

## **“NUNCA TANTOS LERAM TÃO POUCO”: EDITORES DE LIVRO UNIDOS CONTRA A TEMIDA MODERNIDADE EM MEADOS DO SÉCULO XX**

GABRIEL COSTA LABANCA\*

*Nunca houve tanto automóvel circulando, tanto rádio novelizando, tanta eletrola domesticando música, e nunca se vendeu tanta geladeira elétrica, tanta vassoura elétrica, tanta lavadeira elétrica, e tantas outras maravilhas, elétricas ou não, que representam o sonho de todo o mundo e que constam de todo o orçamento pré ou post-nupcial. [...] Enquanto livrarias se fecham e editores mudam de profissão, os cinemas, os auditórios de rádio (a Cr\$ 15,00 por cabeça) e os estádios esportivos vivem repletos e prosperam.*

(ROSENBLATT, 1949:3)

As transformações sociais e econômicas ocorridas a partir de 1930 deram ânimo ao mercado editorial de livros no Brasil. Até então, contava-se nos dedos as editoras e livrarias instaladas nas principais cidades do país, sendo as de maior porte pertencentes a estrangeiros que dominavam o comércio livreiro desde o século anterior. Devido à crescente migração para as cidades e o aumento do número de consumidores alfabetizados, antigos e novos empresários passaram a investir na publicação de livros sobre gêneros diversos. No entanto, a aparente efervescência do universo editorial daqueles dias não passou de rápida miragem. Os ganhos das grandes editoras estabelecidas, principalmente nos centros do Rio de Janeiro e São Paulo, não condiziam com a imponência de suas fachadas e a fama de seus frequentadores. A realidade era outra: o público que realmente consumia livros continuava pequeno e a expansão da concorrência traria apenas prejuízos para todos os negociantes do setor. Além disso, quando as barreiras comerciais erguidas durante a 2ª Guerra Mundial foram demolidas, os impressos estrangeiros com seus baixos preços e qualidade superior voltaram à cena nacional. O resultado foi a falência de grande parte das editoras de pequeno porte, enquanto os estabelecimentos mais consolidados lutavam para se manterem em pé com

---

\* Doutorando do Programa de Pós-Graduação em História Social da UFRJ.

os problemas tradicionais do mercado de livros no país: distribuição, carestia do papel, falta de parque gráfico, dentre outros.

Se já não bastassem tantos obstáculos no caminho dos editores brasileiros, com o fim da guerra, novos hábitos culturais passaram a fazer parte do cotidiano da população, tomando parte do seu tempo e dinheiro antes direcionado à leitura de livros. Novos meios de comunicação, como o rádio, cinema, revistas e histórias em quadrinhos, rapidamente se popularizavam sob a influência de grandes empresas norte-americanas e os editores de livros temiam a ruína de seus negócios. Crise do livro, fim do livro, eram expressões comuns nos debates entre aqueles envolvidos na atividade editorial ante a chegada da chamada modernidade. Apenas a união da classe e a sua adequação aos novos moldes da indústria cultural parecia ser a salvação dos editores de livros. Juntos, os editores poderiam lutar por alguma atenção do Governo, contra a invasão dos impressos estrangeiros e pela modernização da dinâmica comercial do mercado livreiro. Além disso, o medo da modernidade parece ter trazido à tona, tardiamente, o problema de maior gravidade para a atividade editorial no Brasil: o analfabetismo e a falta de hábito de leitura da população.

O expressivo crescimento dos empreendimentos editoriais da década de 1930, por certo, não possuía a grandeza que aparentava. Em 1944, as livrarias e editoras organizadas como sociedades anônimas representavam apenas “1% do capital total em movimento na economia particular brasileira, donde poder-se afirmar que exageramos sua importância”.<sup>1</sup> Em uma série de reportagens sobre a economia brasileira durante a 2ª Guerra Mundial, veiculada no jornal *O Estado de São Paulo* na época, chegou-se a conclusão de que o negócio editorial era ainda um “pequeno negócio, assemelhando-se a sua estrutura econômica à de um pequeno comerciante”.<sup>2</sup> No entanto, mesmo citando os entraves de ordem estatal, os editores são apontados como os principais responsáveis por aquela situação. Por não terem investido na criação de uma vasta clientela, se engajando na luta contra o analfabetismo, não conseguiram transformar sua atividade

---

<sup>1</sup> A economia brasileira durante a guerra VII: casas editoras e livrarias. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 4 ago. 1944.

