas, que carregavam sua identificação, nas obras que vendiam. Ainda que houvesse gasto com a impressão deste material, as etiquetas ademais funcionavam como uma propaganda gratuita do estabelecimento, já que, circulando junto com o livro, divulgavam o livreiro que o havia comercializado e poderiam atrair-lhe mais clientela¹⁵.

Contudo, este não foi o único veículo de divulgação utilizado por Albino Jordão. Aliados às etiquetas, os anúncios de jornal também disseminavam os negócios do livreiro e muito revelam sobre sua especificidade e importância para a circulação de livros no Rio de Janeiro de meados do século XIX.

Estudando reclames veiculados no *Jornal do Commercio*¹⁶, Marlyse Meyer pôde notar,

14. Ubiratan Machado, *A Etiqueta de Livros no Brasil: Subsídios para uma História das Livrarias Brasileiras*, São Paulo, Edusp/Oficina do Livro Rubens Borba de Moraes/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003, p. 21.

15. *Idem*, pp. 16-21.

16. O *Jornal do Commercio* foi fundado no Rio de Janeiro, em 1827, por Pierre Plancher. O principal filão

por exemplo, que Albino Jordão não vendia apenas obras referentes aos conteúdos escolares, como as compradas por Macedo, mas também romances traduzidos e desde muito tempo apreciados pelos leitores:

Em março, Mongie anuncia, sempre em francês, outras novidades para seus anunciantes. Enquanto isso, a Casa do Livro Azul, de Albino Jordão, anuncia “livros em português” do velho estilo: a célebre *Carolina de Lichfield*, de Mme de Montolieu, tradutora mas pressuposta autora de *Sinclair das Ilhas*, *Os Mistérios de Udolfo*, de Radcliffe, e obras do popular Ducray-Duminil¹⁷.

Seguindo a trilha aberta por Meyer, pesquisamos anúncios de romances veiculados em importantes periódicos que circularam no Rio de Janeiro oitocentista. Dando especial atenção aos reclames de Albino Jordão, pudemos corroborar a observação da autora e ampliar a análise em torno da atuação deste livreiro. Ademais, propagandas de outros mercadores de livros demonstram que a venda de romances usados, embora pareça ter sido o carro-chefe da Casa do Livro Azul, não era exclusividade de Albino Jordão, mas fazia parte da conformação de um mercado de alfarrábios no Rio de Janeiro.

¶ II. Romances no mercado de alfarrábios

Ao longo do século XIX, o romance tornou-se um gênero bastante estimado entre os leitores, conforme relata Márcia Abreu:

Em algum momento, talvez no século XVII, talvez somente no XVIII, mulheres e homens perceberam que havia surgido uma nova forma narrativa, chamada por alguns de *novela*, por

do periódico era a divulgação da atividade comercial da cidade.

17. Marlyse Meyer, *Folhetim: Uma História*, São Paulo, Companhia das Letras, 1996, p. 282.

outros de *história, conto, aventura, romance*. A instabilidade na designação não criou nenhum tipo de constrangimento, já que, em todo o mundo ocidental, homens e mulheres tornaram-se ávidos leitores desse tipo de narrativas, a que chamaremos aqui de romance.

Ele não tardou a chegar ao Brasil, tornando-se desde o século XVIII, o gênero preferido entre os leitores de Belas Letras e ocupando, ao longo do século XIX, cada vez mais espaço nas prateleiras dos livreiros, nas estantes das bibliotecas e nos prelos das tipografias¹⁸.

Para que o romance se tornasse tão apreciado e passasse a ocupar tantos espaços foram necessários intermediários que facilitassem o encontro entre a leitura e os leitores; destes, sublinhamos os livreiros, pois a estes profissionais cabia o contato direto com o público e de seus estoques podiam formar-se possibilidades de leituras. No período contemplado por esta pesquisa que vai de 1808, chegada da imprensa ao Brasil, a 1844, início da escrita de romances nacionais, os mercadores de livros tiveram ademais o papel essencial de, ao comercializar romances estrangeiros, propalar o gênero entre os leitores, preparando terreno para a chegada das obras romanescas escritas por penas locais.

Muito se sabe sobre a atuação de grandes mercadores de livros do século XIX, como Garnier no Rio de Janeiro¹⁹ e Garraux em São Paulo²⁰; contudo, a circulação do romance também aconteceu graças a seus antecessores, em muitos casos, comerciantes mais

modestos, como aqueles que se dedicavam à venda de obras de segunda mão, dentre os quais se destacava Albino Jordão, conforme atestam anúncios de jornais da época²¹.

