



BRASIL EM IMAGINAÇÃO: LIVROS, IMPRESSOS E LEITURAS INFANTIS (1890-1915)¹

Andréa Borges Leão

Doutora em Sociologia – USP

Professora da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará.

E-mail: dealeao@secrel.com.br

Meia Dúzia de Palavras Iniciais

Proponho a análise da gênese do mercado editorial brasileiro a partir da escrita, edição e leitura dos livros infantis. O foco da discussão serão as relações sociais no meio que fabricava e vendia os livros e impressos destinados às crianças na conjuntura intelectual de inícios do século XX, e que marcam um período de construção dos textos de imaginação literária. Os homens de letras e de ciências pautavam suas ações no projeto mental de “inventar” uma nação e, assim, apostaram na nacionalização dos objetos culturais, entre eles os livros.

De início, por que o investimento dos produtores no público infantil? Ora, por causa dos esforços de consolidação da ordem social burguesa, que tinham como princípio civilizar a população inculta. Nada melhor do que começar pelas novas gerações, formando um público de leitores capaz de acompanhar o crescimento do Brasil. Daí, a criação de livros infantis que tivessem uma identidade brasileira e pudessem antecipar o futuro da civilização sonhada.

¹ Este artigo deriva de minha tese de doutorado “Brasil em Imaginação: livros, impressos e leituras infantis – (1890-1915)”, defendida em setembro de 2002, no programa de pós-graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo. A proposta da tese foi fazer uma Sociologia histórica do livro e da leitura. A periodização se justifica pelo movimento de nacionalização do livro infantil, que se inicia nos anos de 1890 com as edições Quaresma e vai arrefecendo nos anos de 1915, a partir dos quais o Rio de Janeiro perde a hegemonia de capital cultural da República. No mercado dos livros infantis, aparece a Editora Melhoramentos com sua biblioteca para crianças dirigida por Arnaldo de Oliveira Barreto, em São Paulo. Deve-se considerar que esta conjuntura intelectual é marcada pelas crenças e desilusões com a República, o que possibilita o estudo de uma imaginação nacional investida nos objetos da cultura.



Em princípios do século XX, a produção para a infância era quase toda de livros franceses importados de Portugal e, portanto, vertidos para um português que não era o falado no Brasil. Entre o acervo de palavras de que dispunham os pequenos e as histórias que lhes eram dadas a ler havia um abismo. Diante disso, os livreiros-editores se lançaram num movimento de nacionalização do livro infantil. Recorreram a escritores que os adaptassem na escrita, a artistas que caprichassem nas ilustrações e, eles mesmos, inventaram estilos de edição nacional. Os contos de fadas, os teatros e as recolhas de canções e brincadeiras, muito mais interessados em divertir que instruir, formaram o novo *corpus*. Pedro da Silva Quaresma e Francisco Alves de Oliveira, que tinham suas casas situadas na capital da República, foram os pioneiros no novo mercado. Conheceremos seus esquemas de pensamento e ação.

Não podemos deixar de reconhecer o quanto a formação da literatura infantil brasileira deve às obras importadas e traduzidas, que funcionaram como nosso acervo de acumulação literária. Os livros aqui editados não traziam símbolos pátrios, bandeiras, datas comemorativas, biografias e feitos de heróis ou letras de hinos. Eles bem poderiam difundir, fora das práticas pedagógicas, modelos de condutas, sensibilidades e sentimentos. Esses livros se prestavam à função de suportes de imagens e preceitos capazes de unificar os que deles faziam bom uso - leia-se os que com eles melhor se identificavam - a um sentimento de pertencimento ao mundo do impresso e à nação brasileira. Os livros são suportes das representações sociais fincadas por operações sutis de interiorização – o que é, afinal, a leitura ?- pelas quais os leitores constroem os sentidos do mundo.

Nos livros infantis das Bibliotecas de Pedro Quaresma e Francisco Alves ensinavam-se as “artes da gabolice”, do “bem comportar-se”, transmitiam-se os atributos de uma função autoral “*smart*”, para o bom desempenho da qual os autores assumiam uma posição social “*emboncada*”, estreitando as relações entre o brincar infantil e a criação poética. Os escritores caprichavam no trabalho de celebração de um pacto de confiança mútua entre eles e seus leitores: uns poderiam imitar os outros.