<sup>2</sup> A economia brasileira durante a guerra VII: casas editoras e livrarias. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 4 ago. 1944.

num negócio de proporções industriais. Desse modo, segundo o jornal, ao invés de tiragens de 100 mil exemplares de “livros de bolso”, mais condizente com a população do país, a produção de uma edição de 5 mil exemplares já constitui “verdadeiro êxito literário” para os editores.

*Os editores já se conformaram com os dados relativos à estrutura social do país, de modo que em seus cálculos reduzem a população nacional de 45.000.000 para 4.000.000 mediante a eliminação de todos os que em circunstância alguma se podem transformar em fregueses: os analfabetos e os atingidos pelo pauperrismo. Essa exclusão inicial reduz o ‘país do futuro’ a um embrião do tamanho da Bulgária: não se conta senão com um décimo da nação, com todas as desvantagens que isso implica, isto é, preços elevados e tiragens pequenas. A atitude dos editores visa evitar todo risco como o encalhe da mercadoria, mas ela prolonga, ou melhor, está de acordo com o estado de coisas existentes.<sup>3</sup>*

A restrita extensão das empresas editoriais no Brasil tornavam-nas ainda dependentes daquelas tradicionais práticas de valoração simbólica de seus produtos. O prestígio adquirido diante de seus pares, portanto, é de suma importância para o êxito comercial das editoras, já que “o gosto cultural e as tendências espirituais constituem a base do negócio, e isso num grau incomparavelmente superior a qualquer outra atividade econômica em nosso país”.<sup>4</sup>

### **A falta do hábito de leitura**

Quando o Brasil entrou numa fase de acelerado desenvolvimento industrial a partir dos anos de 1950, as editoras de livro pareciam já ter percebido o quanto sua atividade estava atrasada em relação à moderna dinâmica mercadológica daqueles tempos. De fato, desde o final da 2ª Guerra Mundial, o mercado nacional de livros vivia um período de recessão. “As editoras passaram a restringir o lançamento de livros; muitas encerraram a atividade. Houve um momento bem crítico mesmo, por volta de 1950”.<sup>5</sup> Conta-se, inclusive, que em 1949 o editor Rogério Pongetti foi procurado por um jovem poeta interessado na publicação de seus versos. Quando soube que o autor, que

---

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> Ibidem.

<sup>5</sup> Não há mais crise do livro? *Jornal de Letras*. Rio de Janeiro, ago. 1953. p. 5.

naturalmente iria arcar com todos os custos da publicação, pretendia tirar 300 exemplares de sua obra, Pongetti perguntou espantado: “Para quê tantos?”<sup>6</sup>

Neste contexto, as tradicionais casas editoras temiam a concorrência dos divertimentos de massa, em especial os novos meios de comunicação, como o rádio, cinema e revistas, que se popularizavam rapidamente desde meados dos anos 1940 e lhes tomavam uma fatia preciosa do limitado público leitor e consumidor. Enquanto em 1948 havia 280 editoras no país, em 1953 esse número caiu para 144, menos que o total de 1936 (HALLEWELL, 2005:494). A queda no número de editoras e a expressiva soma de 187 coleções<sup>7</sup> publicadas nesse mesmo período parecem evidenciar as transformações pelas quais passava o mercado editorial do país. Tentando evitar a decadência de seus negócios, os editores buscavam atender novos públicos através de séries específicas e suprir o baixo poder aquisitivo da população com vendas no crediário.<sup>8</sup> O livro e um tipo de leitura tradicional pareciam estar em plena decadência, levando os editores a investirem cada vez mais em coleções de apelo popular ao estilo norteamericano, que a cada dia conquistava mais adeptos.

Aparentemente só naquele momento os editores, agora devidamente organizados em associações<sup>9</sup>, começariam a esboçar alguma preocupação com o panorama da leitura de

---

<sup>6</sup> Crise. Porta de Livraria. *Jornal de Letras*. Rio de Janeiro, ano 1, n. 3, set. 1953. p. 5.