Um exame da publicidade veiculada por três importantes periódicos que circularam pelo Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XIX²² demonstra que muitos títulos

21. Mais detalhes podem ser encontrados em Regiane Mançano, *Livros à Venda: Presença de Romances em Anúncios de Jornais*, dissertação, Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Estadual de Campinas, 2010.

22. Desde 1808, quando os primeiros prelos foram postos em funcionamento no Rio de Janeiro, os jornais impressos na cidade serviram de vitrine para a atividade comercial exercida pelos fluminenses, caso da *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808-1822) e do *Jornal do Commercio* (1827-1844). Ambos os periódicos possuíam espaços destinados à impressão de anúncios, que eram utilizados por toda a sorte de mercadores, fazendo com que a oferta de produtos e serviços fosse vasta, incluindo livros e, dentre estes, especialmente romances. Obras deste mesmo gênero eram ademais propagandeadas no *Correio Braziliense* (1808-1822), o jornal impresso em Londres que também circulava no Rio de Janeiro e dava a conhecer ao público fluminense as ofertas de livreiros majoritariamente portugueses. Entre 1808 e 1844, circularam pelos anúncios do *Correio Braziliense*, da *Gazeta do Rio de Janeiro* e do *Jornal do Commercio* cerca de mil títulos de romances. Foram cerca de vinte romances diferentes divulgados pelo *Correio Braziliense* entre 1808 e 1822; 127 títulos distintos propagandeados pela *Gazeta do Rio de Janeiro* entre 1808 e 1822 e 849 obras diversas divulgadas no *Jornal do Commercio* entre 1827 e 1844.

Um exame preliminar da distribuição destas obras ao longo dos anos permitiu observar algumas tendências, como o fato de que certos títulos eram mantidos em meio à publicidade durante muito tempo. Para sair da percepção geral e identificar precisamente quais eram os títulos de longa permanência nos anúncios, foi elaborada uma lista com 136 títulos, soma das obras veiculadas tanto pelo *Correio Braziliense* quanto pela *Gazeta do Rio de Janeiro*, com a data em que foram anunciados pela primeira vez. Cada um desses títulos foi procurado entre os anúncios divulgados no *Jornal do Commercio*. O cotejo dos títulos anunciados entre 1808 e 1822 com as obras propagandeadas entre 1827 e 1844 permitiu perceber quais foram os romances que permaneceram em destaque durante uma ou mais décadas. Dado que os primeiros anúncios de romances apareceram em 1810 e que o *Jornal do Commercio* iniciou suas atividades em 1827, optou-se por estabe-

18. Márcia Abreu, "Literatura e História: Presença, Leitura e Escrita de Romances", *Trajatórias do Romance: Circulação, Leitura e Escrita nos Séculos XVIII e XIX*, Campinas, Mercado de Letras, 2008, p. 11.

19. Juliana Maia de Queiroz, "Em Busca de Romances: Um Passeio pelo Catálogo da Livraria Garnier", em Márcia Abreu, *Trajatórias do Romance...*, p. 199.

20. Marisa Midori Deaecto, *O Império dos Livros: Instituições e Práticas de Leitura na São Paulo Oitocentista*, São Paulo, Edusp/Fapesp, 2011.

anunciados no início do Oitocentos ainda permaneciam em meio às propagandas em meados dos século. Como exemplos podemos citar os romances:

TABELA 1. *Durabilidade de alguns romances juntos aos anúncios entre 1808-1844.*

TÍTULO	ANO DO PRIMEIRO ANÚNCIO	ANO DO ÚLTIMO ANÚNCIO
<i>Aventuras de Gil Blaz</i>	1810	1843
<i>Aventuras de Telêmaco</i>	1810	1843
<i>Choupana Índia</i>	1811	1843
<i>Diabo Coxo</i>	1811	1843
<i>Paulo e Virgínia</i>	1811	1843
<i>Cartas de huma Peruviana</i>	1812	1843
<i>Filosofo por Amor, Ou Cartas de dois amantes apaixonados, mas virtuosos</i>	1812	1843
<i>Ilha Incognita</i>	1812	1843
<i>Lances da Ventura</i>	1812	1843
<i>Numa Pompilio</i>	1815	1844
<i>Thesouro de Meninas</i>	1814	1843

Pode-se pensar que tamanha repetição dos mesmos títulos pelos anunciantes era provocada pelo encalhe de certas obras, o que os levava à tentativa perseverante de escoá-las, estimulando o público a comprá-las por meio dos anúncios. Em relação à permanência de determinados romances nos catálogos de livreiros ao longo dos anos, Marlyse Meyer aponta que provavelmente eram títulos que se encontravam empacados nas prateleiras dos comerciantes e que estes tentavam, a todo custo, eliminar de seus estoques, seguindo o exemplo do livreiro francês Pigoreau, que mandava para as ou-

lecer um período de dezessete anos para a pesquisa dos títulos. Esse método de investigação conduziu a resultados impressionantes, permitindo perceber que 46% dos títulos anunciados no período colonial permaneciam em evidência nas décadas de 1820, 1830 e 1840.