A imprensa infantil foi o lugar do encontro entre os pares da relação amorosa. Como nas páginas do semanário infantil *O Tico-Tico*², onde as crianças publicavam suas impressões de leitura, além de quadrinhas, contos e desenhos de suas próprias autorias. De leitoras, as crianças amantes dos livros poderiam tornar-se escritoras-em-botão.

O que é mesmo a literatura infantil nacional, o que a distingue e por onde começou? Como classificar os livros em gêneros de idades, “infantis” ou “adultos”? Por outra, de que modo abordá-los fora dos critérios pedagógicos? Essas são questões que nos levam ao enfrentamento dos cânones literários, das convenções que foram se urdindo ao longo de nossa história cultural. A começar pelo pioneirismo de Monteiro Lobato.

De certo que não há lições a tirar do passado. Mas, puxando os fios da história editorial no primeiro período republicano, veremos que as operações de construção do sentido da obra literária são frutos de trabalho coletivo que envolvem todos os profissionais mediadores entre os textos escritos e os leitores. A intervenção dos editores sempre foi muito importante, graças a eles os livros são possíveis. Afinal, os livros de literatura infantil e juvenil, sobretudo os destinados ao público que usa uniforme escolar, hoje, são o carro-chefe do mercado editorial brasileiro. Vale a pena buscar a gênese desta produção.

1. O Mercado dos Bens Simbólicos Infantis na Primeira República

Quando olhamos mais de perto as relações entre as gerações de crianças e escritores, veremos que a matriz das identificações e trocas simbólicas decerto requer uma afinidade entre os esquemas mentais e o *habitus*³ dos escritores de livros e das famílias de onde provinham os jovens leitores. A economia dessas relações possibilitava entre crianças e escritores um pacto de credibilidade e confiança mútua, definindo um espaço de intimidade entre os pares da relação e entre os leitores e os textos. Um pacto de funcionamento por assim

² *O Tico-Tico* foi um semanário infantil que circulou de 1905 até meados de 1962. A respeito, consultar: Rosa, Zita de Paula. *O Tico-Tico. Mito da Formação Sadia*. (Tese de Doutorado apresentada no Departamento de História da FFLCH da Universidade de São Paulo), 1991.



dizer involuntário, uma vez que a educação literária é transmissão ativa de patrimônio simbólico que dispensa a ação deliberada do controle pedagógico da leitura.

Tudo o que os meninos leitores mais desejavam era assentar praça para defender a pátria⁴. Daí, elaborarem, nas cartas que enviavam ao *Tico-Tico*, uma auto-imagem de “pequenos oficiais” revelando formas de identificação e idealização das figuras adultas. As narrativas de verniz memorialista que os mais velhos guardavam no culto aos feitos heróicos dos soldados na Guerra do Paraguai formavam as imagens preferidas da criançada. O poeta Olavo Bilac realizava essa operação sentimental em seus versos e contos pátrios.

A cumplicidade na leitura, porém, não seria possível sem a competência profissional dos livreiros-editores que deixam marcas nos livros e tocam os leitores. O livreiro-editor Francisco Alves foi um forte aliado na aventura autoral nacionalista de Olavo Bilac.

O alto investimento na vida mundana colocava os escritores numa posição social “*emboncada*”, mecanicamente composta e artificial, fazendo coincidir os jogos e poses das aparições sociais com o brincar infantil. Os produtores da cultura impressa eram mestres nas artes das representações públicas, pois que precisariam estar no “*cartaz*”, difundir suas obras afirmando novos costumes, gostos, toda uma civilidade de maneiras. Para um homem de letras, ser reconhecido era mais que a defesa simbólica da sonhada autonomia literária a partir da qual o autor se afirmaria numa vinculação entre sua atividade e traços de nobreza. Ser reconhecido era a defesa comercial de uma posição em prol da garantia das vendas dos livros e, em consequência, da apropriação monetária sobre o trabalho literário. Os autores buscavam firmar um nome próprio que estivesse associado à construção da nação. Todo trabalho intelectual animava-se de um sopro missionário. Além do mais, a garantia de uma remuneração econômica para os livros nacionais era a única saída para o enfrentamento da precariedade dos contratos literários.