<sup>7</sup> Listagem feita pelo *Boletim Bibliográfico Brasileiro* sobre as coleções de livros publicadas no Brasil entre novembro de 1952 e abril de 1955.

<sup>8</sup> “Porque está a entrar pelos olhos da cara de todos quantos se dedicam a estudar o problema do livro, em nosso país, que é esta a melhor solução para a crise. Em virtude de várias circunstâncias, preponderantemente econômicas, vai escasseando cada vez mais a freguesia das livrarias. Com a vida pela hora da morte, passa a mercadoria literária a ocupar um lugar de secundária importância entre exigências de cada um, quase se colocando na categoria das coisas de luxo. [...] Então, o jeito é o crediário, que se tornou uma das manias do brasileiro: é facilitador ao leitor pobre ou remediado a aquisição de livros naquele mesmo sistema com que hoje se veste ou se calça; é dar-lhe coleções inteiras de romances, biografias e livros de estudos mediante pagamento parcelado. Para as editoras de produção em larga escala, que lutam, além do mais, com o problema dos grandes estoques, o sistema evidentemente oferece melhores vantagens ainda. Isso lhes possibilita o escoamento do encalhe. Pelo que se vê, a literatura brasileira vai entrar definitivamente na era da tabela Price” (CAVALCANTI, 1953:1).

<sup>9</sup> Em 18 de novembro de 1940, foi fundada no Rio de Janeiro a *Associação Profissional das Empresas Editoras de Livros e Publicações Culturais*, nome modificado no ano seguinte para *Sindicato Nacional das Empresas Editoras de Livros e Publicações Culturais* – atual *Sindicato Nacional dos Editores de Livros* (SNEL). Já em São Paulo, apenas em setembro de 1946 se concretizou oficialmente a fundação da Câmara Brasileira do Livro (CBL). Juntas, ambas as entidades congregavam as principais editoras do Brasil e sob o comando dos grandes editores da época, como

livros no Brasil. O baixo nível de leitura da população não costumava figurar no conjunto de reivindicações dos editores durante a primeira metade do século XX, quando o livro imperava como principal veículo de consumo cultural das classes leitoras. Pareciam mais preocupados em obter subsídios governamentais e sanar primeiro os problemas de infraestrutura daquele mercado. São raras, inclusive, as discussões sobre a escassez de leitores do país travadas no próprio campo cultural. Uma exceção foi a conferência do acadêmico Levi Carneiro, realizada no *Instituto de Estudos Brasileiros*, em 1938, seguida de um debate no qual participaram Afrânio Peixoto, Lourenço Filho e Ribas Carneiro, além dos livreiros José Atiço Leite (*Livraria J. Leite*) e Paulo Azevedo (*Azevedo & Cia.*). Em sua palestra, Levi Carneiro decreta não estarmos mais na “idade do livro”, já que “para satisfazer às suas obrigações intelectuais, o homem contemporâneo julga que lhe basta o cinema e o rádio e, no máximo, um jornal – um jornal que não tenha coisas muito pesadas” (CARNEIRO, 2009). O palestrante observa que o livro está em franca “decadência”, numa época em que tanto a política quanto a paixão pelo futebol conspiram contra a leitura e relembra:

*Sou do tempo do bonde em que se lia. Hoje, ninguém lê no bonde, no ônibus e no automóvel. Lembro-me de que a meu pai, o presente que lhe fazíamos, no dia de aniversário, eu e meu irmão, era um livro. O presente que meu irmão sempre me fazia, no dia de meus anos, era um livro. O presente que fazia eu a meu irmão, cada dia de seus anos, era um livro. Hoje, isso desapareceu completamente. A bola de football ainda haverá quem aceite: mas um livro, não! (CARNEIRO, 2009).*

Havia, de fato, certa carga nostálgica no discurso de Levi Carneiro sobre um passado recente, quando ainda não existiam muitas atrações de massa, como o rádio e os jogos de futebol, para disputar a atenção do público com os livros. Mas Carneiro levantou uma questão importante que talvez só tenha sido percebida com o crescimento das cidades do centro-sul acentuada a partir da década de 1930: a falta do hábito de leitura. Embora no período daquele debate as editoras lançassem livros a todo vapor e novas livrarias surgissem nas grandes cidades, Levi Carneiro não conseguia enxergar nas ruas os leitores de todos esses livros. E isso porque, constatou Afrânio Peixoto logo em