tras províncias os excedentes que não eram comercializados em sua livraria:

O *Sinclair* continua a ser encontrado nos catálogos Garnier até o começo do século xx, juntamente com *Magalona*, *João de Calais*, *Carlos Magno* e o inevitável *Marujo Vicente*, cuja história é uma das primeiras que se anunciam nas listas brasileiras (suponho ser cordel português, a julgar pelo folheto que possui). Convém notar, no entanto, que a persistência dessas novelas em catálogos mais tardios não é por si só uma prova de gosto ainda reinante, mas pode ser, antes, teimosia de livreiro em colocar os encalhes (já o astuto Pigoreau não escondia que a província era bom escoadouro no caso)²³.

Já em relação aos reclames, é verdade que o persistente anúncio de um título não é garantia de sua popularidade junto ao público, mas a repetição de títulos permite supor que essas obras despertavam o interesse dos leitores, pois dificilmente os livreiros investiriam²⁴, por décadas, na publicidade de romances encalhados cujas vendas não promovessem algum retorno financeiro para seus negócios. Quando se aborda o livro enquanto “mercadoria produzida para o comércio e para o lucro”²⁵, é preciso ter em consideração o tino comercial de seus mercadores, que, ao oferecerem à venda as obras de predileção do público, mantinham rentáveis seus negócios.

23. Marlyse Meyer, *op. cit.*, p. 45.

24. Os anunciantes deveriam pagar 200 ou 80 réis, respectivamente, pela linha de anúncio publicado na *Gazeta do Rio de Janeiro* e no *Jornal do Commercio*. Para efeito de comparação: um par de meias de algodão foi anunciado em 14 de janeiro de 1831, no *Jornal do Commercio*, a 400 réis.

25. Roger Chartier & Daniel Roche, “O Livro: Uma Mudança de Perspectiva”, em Jacques Le Goff & Pierre Nora, *História: Novos Objetos*, Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1976, p. 99.

Além disso, deve-se levar em conta que o perfil dos livreiros anunciantes influencia os rumos da publicidade. Em meados da década de 1820, Albino Jordão já atuava no comércio fluminense e era um dos maiores anunciantes do *Jornal do Commercio*, figurando entre os poucos livreiros que publicavam tanto ou maior número de anúncios que os próprios donos do periódico e também proprietários de livrarias, a saber, Pierre Plancher, que esteve à frente do jornal entre 1827 e 1835, sendo substituído por Villeneuve nos anos subsequentes, os quais foram analisados pela pesquisa.

O traço mais característico dos negócios de Albino Jordão era a comercialização de livros usados, conforme relatou Joaquim Manuel de Macedo:

[...] vendia em geral obras já usadas, livros em *segunda mão*, e portanto baratíssimos, e se por isso deve ser tido em conta do primeiro *alfarrabista* da cidade do Rio de Janeiro, foi de tanto proveito para o público, e de tão sã consciência na sua indústria, que nunca lhe caberia o *nome feio* que os estudantes do Imperial Colégio de Pedro II deram ao vil *belchior* de livros velhos estabelecido na vizinhança daquele colégio da Rua de S. Joaquim, nome um pouco obscuro que a princípio se estendeu a todos os chamados hoje *alfarrabistas*²⁶.

Sendo assim, ao anunciar constantemente as obras de segunda mão que comercializava, Albino Jordão colocava em evidência títulos que já haviam estado outrora no mercado, provocando a repetição dos mesmos junto aos anúncios.

Robert Darnton propõe, por meio do “circuito das comunicações”²⁷, um modelo para

analisar como os livros surgem e se difundem na sociedade, representando, de modo geral, o ciclo pelo qual passam os livros impressos, indo desde o autor ao editor, ao impressor, ao encadernador, ao distribuidor, ao vendedor e chegando ao leitor. Contudo, ao chegar ao que parece ser seu destino final, o leitor, o livro pode, por razões várias, retornar ao “circuito”, voltando às prateleiras dos vendedores e movimentando o mercado de obras usadas, como se verifica por meio da análise de grande parte dos anúncios de Albino Jordão e de outros comerciantes de livros pioneiros da constituição de um mercado de alfarrábios nas primeiras décadas do século XIX no Rio de Janeiro.