³ *Habitus* aqui deve ser entendido na definição que lhe é dada por Pierre Bourdieu, qual seja: um sistema de esquemas incorporados ao longo da socialização. Bourdieu, Pierre. *Quelques Propriétés des Champs*, in: *Questions de Sociologie*, p. 119-120, Paris: Éditions de Minuits, 1984.

⁴ É o que se evidencia nas respostas enviadas ao primeiro concurso “*O que o menino quer ser quando crescer*”, promovido pelo *Tico-Tico*, no ano de 1905.



Por outro lado, os esforços de implantação de métodos capitalistas no ramo editorial não desconheciam o encanto e a puerilidade exemplar dos livros infantis. Tomemos como exemplo as relações comerciais entre o escritor Figueiredo Pimentel e o livreiro-editor Pedro da Silva Quaresma.

Entre os anos de 1893 e 1894, *O Aborto*, romance de estréia do macaeense de 18 anos, Alberto de Figueiredo Pimentel, vendeu seis mil exemplares. A crítica enchia colunas e colunas nos jornais sem compreender a sofreguidão com que o público devorava tantas edições de um trabalho tido como “imoral”. Logo após, veio um outro livro no mesmo gênero: *O Terror dos Maridos*. Mais um sucesso de livraria e mais uma reação negativa da imprensa, levando Figueiredo Pimentel a configurar um nome próprio vinculado ao escândalo e à censura.

O jovem autor precisaria, então, resolver o dilema de conciliar o sucesso comercial de sua obra com alguma legitimidade literária. Se o primeiro contato do leitor ao escolher um livro é com a aparência, o título, a capa, o nome do autor, o selo editorial, às vezes uma vista d’olhos pelo índice, de que modo escapar à condenação que se lhe impingira? Como entrar pela porta da frente das casas de famílias? Foi aí que Pimentel optou por falar a linguagem das velhas contadoras de histórias, das avozinhas figuradas em carochinhas.

Por essa época, o livreiro-editor Pedro da Silva Quaresma, proprietário de um comércio de livros usados e brochuras populares, a *Livraria do Povo*, situada na Rua de São José, tencionava abrigar os livros infantis, despi-los dos uniformes escolares, oferecer à criançada uma coleção de contos de fadas, brincadeiras e teatrinhos escritos na linguagem correntemente falada no Brasil. O caixeiro José de Matos lhe aconselhara chamar Figueiredo Pimentel, o famoso escritor cuja autoria causava tanta barulheira. Seria sucesso na certa, sendo Figueiredo ele mesmo um reclame vivo de seus livros, com suas roupas extravagantes e coloridas, suas aparições bombásticas na imprensa e com seus fiéis leitores adultos. Assim, inventava-se um novo mercado.

Corria o ano de 1894. Entre primeiro e 13 de março, Figueiredo aprontou os textos com 61 contos recolhidos e adaptados da tradição oral. Julião Machado veio para desenhá-los e, um mês depois, em 14 de abril, os *Contos da Carochinha* conheceram a luz da livraria na Rua de São José. Logo viriam outros volumes, muitos outros: *Histórias da Avozinha* (1896), *Histórias da Baratinha* (1896), *Histórias do Arco da Velha*, *Histórias de Fada*, *Contos do Tio Alberto*, *Os Meus Brinquedos*, *Teatrinho Infantil* (1897), *O Álbum das Crianças*, *Castigo de Um Anjo* e *O Livro das Crianças*. Já em 1898, todos os livros da coleção atingiam a sexta edição, havendo alguns na décima, e até, na décima oitava⁵.