---

José Olympio e Jorge Saraiva, pretendiam representar os interesses da classe frente as autoridades governamentais.

seguida, os leitores estavam realmente em minoria. De uma população de 47 milhões de pessoas,

*75% dos brasileiros não sabem ler nem escrever e, dos outros 25, 20 não têm nenhum hábito de leitura nenhuma, nem de jornais, nem de coisa alguma, mesmo na capital, no Rio de Janeiro. Lêem os mostruários das vitrines, consultam os números da aritmética do Fasanelo, lêem, às vezes, os jornais exibidos nas portas das redações respectivas e... dão-se por satisfeitos (CARNEIRO, 2009).*

Acertadamente, Levi Carneiro atribuiu a culpa por esse cenário, dentre outras coisas, à quase completa falta de bibliotecas públicas no país. O livro, portanto, não estava acessível ao povo brasileiro, já que existiam apenas 62 bibliotecas municipais para 1.478 municípios e apenas duas bibliotecas federais em todo o país, ambas no Rio de Janeiro. Lia-se pouco realmente, pelo menos no que se referia às formas mais tradicionais de leitura. Indignado, Peixoto descreve a situação como “vexatória, terrível: um povo de 47 milhões de habitantes, que não é capaz de consumir uma edição de 10.000 exemplares!” (CARNEIRO, 2009). Em artigo de 1940, o escritor Jorge Amado fez coro ao lamento de Peixoto e Carneiro sobre o “pequeníssimo” público leitor do país onde “uma grande edição brasileira é de 5 mil exemplares”.<sup>10</sup>

Não por acaso, portanto, grande parte das editoras nascidas no próspero período da 2ª Guerra Mundial sucumbiu logo nos primeiros anos da década de 1950. Enquanto na população do Rio de Janeiro houve um crescimento de 740 mil indivíduos entre 1940 e 1950, as vendas de livros só decaíam.<sup>11</sup> Segundo o editor José Olympio, em 1927 a *Cia. Editora Nacional* conseguia esgotar 20 mil exemplares de uma primeira edição. Já no início de 1950, não havia um editor sequer que tirasse a primeira edição de um livro com mais de 3 mil exemplares.<sup>12</sup> Todos esses dados nos trazem a certeza de que temos, nesse início da segunda metade do século XX, um cenário pouco favorável aos editores de livros.

---

<sup>10</sup> Jorge Amado, no entanto, destacou apenas o problema econômico do livro. Para o autor, o público real de leitores de livros seria de 50 mil pessoas, que acabavam fazendo suas leituras com obras emprestadas, dado o preço elevado das edições (AMADO, 1940:45).

<sup>11</sup> O problema do livro no Brasil - Porque ainda se lê pouco no país. *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 5ª seção, 16 nov. 1952. p. 1.

<sup>12</sup> O problema do livro no Brasil – Sobre o livro didático. *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 4ª seção, 7 dez. 1952. p. 1.

## A culpa é da modernidade

Em tom de alarde também escrevia, em 1949, Maurício Rosenblatt, representante da editora *Globo* no Rio de Janeiro: “Nunca tantos leram tão pouco”. No artigo veiculado no *Jornal de Letras*, Rosenblatt visava desvincular a “crise do livro” do aumento dos preços das edições daquela época, já que o editor não poderia ser inimigo do próprio negócio, caindo na mesma conclusão a que havia chegado Levi Carneiro.