O mercador francês foi o primeiro livreiro a utilizar as páginas do *Jornal do Commercio* para propagandear seus negócios. Sendo assim, fez publicar em novembro de 1827, ano de estreia do periódico, o seguinte anúncio:

LIVROS Á VENDA

Na rua do Ouvidor n. 138, acha-se a venda em Portuguez, Obras de Camões 5 vol. Encadernação doirada, 10\$000; Irmã, ou as Desgraças de huma Jovem órfã, 4 vol. 4\$000; Pamella 2 vol 2\$400; Elementos da civilidade, 1\$280; Atlas Geografico moderno, com muitos mapas, 2&400; Regimento da Inquizição 1\$600; Mestre da Vida, 1\$280; Fael Tragedia 800; Superstições descobertas, 1\$600; Caravansara, ou Colecção de contos Orientaes, 1\$600; O Cidadão Luzitano breve compendio, em que se demonstram os frutos da Constituição, e os deveres do Cidadão Constitucional 3\$200.

Nova Castro 960; Cartas de huma peruvianna 2 vol. 1\$280, Cathecismo de pedreiros livres, 800, Arte de furtar 2\$400; Livro de sortes, 1\$440; Jogo de dotes 1\$920; Arte da escrita de Ventura, com os traslados, obra de maior utilidade para quem quizer ter boa letra, 12\$800²⁸.

26. Joaquim Manoel de Macedo, *op. cit.*

27. Robert Darnton. *O Beijo de Lamourette: Mídia, Cultura e Revolução*, São Paulo, Companhia das Letras, 2010, p. 127.

28. *Jornal do Commercio*, 12.11.1827.

Se em seu primeiro anúncio Albino Jordão não mencionou a comercialização de obras de segunda mão, outros livreiros logo o fizeram, atestando que, embora este tenha se perpetuado como o primeiro alfarrabista da cidade do Rio de Janeiro, outros comerciantes também haviam tomado a dianteira desta atividade. Na Rua do Valongo n. 144, por exemplo, os leitores que buscassem comprar obras por preços modestos encontrariam:

[...] diversos livros para vender, escritos em Francez, Inglez, Espanhol, e Portuguez, em cujo n. entrao alguns Diccionarios, Gramaticas, Telemacos, e vários outros, pertencentes a Medicina, Cirurgia e Pharmacia, quem os pretender dirija-se ao mencionado [No Valongo loja n. 144] no que se darão em conta, e adverte-se que parte são novos, e parte com algum uzo²⁹.

Uma loja de papel que ocupava o número 183 da Rua do Ouvidor também ofertava um conjunto de “livros, alguns com pequeno uso, e outros uzados”, do qual formavam parte o romance *La Nouvelle Héloïse* – provavelmente em francês, como o título sugere – de Rousseau, e os *Contes de La Fontaine*, além de obras de outros gêneros³⁰.

Já na Rua do Sabão n. 102, por exemplo, poderia ser encontrado “em muito bom uso” o *Atala ou Amores de Dois Selvagens no Deserto*, assim como as *Fábulas de Esopo* “usadas” e, sem menção ao estado de conservação, *Carlos Magno* e *Noites Josephinas* no dia 9 de março de 1829.

Em 6 de novembro de 1829 “huma Collecção de obras Inglezas, pela maior parte novas”, sugerindo também a presença de livros usados, entre as quais estavam romanistas como “Walter Scote”, “Fielding” e

“Cooper”, esperava pela visita de compradores na Rua Mãe dos Homens n. 76, conforme reclame do dia.

Contudo, o leque de ofertas da livraria de Albino Jordão e a constância de seus anúncios em meio ao reclames publicados pelo *Jornal do Commercio* fizeram com que o alfarrabista encerrasse os anos 20 do século XIX como o maior propagador de romances do periódico. Desde 1827 o livreiro já ocupava as páginas do jornal, já em 1828 o comerciante chegou a ser o maior anunciante de romances do ano, com a publicação de 24 reclames, o triplo do número de propagandas publicadas por Pierre Plancher e pelo proprietário da livraria da Rua dos Ourives n. 86, que publicaram oito propagandas cada e foram, empatados, os segundos maiores anunciantes do ano; com a chegada de 1829, Albino Jordão continuou propagando seus negócios.

O mercado de alfarrábios movimentou também os anúncios de romances da entrada da década de 30 do Oitocentos. Albino Jordão liderava a lista de anunciantes, com a publicação de dez reclames em 1830. Embora o livreiro não mencionasse a procedência de seus livros, os preços que praticava talvez possam indiciar que as obras não deviam ser de primeira mão, pois enquanto oferecia o *Belizario* de Marmontel a 1000 réis³¹, o comerciante da Rua dos Ourives n. 86 comercializava o mesmo romance pelo dobro do valor: 2000 réis³².