Em todos os livros Figueiredo utilizou os mesmos protocolos de autoria, que eram a destinação às crianças, seja aos filhos de Quaresma, Custódio e Olga, seja aos petizes do famoso parteiro Dr. Henrique Rodolfo Batista, dando mostras de ter encontrado uma oportuna saída moral. Quaresma, por sua vez, comprou a briga com os críticos espavoridos, caprichou nas explicações e advertências, logo se esgotaram as primeiras edições, que faziam um sucesso estrondoso. Em paga, Figueiredo Pimentel vendeu-lhe todos os direitos de propriedade. Não poderia ser de outro modo, eram as regras do mercado dos bens simbólicos.

A partir daí, o mercado editorial passa a dar mostras de fôlego a ponto de começar um princípio de diferenciação entre uma produção literária para adultos e para crianças, indo além das demandas pura e simples do consumo. Se as livrarias mantinham suas bibliotecas para crianças sob a tutela dos mesmos autores dos romances de ficção ou qualquer outro gênero do impresso, era porque o trabalho destinado ao público infantil tomava o lado menos visível de suas trajetórias intelectual, mas isso em nada diminui a importância da produção das cartilhas escolares e da literatura de imaginação na formação do mercado editorial brasileiro e na conquista da autoria como uma função. E todo esse quadro deve-se ao pioneirismo de Figueiredo Pimentel e Pedro da Silva Quaresma.

Quando Francisco Alves ofereceu, em 1906, sua coleção de livros, *A Casa do Saltimbanco*, *As Férias*, *Os Desastres de Sofia* e *As Meninas Exemplares*, como prêmios ao

⁵ É o que informa o livreiro-editor no prefácio das *Histórias da Avozinha*, na edição de 1898.

concurso “F” do semanário *O Tico-Tico*⁶, não apenas contava ampliar a difusão de seu estoque, mas confirmava a existência de um público já formado que, ao lado das bolsinhas, dos álbuns de retratos, das bengalinhas, bonecas de louça e trenzinhos de ferro, em muito se empenharia em vencer para ganhar livros.

A importância dos livros infantis foi tanta e de efeito tão duradouro que Francisco Alves toma a decisão editorial de deslocar *Os Contos Populares*, de Sílvio Romero, do *corpus* de textos clássicos da literatura científica nacional, consagrando-o, num anúncio das publicações infantis de sua livraria para o ano de 1906, como livro infantil. O editor se imiscui na produção infantil para consagrar um livro que se tornaria canônico na história de nosso pensamento crítico, emprestando-lhe o subtítulo de “*folk-lore brasileiro ou verdadeiros contos da carochinha*”.

No mundo do livro, Pedro da Silva Quaresma esmerava-se na apresentação formal dos volumes. Seus livros mais pareciam revistas ilustradas. Arde nos olhos a quantidade de enfeites e penduricalhos das formas gráficas e, nos catálogos, vinham sempre indicados como “*grossos volumes*”. O livreiro sabia aproveitar as operações de um prefácio, com as quais buscava a consagração dos cantores de violão, dos palhaços de circo e dos poetas menores, que figuravam na lista de seus editados. Espalhavam-se pelas prateleiras da *Livraria do Povo* os livros de canções e choros de Eduardo das Neves, de Catulo da Paixão Cearense, os romances de Júlio César Leal, como o popularíssimo “*Casamento e Mortalha*”, as “*Coletâneas de Cartas*”, os “*Manuais de Secretário*”, de J. da Silva Leal, os “*Livros de Sorte*” e de “*Culinária*”⁷, mais a coleção infantil e outros títulos de grande difusão.

Quaresma sempre pedia aos leitores que se certificassem da autenticidade dessas obras, que deveriam vir com o selo da editora, o que acaba revelando a forte concorrência pelo gênero das publicações populares e a disputa por um mercado cativo. Em 1898, o próprio Figueiredo Pimentel publica pela livraria de J. G. de Azevedo o livro “*Histórias de Fadas*”, com as mesmas vovós e fadas, o mesmo subtítulo, etc. E, num anúncio da Livraria Alves para

⁶ Ver: *O Tico-Tico*, quarta-feira, 07 de fevereiro de 1906.