*A verdade, a melancólica verdade para aqueles que amamos o livro, ou para os que dele pretendem viver, é que se lê cada vez menos. Dia a dia maiores contingentes de criaturas alfabetizadas são afastadas do livro pelas atuais condições de vida e por múltiplos sucedâneos criados pelo progresso técnico, e que a propaganda moderna torna indispensáveis (ROSENBLATT, 1949:3).*

O grande culpado havia sido encontrado: a modernidade, a “pressa em viver” e a “tudo provar em experiências diretas” daquela época. Era ela a responsável pela radical mudança de hábitos das pessoas, com o consumo de novos meios de comunicação e uma infinidade de produtos anunciados por eles. Até mesma as mulheres, público leitor fiel, não tinha mais o livro como sua “janela para o mundo”, já que havia se libertado dos “preconceitos que a prendiam ao rígido círculo familiar” e participavam de toda a vida social, inclusive na disputa por lugares no mercado de trabalho. Já o homem, que mal tinha tempo para folhear as revistas e jornais que comprava diariamente, preferia ter “sua dose de romance, de aventura ou de heroísmo, na tela de um cinema, num estádio de futebol, numa arquibancada, numa excursão de automóvel, ou numa viagem de turismo paga em prestações” (ROSENBLATT, 1949:3).

*O velho serão familiar, para cujo encontro o livro era indispensável, foi substituído pela sessão de cinema com ar mais ou menos condicionado. A biblioteca doméstica pelo rádio. O domingo caseiro, pela excursão, pelo esporte, pelo week-end, revistas de serem vistas – não lidas – substituem, nas mãos das crianças, os volumes dos irmãos Grimm, de Júlio Verne, de Sabatini, de Dumas (ROSENBLATT, 1949:3).*

Essa constatação não significava que Rosenblatt havia se conformado com o rumo dos novos tempos. Afinal, o fato de que as transformações ocorridas na sociedade brasileira estavam levando os leitores a substituírem o livro por “meios de expressão mais imediatistas e diretos”, apenas confirmava para ele a urgente necessidade de subsídios

governamentais que salvassem o setor livreiro de sua extinção. Uma campanha de incentivo ao hábito de leitura e pela valorização do livro eram algumas das atitudes pelas quais clamava o editor.

As perspectivas futuras dos editores remanescentes no duro período pós-guerra, portanto, não pareciam ser muito favoráveis. Ainda mais com a concorrência dos outros meios de comunicação, que além de serem novidades com apelos visuais e sonoros, vinham fortalecidos com o patrocínio de grandes empresas e, no caso das revistas e jornais, com o subsídio para a compra de papel importado.<sup>13</sup>

O jornal *Diário de Notícias*, através do que chamou de “campanha pelo barateamento do livro nacional”, nos apresenta um bom apanhado, se não da situação real, pelo menos da apreensão sentida pelos editores naquela metade do século XX:

*Ouvem-se muito e a todo momento, frases assim: “Cada vez se lê menos no Brasil”; “Cinema, rádio, teatro e revistas ilustradas estão matando o livro”. “Perto de 100 editoras fecharam suas portas no ano de 1951” por falta de mercado. Autores, editores e livreiros têm promovido debates públicos e o problema se mantém de forma idêntica, surdo o governo às necessidades culturais do país.*<sup>14</sup>

De fato, a palestra de Levi Carneiro havia adiantado uma situação que se consolidaria nos anos 50: a perda de espaço do livro na sociedade brasileira. Uma enquete feita pelo mesmo *Diário de Notícias*, em 1952, surpreendeu seus organizadores ao constatar que, entre 10 entrevistados nas ruas e cafés do Rio de Janeiro, apenas dois tinham comprado um livro naquele mês de novembro. Os participantes alegaram não ler por diversos motivos, inclusive por falta de tempo. Uma declaração, no entanto, chama-nos a atenção, pois parece revelar o quão distantes estavam o livro e a leitura do cidadão comum. Interrogado sobre o que gostava de ler, um transeunte respondeu ironicamente: “Quem sou eu, primo?”<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> LEI ORDINÁRIA Nº 1386, DE 18 DE JUNHO DE 1951. Regula a Importação de Papel e Outras Materias de Consumo da Imprensa.

<sup>14</sup> O problema do livro no Brasil - Porque ainda se lê pouco no país. *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 5ª seção, 16 nov. 1952. p. 1.

<sup>15</sup> *Ibidem*.