Mesmo com a concorrência de Albino Jordão, pequenos alfarrabistas não deixaram de buscar público por meio dos anúncios do *Jornal do Commercio*.

O proprietário do armazém n. 7 da Rua da Cadeia, por exemplo, divulgou em 17 de fevereiro de 1830 que quem passasse por sua loja não encontraria apenas botões e borda-

29. *Jornal do Commercio*, 24.11.1827.

30. *Jornal do Commercio*, 19.1.1828.

31. *Jornal do Commercio*, 3.2.1830.

32. *Jornal do Commercio*, 18.3.1830.

dos, mas também um variado conjunto de romances usados:

LIVROS Á VENDA

Vende-se em muito bom uso, e por preço commodo na rua da Cadeia armarinho n.7, as novellas seguintes: Historia do Cavalleiro de Gastinos, ou a Ilha Incognita, D. Quixote, o Feliz Independente, com estampas finas, os Martyres, o Espreitador do novo Mundo, Naufragio de Segulveda, Meditações de Herrey, Memorias dos beneficios politicos do Governo d'El Rei D. João VI ao Brasil por J. da S. Lisboa, Creação do Mundo, G. Tell Libertador da Suissa; Galatea Pastoril, Aventuras pasmosas do Barao Mun Vrausen, os Amigos Rivaes, a tragedia da nova Castro com estampas, o drama intitulado Mizantropia e Arrependimento, Vida do Grande Philosopho Abeillard, e sua Espoza; o Amor desgraçado, e Marilia de Dirceo³³.

Se o proprietário do armarinho talvez estivesse querendo ampliar o leque de seus negócios e, por isso, investisse na venda de livros, e principalmente romances, a preços “commodos”, o mesmo não ocorria com o dono da livraria da Rua da Cadeia n. 114, que ofertava “em muito bom uso”, no dia 22 de outubro de 1830, “as Mil e huma Noutes” a exorbitantes 8000 réis – provavelmente tratava-se dos oito volumes que compunham a obra – mas mesmo assim o vendedor deveria encontrar alguma dificuldade em comercializar a obra, visto que era de segunda mão e que a concorrência oferecia outros títulos a preços mais modestos.

Independente do preço, fato é que a venda de romances usados poderia estar entre as práticas mais certeiras quando se queria angariar algum lucro com a comercialização de bens culturais, visto que mesmo vendedores “não especializados” ofereciam as obras

em pontos comerciais pouco comuns, como o “sotão da casa n.178, na rua d'Alfandega”, onde um anunciante, provavelmente precisando de algum dinheiro extra, resolveu desfazer-se de alguns objetos: “dous chapeos de Sra. de palha”, “hum relojo de oiro muito fino”, a “Geometria e Trigonometria de Legendre”, “huma Grammatica Franceza e Hespanhola”, “o Romance Paulo e Virginia; traduzido em Inglez” e, por fim, “alguns trastes de casa”, conforme anúncio do dia 6 de março de 1830.

Já na “rua do Rozario n. 147” também propunha-se à venda, em 25 de novembro de 1830, um “Telemaco Francez”.

Os reclames de pequenos comerciantes ou particulares que pretendiam vender seus romances de segunda mão eram tão comuns no período que no mesmo dia 25 de novembro, um anunciante da “rua Direita n. 20” fez questão de advertir ao público que os romances “Mil e huma noites, Victor ou o Menino da Selva, Zadig”, entre obras de outros gêneros, eram “todos novos”, prática inédita, visto que até então só se avisava quando os livros eram usados.

Enquanto estes mesmos pequenos comerciantes e particulares aventuravam-se na venda de romances, grandes livreiros acaanhavam-se diante do gênero. Pierre Plancher que, em 1830, mudava a firma comercial para o nome de seu filho, Emile Seignot Plancher, não inovava, entretanto, na comercialização do gênero, ofertando os mesmos poucos títulos ao longo de todo o ano³⁴.

A livraria de “Souza Laémmert e comp.” tampouco anunciava novidades ou diversidade de obras romanescas para seu público, tendo anunciado em 29 de maio de 1830, entre

34. *Historia da donzella Theodora*: 19.5.1830, 30.7.1830, 27.9.1830; *Historia de Joao de Calais*: 19.5.1830; 30.7.1830; 27.9.1830; *Historia de hum enforcado*: 19.5.1830, 30.7.1830, 27.9.1830; *Aventuras de Telemaco, nos infernos e nos Campos elysios*: 30.7.1830, 27.9.1830.

33. *Jornal do Commercio*, 17.2.1830.

outros gêneros recém-chegados da Europa, as “Aventuras de Telemaque”, único romance propagandeado ao longo de todo o ano.