⁷ Esses títulos estão no catálogo da livraria para o ano de 1913.



o ano de 1909, encontramos mais umas *Histórias de Fadas*, com a mesma autoria, provando que Figueiredo sabia muito bem fazer negócio com a infância. Iludia-se Pedro da Silva ao acreditar que teria alguma posse sobre ele.

As edições Quaresma eram vendidas nos circos de cavalinhos, nas festas e feiras, nas ruas, pelas calçadas, nas quais Bandeira, um conhecido vendedor no Rio de Janeiro, fazia espalhar um tapete mágico de livros. Pedro da Silva remetia seus catálogos para todos os Estados do Brasil, onde havia agentes responsáveis pela distribuição. Donde se conclui que a lógica de difusão das brochuras baratas era a mesma dos livros infantis.

Havia ainda uma parceria comercial entre as edições Quaresma e as Casas Edson, que detinham a exclusiva propriedade de gravar suas modinhas. A aposta na invenção de um mercado de livros infantis, ao lado dos já estabilizado catálogo de livros populares, afirma uma “função” Pedro da Silva Quaresma, que foi mais que a nacionalização do processo de escrita, edição e impressão⁸, dando o impulso para a criação de um consumo de massas para o livro no Brasil.

2. Os Livros Para Crianças: Um Brasil em Imaginação

Os livros infantis eram como vestidos bem talhados e formavam lindas coleções artísticas. Apropriados a presentes de festas, a prêmios pelas ações meritórias, teriam que distrair os leitores, inculcando-lhes noções de moral, zelo ao trabalho, piedade, gosto pela aventura, exemplaridade e castigo, livrando-os da preguiça, da curiosidade, da mentira, usura e egoísmo. As coleções de livros de contos de fadas eram os manuais de civilidade que melhor contribuía para a instrução social.

Engana-se quem pensa que todos os livros infantis que circulavam no primeiro período republicano assumiam um tom “cartilhesco”, que todas as histórias traziam deveres, lições

⁸ Os livros da Biblioteca Infantil da Livraria Quaresma eram impressos na Tipografia Morais, situada na Rua de São José, n. 35, Rio de Janeiro. Já a maior parte dos títulos da Biblioteca Infantil da Livraria Francisco Alves traziam a indicação de serem ilustrados, impressos e encadernados em Paris, salvo o *Era Uma Vez...*



punitivas de moralidade. Ao contrário, os personagens quando castigados podiam mostrar às crianças as peripécias de grandes aventureiros, há, inclusive, passagens que sacodem as construções do feminino. Mesmo quando as travessuras acabam em “exemplos de vergonha”, a imagem idealizada da infância não deixa de sofrer uns bons arranhões, e o que era travessura pode se transformar numa grande aventura. Era assim com as narrativas que compõem o livro *Era Uma Vez ...*, de autoria de Viriato Correia e Paulo Barreto, o João do Rio⁹. Outro exemplo é o *Teatro Infantil*, da dupla Olavo Bilac e Coelho Neto, aparecido em 1905 pela mesma casa editora.

Estamos falando da categoria do impresso “Livros Para Crianças”, as recolhas, traduções e adaptações das histórias de largo sucesso na Europa, dos contos oriundos da tradição oral. Esses livros não eram os mesmos, tanto na apresentação formal, quanto no conteúdo narrativo, que os *Livros de Leitura* destinados ao regime da aprendizagem escolar. Em primeiro lugar não traziam o selo de aprovação do Conselho Superior de Instrução Pública, dispositivo importante na indicação de uso. Em segundo, as representações literárias não se restringem aos emblemas e estereótipos da história pátria.

As apostas dos livros infantis são no prazer e no entretenimento. Ao transmitirem a antecipação da civilização sonhada por meio dos heróis que se movem num trânsito livre entre a fábula e a realidade, as narrativas que misturam os preceitos da obediência à puerilidade, as lições de esperteza e astúcia nuançadas aos exemplos do controle moral, conduzem os leitores a transformar as regras necessárias em lei interior e a entrar num processo mágico de socialização. Lendo-os, ouvindo-os, as crianças, longe de serem presas de uma reprodução mecânica do social ou da obediência cega, conheceriam o Brasil num movimento de assimilação revestido de fantasia. Se eram tão lidos, só poderia ser devido às lições estilizadas que coincidiam com a única preocupação das crianças: brincar, coser, imitar criativamente os adultos, saber mais e mais, livrar-se da escola, divertir-se.