Se o público leitor de livros era pequeno, passou a ser ainda menor quando o seu tempo e dinheiro começaram a ser divididos com revistas, filmes, programas de rádio, esportes e outros espetáculos de massa. E os obstáculos econômicos do ramo livreiro, se já eram grandes em época de bonança, ficaram ainda maiores. “Crise do livro” era resposta renitente sempre que se discutia o mercado editorial no Brasil. Nesse contexto, as nobres casas editoras, por muito tempo espaços consagrados de encontros intelectuais nos quais protocolos simbólicos prevaleciam sobre as leis do comércio, tiveram que rever seus procedimentos, buscando um posicionamento mais próximo à lógica moderna do mercado de bens culturais.

### **A luta contra os *Pocket Books* e as Histórias em Quadrinhos**

No entanto, embora buscassem de um lado se adequar às novas leis do mercado, por outro lado os editores de livros combateram como puderam a entrada de novos concorrentes que pudessem lhe arrancar qualquer fatia de lucro. Com isso, certamente, também contribuíram para a estagnação do próprio hábito de leitura entre os brasileiros. Dois episódios são reveladores a esse respeito.

Em meados de 1944, a editora *The Pocket Books Inc.* anunciou sua pretensão de vender no Brasil livros de bolso em português, mas impressos nos Estados Unidos. Bastou a notícia se espalhar pelo universo livreiro brasileiro para causar uma comoção sem precedentes em uma categoria que havia se organizado há pouco tempo. Reunidos em torno da *Associação Comercial de São Paulo* e do *Sindicato Nacional das Empresas de Livros e Publicações* (SNEL), no Rio de Janeiro, editores e livreiros discutiam a concorrência ameaçadora da firma americana que, segundo o editor Décio de Abreu, poderia representar “a morte da indústria do livro nacional”.<sup>16</sup> Em pouco tempo, uma discussão acirrada sobre a difusão dos *Pocket Books* no país e suas consequências para a indústria e a cultura nacional tomou conta dos principais jornais do Rio e de São Paulo, com artigos favoráveis e contrários às intenções da editora norteamericana. Os editores brasileiros faziam questão de destacar que não estavam contra o livro barato e, para isso, expunham todo o trabalho que haviam empreendido durante anos em favor da

---

<sup>16</sup> Contra o “livro de bolso” os editores brasileiros. *Diário Carioca*. Rio de Janeiro, 25 ago. 1944. p. 3.

popularização do livro no país. Nesse sentido, o editor e presidente do SNEL, Temístocles Marcondes Ferreira, acentuava que

*as indústrias do livro no Brasil não se insurgiam contra as iniciativas que visavam o barateamento das obras destinadas ao nosso povo. Ao contrário. Há muito vinham procurando, por todos os meios possíveis, atingir esse elevado objetivo. Jamais tinham cogitado de trusts visando o encarecimento de seus artigos. O encarecimento do livro dera-se em virtude da situação anormal da guerra, situação que encarecera a vida em todos os seus setores.<sup>17</sup>*

Das reuniões organizadas entre os editores surgiram cartas abertas, direcionadas ao Coordenador de Assuntos Interamericanos e ao Presidente Getúlio Vargas. Estampadas em diversos jornais, as correspondências tinham o propósito de sensibilizar as autoridades para que tomassem providências contra as intenções da *Pocket Books* que, segundo Marcondes, eram “contrárias ao espírito amistoso que unem, neste momento, os países americanos”<sup>18</sup>.

Nesses comunicados, os editores esclareciam que também não lutavam contra a cultura norte-americana que, inclusive, gozava de ampla divulgação através das obras traduzidas pelas editoras nacionais. A preocupação dos empresários brasileiros era a impossibilidade de competir com os livros de bolso estrangeiros, já que com “antiquado maquinismo gráfico e com o papel nacional, de alto preço e baixa qualidade, grandemente protegido”<sup>19</sup>, era impossível imprimir amplas tiragens a preços reduzidos no Brasil. A representação enviada pelo SNEL ao Presidente Getúlio Vargas sintetizava as pretensões dos editores nacionais:

*Ao apresentar estas considerações a v. excia. longe está o Sindicato representante, de disputar para seus atuais associados o privilégio da fabricação do livro ou a elevação do seu preço, entravando a cultura do país. Ao contrário, nem aponta qualquer inconveniente em facilitar-se a entrada dos livros editados em idioma estrangeiro com isenção de direitos. O que clamam os editores nacionais é contra a possibilidade de entrada do livro estrangeiro impresso em português, com facilidades, em detrimento da*

---

17 Ibidem.

18 A favor do livro barato mas impossibilitados de produzi-lo. *Diário Carioca*. Rio de Janeiro, 8 set. 1944. p. 3.

19 Representação da SNEL ao presidente Getúlio Vargas. O caso do livro de bolso continua preocupando os editores. *Diário Carioca*. Rio de Janeiro. 17 set. 1944. p. 3.