Em 1830, os leitores encontravam mesmo leituras romanescas em casas comerciais menos suntuosas como os alfarrábios, principalmente no de Albino Jordão, ou em livrarias anônimas.

O estabelecimento da Rua dos Ourives n. 86, por exemplo, podia fornecer vários títulos aos leitores: “Clara d’Alba, o Dote de Suzaninha, Caverna da Morte, Elisabeth ou os Desterrados da Siberia, Belisario, Fabulas de Phedro”, conforme publicidade de 6 de março de 1830. No dia 18 de março divulgava: “Don Quixote, Irma, As desgraças da inconstância, Clara de Alba, Caverna da Morte, Belizario, O dote de Suzaninha, Izabel, Pedacos em prosa o em verso, Os Martyres, Os Amigos rivaes”. Em 30 de julho: “os dous Robinsoes, Emilia e Affonso, Joanhina, os dous infelizes ou Amelia de Mansfield, Clara de Alba, o dote de Suzaninha, Ourika, caverna da morte, os martyres”. Por fim, em 18 de novembro: “Escolha das melhores Novellas, Caverna da Morte, as Duas Desposadas, Gil Braz de Santilhana, o Dote de Suzaninha, Ourika, Clara d’Alba, Irma ou as desgraças de huma Jovem Orfa, Celestina”.

Na mesma rua, mas no número 50, os compradores de romances encontrariam em 24 de março de 1830: “Oeuvres de Voltaire, 5 vol. de Walter Scott, Don Quixote”.

Já na Rua do Ouvidor n. 70 estavam à venda, em 19 de abril de 1830: “Historia galante do Joven Siciliano, Ilha incógnita, vida ou aventuras admiraveis de Robinson Crusoe, historia de Gil Braz de Santilhana, novellas galantes e instructivas, Carolina de Lichtfield, ou o Triunfo da Virtude, viagens d’Altina, lances da virtude, acazos da desgraça e heroismo da virtude, o desgraçado Napolitano ou vida de Mr. Roselli, Volney, ou

Ruinas de Palmira, com o Cathecismo de lei natural, os Amantes destrerrados da Siberia, Saint Clair das Ilhas, ou os dês terrados na ilha de Barra, Adriana, ou historia da Marqueza de Brianville, Alberto, ou o desterro de Strathoaven, os dous infelices, ou Amelia Mansfield e Ernesto de Waldemar, o Renegado, a Estrangeira”. Em 8 de maio a publicidade era dos títulos: “Mil e huma Noites, a Camponeza Exaltada, Historia Galante do Jovem Siciliano, Historia de Gil Braz de Santilhana, Novellas Galantes e Instructivas, Carolina de Lichtfield, ou o Triunfo da Virtude, Viagem Daltina, novellas galantes e instructivas, Carolina de Lichtfield, ou o Triunfo da Virtude, viagens d’Altina, Lances da virtude, Acazos da desgraça e Heroismo da Virtude, O Desgraçado Napolitano ou Vida de Monsiur Roselli, Adriana, ou historia da Marqueza de Brianville, Alberto, ou o desterro de Strathoaven, O Renegado, A Estrangeira”. Em 27 de março: “Mil e huma Noites, a Camponeza Exaltada, Historia Galante do Jovem Siciliano, Historia de Gil Braz de Santilhana, Novellas Galantes e Instructivas, Carolina de Lichtfield, ou o Triunfo da Virtude, Viagem Daltina, novellas galantes e instructivas, Carolina de Lichtfield, ou o Triunfo da Virtude, viagens d’Altina, Lances da virtude, Acazos da desgraça e Heroismo da Virtude, O Desgraçado Napolitano ou Vida de Monsiur Roselli, Adriana, ou historia da Marqueza de Brianville, Alberto, ou o desterro de Strathoaven, O Renegado, A Estrangeira”. Por fim em 10 de julho: “Historia Galante do Joven Siciliano, dita de Gil Braz de Santilhana, Novellas Galantes e Instructivas, Viagens de Altina, Adriana ou historia da Marqueza de Brianville, Alberto, ou o desterro de Strathoaven, A Estrangeira, a Camponesa exaltada”.

Em relação à comercialização de obras usadas, Lucien Febvre e Henri-Jean Martin afirmam:

Contudo, os livros impressos conservavam então seu interesse por mais tempo do que hoje. No século XVII ainda, é o caso do livro, do livro de estudo sobretudo, objeto de valor que se conserva com cuidado, que se revende às vezes e que geralmente tem uma longa carreira. Foi pelas edições aldinas, por exemplo, que Racine tomou contato com os trágicos gregos. E, nessas condições, o comércio do livro usado desenvolveu-se e desempenhou um grande papel³⁵.