Nos livros de teatro, como *O Teatrinho Infantil*, de Figueiredo Pimentel, os leitores poderiam desempenhar papéis de adultos e encenar as regras do jogo da vida social.

⁹ Este livro foi impresso em setembro de 1909, na Tipografia Francisco Alves, veio a público dois meses após.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Produção Editorial**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Encenando as crianças poderiam crescer sedutoras. Ainda mais que as comédias e monólogos vinham escritas em versos e na pena de escritores famosos como Olavo Bilac, Coelho Neto e Figueiredo Pimentel. Os espetáculos de teatrinho poderiam, ainda, ser uma oportunidade para os jogos e improvisações, momentos de escuta familiar e abertura para a criação de novos significados aos textos.

Tomemos para análise *Teatro Infantil*¹⁰, de Olavo Bilac e Coelho Neto. De início, o título revela um estilo editorial cuja razão de ser pode estar na fidelidade ao conteúdo, nas intenções dos autores, mas também nas disputas e apostas comerciais do editor. Francisco Alves se esforçaria para manter os balcões de seu comércio sempre cheios.

No alto da primeira página, lemos os nomes próprios dos autores. Pouco mais abaixo, em tipos grossos, o título; em seguida o subtítulo, *comédias e monólogos em prosa e verso*. Mais abaixo, vemos o endereço comercial, *Livraria Francisco Alves 134, Rua do Ouvidor, Rio de Janeiro*, além das indicações das filiais, *Rua de São Bento, 45, São Paulo, Rua da Bahia, Belo Horizonte*, como a indicar os pontos de venda. Por último, vem o ano da publicação, 1905. Impresso em abril na tipografia da livraria Francisco Alves, *Teatro Infantil* é um livro cartonado, sem ilustrações, de apenas 150 páginas, custando 2\$000. Em 1906, o título ainda constava entre as “últimas publicações” da livraria.

De acordo com Aníbal Bragança¹¹, Bilac e Neto assinam contrato com Francisco Alves de venda da propriedade plena da obra em três de fevereiro de 1905. O valor do produto foi de 2:000\$000, recebidos à vista no ato de assinatura do documento.

A folha de rosto sugere uma hierarquia no prestígio mundano dos escritores. Primeiro, vem o nome de Olavo Bilac e, depois, o de Coelho Neto, os dois, são as imagens que melhor ilustram a trajetória da consagração do escritor no Brasil, que alia legitimidade literária ao sucesso comercial. Neste livro que jamais conseguiu a aprovação dos senhores da instrução,

¹⁰ Trata-se do exemplar de número 72, da primeira edição, 1905.

¹¹ Consultar: Bragança, Aníbal. *A Política Editorial de Francisco Alves e a Profissionalização do Escritor no Brasil*. In: *Leitura, História e História da Leitura*. Abreu, Márcia (org.), Campinas, SP: Mercado de Letras: Associação de Leitura do Brasil; SP, Fapesp, 1999 (Coleção Histórias da Leitura).

encontramos, a destinação para as primeiras e segundas séries. Antes de ser a inscrição do uso estritamente escolar, mostra uma tática editorial para a venda, que dependia em muito da associação entre infância, leitura e escola, sobretudo se considerarmos as apostas de Francisco Alves em escolarizar e oficializar o livro de imaginação infantil.

Por outro lado, vender os direitos de propriedade de um livro didático rendia mais aos homens de letras que meter-se com traduções de livro europeu¹², fato que talvez justifique a alternativa da indicação das séries. Em suma, fazer de um livro de teatro – cujos enredos e cenários previstos são domésticos -, leitura escolar poderia ser uma resposta às condições de mercado, nesse momento em que a profissionalização do trabalho literário ainda caminhava seus primeiros passos.