Também no caso específico dos romances em circulação na cidade do Rio de Janeiro nas primeiras quatro décadas do século XIX, pode-se dizer que havia maior durabilidade no interesse do público por alguns títulos. As *Aventuras de Telêmaco*, por exemplo, foi um dos títulos de maior durabilidade em meio aos anúncios³⁶, tendo permanecido entre os reclames ao longo de 33 anos, com a primeira publicidade publicada em 1810, na *Gazeta do Rio de Janeiro*, e a última em 1843, no *Jornal do Commercio*. O romance escrito por Fénelon, originalmente em língua francesa no ano de 1699, circulava no Rio de Janeiro, pelo menos, desde o século XVIII, pois entre 1769 e 1807 foi um dos livros mais requisitados à Censura Portuguesa para ser enviado à cidade³⁷ e esteve constantemente nas prateleiras de alfarrabistas, Albino Jordão, por exemplo, foi um dos primeiros livreiros a anunciá-lo no *Jornal do Commercio*, tendo veiculado publicidade da obra em 11 de fevereiro de 1828.

Assim como na Europa – onde os livros usados poderiam, em geral, ser encontrados nas mãos de livreiros ocasionais, buquinistas, nas grandes cidades, como em Paris “nas pontes e cais do Sena”³⁸ – o comércio fluminense de

romances usados não estava restrito apenas à livraria de Albino Jordão na concorrida Rua do Ouvidor, mas realizava-se em pontos menos afamados como as Ruas da Alfândega e da Cadeia, em sótãos e lojas de armarinhos, fazendo com que o gênero estivesse ainda mais ao alcance da mão de quem por ele se interessasse.

Entretanto, o espaço para livreiros anunciantes reduziu-se muito em meados da década de 30 do Oitocentos, quando a família Plancher entregou a firma a um novo proprietário:

A casa que girava nesta Praça debaixo da firma de SEIGNOT-PLANCHER E COMP., gira de agora em diante debaixo da de

J. VILLENEUVE [trecho ilegível]

Sem que haja por isso a menor alteração no pessoal e direção deste estabelecimento³⁹.

Villeneuve tornou-se também livreiro e passou a investir em publicidade para seu negócio. Enquanto o novato comerciante de livros investia expressivamente na publicidade de sua casa comercial, antigos livreiros recuavam das páginas do periódico. No ano da estreia do proprietário do *Jornal do Commercio* no ramo das livrarias, apenas Albino Jordão fez-lhe concorrência por meio dos reclames.

Afinal, como atestava Macedo, o veterano alfarrabista era de “sã consciência na sua indústria”⁴⁰, portanto, logo encontrou mais uma forma de cobrir os gastos com a publicidade da casa, passando a alugar romances a oitenta réis por dia, exatamente o mesmo valor que deveria pagar pela linha de cada anúncio que mandava imprimir. Além do pagamento da publicidade da loja, o aluguel de romances a oitenta réis diários deve ter surtido maiores efeitos, pois em março do mesmo ano Albino Jordão avisava que o catálogo de obras de prosa de ficção, disponíveis

35. Lucien Febvre & Henri-Jean Martin, *O Aparecimento do Livro*, p. 340.

36. Ver a Tabela I.

37. Márcia Abreu, *Os Caminhos dos Livros*, Campinas, Mercado de Letras, 2003, pp. 99-115.

38. Lucien Febvre & Henri-Jean Martin, *op. cit.*, p. 340.

39. *Jornal do Commercio*, 2.1.1836.

40. Joaquim Manuel de Macedo, *op. cit.*

para o aluguel, chegava a 257 títulos, além das obras disponibilizadas para a venda.

Graças à sagacidade de Albino Jordão, Macedo afirma que “de tanto proveito para o público”⁴¹ havia sido a atuação do mercador junto ao comércio livreiro de início do século XIX; vale, no entanto, destacar que a atividade de outros alfarrabistas também foi de grande valia quanto à divulgação e comercialização de obras do gênero romanesco, oferecendo variedade de títulos com baixo custo e, portanto, colaborando com a ampliação do público comprador e, possivelmente, leitor de romances.

¶ III. Considerações finais

Albino Jordão parece ter ocupado ao longo dos anos, respectivamente, os números 138, 157, 113 e 121 da Rua do Ouvidor – Joaquim Manuel de Macedo encontrou-o já em seu penúltimo endereço, bastante maduro na vida e nos negócios. Sendo assim, pouco se sabe sobre as origens do livreiro e os caminhos que teria percorrido até estabelecer-se e tornar-se conhecido como mercador de obras usadas.

No *Almanak Administrativo Mercantil e Industrial da Corte e Província do Rio de Janeiro para o Anno de 1851*, Albino Jordão figurou na seção “Mercadores de Livros”, na qual se obtêm sobre ele as informações de que “vende, compra e troca livros, e toma a comissão obras novas, r. d’Ouvidor, 121”⁴². Laurence Hallewell, em *O Livro no Brasil: Sua História*, tomando como fonte o *Pequeno Almanaque do Rio de Janeiro de 1843* (Rio de Janeiro, Viúva Orgier, 1842) e o *Memórias da Rua do Ouvidor* (Joaquim Manuel de Macedo, Edições de Ouro, 1966), fornece dados muito próximos aos que já detalhamos:

41. *Idem*.

42. Eduardo Laemmert, *Almanak Administrativo Mercantil e Industrial da Corte e Província do Rio de Janeiro para o Anno de 1851*, Rio de Janeiro, Em casa dos editores-proprietários Eduardo e Henrique Laemmert, 1851, p. 332.

Essa Casa do Livro Azul funcionou, de 1828 a 1852, como o sebo mais conhecido da rua do Ouvidor (a princípio no número 138 e depois no número 157) e do Rio, onde “vende, compra, troca, aluga livros e recebe em comissão obras novas”. Em seu livro *Memórias da Rua do Ouvidor*, Macedo dedica-lhe cinco parágrafos, o que lhe confere direitos de pelo menos uma rápida menção. Seu traço mais marcante era a pessoa de seu proprietário, Albin Jourdan (abrasileirado para Albino Jordão), que mesmo depois de haver perdido a visão e quase toda a audição, permaneceu no negócio, auxiliado por “dois [...] rapazes de 14 a 17 anos, de instrução nula e pouco zelo”, sua corneta acústica, um agudo sentido do tato e uma fantástica memória para a exata localização de todo o seu estoque⁴³.

Sabe-se, porém, que, mesmo possuindo um negócio modesto, Albino Jordão angariou seu espaço no comércio fluminense, sendo reconhecido e prestigiado até por seus colegas de ofício, conforme demonstra a recordação de Macedo:

Contemporâneo de Albino Jordão, Mongie⁴⁴ não tinha em menos preço [sic] a loja de livros,

43. Laurence Hallewell, *O Livro no Brasil: Sua História*, 2. ed. rev. e ampl., São Paulo, Edusp, 2005, p. 127.

44. Sobre o livreiro Mongie, Macedo escreveu: “A casa hoje ocupada pela livraria dos Srs. Barbosa & Irmão, e sita na *Rua do Ouvidor*, entre as *Nova do Ouvidor* e dos *Ourives*, foi justificadamente célebre, sendo também livraria de *Mongie*.”

Filho de livreiro notável de igual nome, estabelecido em Paris e ali muito conhecido e estimado editor, que as bibliografias não esquecerão, Mongie veio para o Rio de Janeiro, e na casa mencionada, defronte da então florescente loja de perfumarias dos *Desmarais*, abriu em 1832 livraria, cuja importância era grande e muito explicável pelas relações com a casa paterna, em França.

Mongie tinha instrução variada, trato ameno e excelente caráter. A sua livraria muito rica de boas obras vendidas a preço que não o prejudicava, mas não aturdiu o comprador, foi preciosa fonte de civilização, e era freqüentada pelos homens de letras e pelos cultivadores das ciências, que achavam nela os melhores livros de publicação recente e o gozo da conversação ilustrada e espirituosa com o livreiro” (Joaquim Manuel de Macedo, *op. cit.*).

em grande parte velhos, e de brochuras antigas e modernas; pelo contrário, muitas vezes procurava o patriarca dos nossos alfarrabistas, entretinha-o quanto podia e comprava-lhe livros antigos e folhetos, cuja matéria excitava sua curiosidade⁴⁵.

Sendo assim, o livreiro francês que se destacou como pioneiro do mercado de alfarrábios, embora tivesse outros colegas exercendo a mesma função no Rio de Janeiro, pode ser reconhecido também como um dos propagadores do romance no Brasil, além

de possivelmente ser um dos responsáveis pela perpetuação no século XIX de leituras de obras romanescas que, se infelizmente pouco chegaram até nós – como *Paulo e Virgínia*, por exemplo – possivelmente captivaram várias gerações de leitores daquela época e foram germes para a formação do romance nacional, o que nos faz consentir com a afirmação de Macedo de que a buзина de Albino Jordão foi mais útil do que a tesoura de Mme Joséphine, pelo menos no que tange à cultura letrada.

45. *Idem*.