As comédias *O Presunçoso*, *O Corvo e a Raposa* e o monólogo *A Carta* são modelos para a discussão da leitura infantil, das valorações em torno do livro, das atribuições sociais da vida literária e dos princípios de ordenamento para a função autor. São textos que nos transmitem a idéia de que alguém precisaria ensinar as crianças a “poetar”, formá-las escritoras e, ao mesmo tempo, precisaria exercer um controle sobre a produção dos livros infantis, regulando as carências e os excessos de uma civilização que se pauta na escrita. Seria esta uma função do tamanho da glória de Bilac e Neto.

O Presunçoso ilustra bem as intenções de Olavo Bilac, seu autor. Põe em cena os “vícios” a que estão submetidos os aspirantes ao ofício da escrita na estrutura social da República das Letras. Mostra os modelos culturais elitistas de produção e acesso aos bens simbólicos, a importância das instituições na construção da autoria - as Academias e os jornais -, ironiza os lampejos e artifícios do “gênio criador” e refreia o desejo infantil de querer sê-los.

O Presunçoso é uma comédia infantil sobre a construção da função autor e a infância serve de pretexto para que Bilac brinque com o processo de criação e consagração intelectual.

¹² Conforme, Bragança, Aníbal. *Eros Pedagógico: a função editor e a função autor*. (Tese apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo), 2001.



Olavo Bilac faz do corpo dos personagens o texto impresso da paródia que gostaria de declamar nos círculos dos adultos¹³. Os intelectuais falazes, os literatos com título e posição, os escritores clichês que, ornados com o “luxo de pobre”, vivem sôfregos a exhibir-se à custa da “nomeada”, parecem ser os verdadeiros alvos do poeta.

Exige cenário simples e atual. Pode ser a sala de visitas de casa, com duas janelas ao fundo, uma porta à direita e uma pequena mesa ao centro. Carlos e o primo Augusto, mais a irmã, Amélia, são os protagonistas. Alfredo e Nazareth, irmãos de Augusto, e José, o criando, desempenham papel coadjuvante. Carlos é um garoto vaidoso, que faz versos apurando rimas tiradas do dicionário. Concorre nos torneios das revistas, almeja ao primeiro prêmio só para ter nome e retratos estampados nos jornais e, assim, aparecer. Sonha em entrar para a Academia de Letras, glória máxima, despreza as brincadeiras com os companheiros. Carlos é, em tudo, uma antecipação na infância da imagem do “escritor de posição”, confirmando as relações entre o universo simbólico dos adultos e o “mundo de coisas” dos pequenos leitores.

3. Uma Criança Leitora: Escritor-em-botão

O semanário ilustrado de maior circulação entre o público infantil, *O Tico-Tico*, supunha a mesma ordem do mundo dos livros: a autoria e identidade dos textos, a mediação editorial e os leitores identificados numa comunidade de imaginação nacional. Este semanário buscava o prestígio livresco.

O Tico-Tico, no entanto, diferia dos livros em dois pontos assaz importantes: nas suas páginas as crianças poderiam escrever, desenhar, enviar retratos. As crianças, de leitoras poderiam tornar-se escritoras-em-botão e, de mãos aladas, as crianças menores poderiam antecipar a escrita nos rabiscos e desenhos. Uma outra diferença estava na ilustração. Lendo-o, as crianças entravam num reino colorido: os cachos dourados do herói *Chiquinho*, o azul que iluminava a cãozinho *Jagunço*. Nada a ver com o universo em branco e preto, lúgubre e

¹³ Basta citarmos o texto *Sobre Minha Geração Literária*, nas *Últimas Conferências e Discursos*, no qual Bilac assume uma posição crítica em relação à imagem etérea do poeta, como os “que deixavam crescer sobre as costas cabeleiras incríveis”, distantes, buscando diferenciar-se das mesquinhas da vida burguesa. Olavo Bilac assume o sonho como labor e a poesia como trabalho. Ver: Bilac, Olavo. *Obra Reunida*, Nova Aguilar: 1996.



agudo, das histórias de fadas. Nas Bibliotecas Infantis, só as capas vinham em litografia a cores.

O semanário cumpria o importante papel comercial de veículo difusor dos catálogos e anúncios da Quaresma e da Francisco Alves. Muitos dos contos da carochinha podiam simultaneamente ser lidos nos livros e n’*O Tico-Tico* e algumas crianças aprendiam a ler nas suas páginas. A petizada deveria colecioná-lo com o mesmo zelo que dispensava aos objetos encadernados, pois *O Tico-Tico* passaria do irmão mais velho para o mais novo. Nas quartas-feiras toda a família punha-se em vigília, era o dia do pregão do jornaleiro.

Os leitores também colaboravam com o repertório literário do semanário enviando sugestões para a publicação de contos. *O Tico-Tico* buscava a consolidação de um contrato moral e afetivo entre os escritores e leitores, ao mesmo tempo em que procurava conciliar sua legitimidade literária ao sucesso comercial, tanto de si mesmo como veículo quanto dos contos e poesias infantis. Afinal, trata-se de um período de construção de um mercado editorial, no sentido da “massa” de público, para os impressos infantis.

Sua leitura conduziria a um lugar na correia de transmissão da crença nos produtos e nos produtores literários. Finalizamos com as quadrinhas enviadas pelo leitor Darcy de Mendonça, de Juiz de Fora ao número de 20 de março de 1907, que logram o pacto sentimental entre os profissionais do livro e os jovens leitores e podem indicar os princípios de formação de uma comunidade imaginada de leitura: uma “sociedade dos amigos da pena”. Atentemos para as idealizações da carreira literária postas nos versinhos reveladores das afinidades de *habitus* entre as crianças e os adultos, uns poderiam imitar os outros,

Pétalas

Dizem que sou uma creança

Por ter apenas dez annos;

Que a vida me corre mansa

Cheia de doces enganos



Que sou ainda um menino
E, portanto, inda inocente,
Mas que sou muito ladino
E um gury inteligente.

Neste ponto têm razão
E por isso em poucos dias
Já cavei com alegrão
Centenas de sympathias

Podeis ver, sábios leitores,
Que não sou nenhum pateta! ...
Pois não vivo de louvores,
Faço versos, sou poeta! ...



Bibliografia Consultada

Arroyo, Leonardo. *Literatura Infantil Brasileira*. São Paulo: Editora Melhoramentos, 1988.

Bilac, Olavo e **Neto**, Coelho. *Teatro Infantil*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1905.

Bilac, Olavo. *Obra Reunida*. Organização Alexei Bueno. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1996.

Bourdieu, Pierre. Quelques Propriétés des Champs. In: *Questions de Sociologie*, Paris: Éditions des Minuits, 1984.

Bragança, Aníbal. *A Política Editorial de Francisco Alves e a Profissionalização do Escritor no Brasil*. In: *Leitura, História e História da Leitura*. Organização Márcia Abreu. Campinas, São Paulo: Mercado de Letras – Associação de Leitura no Brasil, São Paulo: Fapesp, 1999.

Bragança, Aníbal. *Eros Pedagógico: a função editor e a função autor*. Tese apresentada à Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2001.

Chartier, Roger. *Livres Blues et Lecture Populaires*. In: *Histoire de L'Édition Française – Le Livre Triomphant – 1660 – 1830*. Paris: Fayard, 1990.

Lajolo, Marisa e **Zilberman**, Regina. *O Preço da Leitura. Leis e Números por Detrás da Letras*. São Paulo: Ática, 2001.

Pimentel, Figueiredo. *Histórias da Avozinha*. Rio de Janeiro: Livraria Quaresma, 1896.

Rosa, Zita de Paula. *O Tico-Tico. O Mito da Formação Sadia*. Tese de Doutorado. São Paulo, 1991.

Fontes Históricas Citadas

Semanário *O Tico-Tico*. Cadernos com os 1905 – 1906. Fundação Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro.

Catálogo da Livraria Quaresma para o ano de 1913. Anúncio da Biblioteca Infantil da Livraria Francisco Alves para o ano de 1906.