*indústria nacional, sem que esta esteja aparelhada para enfrentar a concorrência.*<sup>20</sup>

Buscando a adesão de outros grupos à sua causa, os protestos das editoras nacionais ressaltavam que a circulação de brochuras estrangeiras no país ameaçava “todos aqueles que têm seus interesses ligados à produção do livro brasileiro: editôres, livreiros, industriais gráficos, desenhistas, autores, etc.”<sup>21</sup> O alerta foi dado e a maioria das empresas gráficas, assim como a *Associação Brasileira de Escritores* (ABE), deram seu apoio explícito à campanha promovida pelos editores nacionais. Além disso, para conquistar o apoio da limitada opinião pública da época, procurava-se sempre sublinhar que aquela questão não envolvia apenas a “defesa de interesses comerciais, mas deita raízes em interesses mais profundos e amplos de ordem puramente cultural”.<sup>22</sup> Isso se devia ao tipo de obras que a editora norte-americana pretendia lançar no Brasil, nenhuma delas pertencentes ao panteão de obras consagradas pela crítica literária. Se Valdemar Cavalcanti considerava que os títulos propostos pela *Pocket Books* nada mais seriam que um “ersatz de cultura”<sup>23</sup>, Araújo Nabuco também não via qualquer propósito cultural no envio daquilo que chamou de “coca-cola literária”.<sup>24</sup> Ou seja, gêneros menosprezados pela elite cultural do país, tais como livros de autoajuda e novelas policiais que, para Cavalcanti, não traduziriam um “contato fecundo de culturas, por meio do qual elas se enriquecessem mutuamente dentro de um equilibrado sistema de intercâmbio de valores” (CAVALCANTI, 1944).

Em outro episódio, o alvo foram as histórias em quadrinhos e revistas de variedades que já circulavam no país desde a década de 1930. Esses novos gêneros, verdadeiro sucesso de público naquele momento, eram certamente os meios que mais diretamente prejudicavam os editores, pois roubavam um tempo precioso de leitura que poderia estar

---

20 Ibidem.

21 Memorial enviado pelos editores, livreiros e tipógrafos ao coordenador de assuntos interamericanos. *Folha da Manhã*. São Paulo, 19 ago. 1944. p. 13.

22 Memorial enviado pelos editores, livreiros e tipógrafos ao coordenador de assuntos interamericanos. *Folha da Manhã*. São Paulo, 19 ago. 1944. p. 13.

23 Ibidem.

24 Segundo Nabuco, dentre os dez primeiros livros anunciados pela *Pocket Books*, quatro são novelas policiais. Outro livro é o *best seller* “Como fazer amigos e influenciar pessoas”, de Dale Carnegie, que “não passa de um manual para vendedores de geladeira e corretores de seguros” (NABUCO, 1944:5).

sendo dedicado aos livros. “Nunca se consumiu tanta revista em quadrinhos no Brasil quanto naquela virada da metade do século” (GONÇALO JUNIOR, 2004:161). Mesmo com a concorrência das novas tecnologias, como o cinema e o rádio, as grandes editoras de revistas policiais e de quadrinhos não tiravam menos que 100 mil exemplares por edição (GONÇALO JUNIOR, 2004:161). Para piorar a situação, como exposto acima, as revistas, muitas vezes pertencentes a uma empresa jornalística, tinham isenção fiscal na importação de papel e no serviço postal, além de possuírem verbas publicitárias e a circulação facilitada pela venda em bancas de jornal. Era uma competição, sem dúvida, desleal.

Os editores de livros, obviamente, não estavam satisfeitos com a concorrência das histórias em quadrinhos e outras revistas de entretenimento que desfrutavam das regalias governamentais. Assim, se por um lado requeriam ao Estado as mesmas isenções fiscais que tinham jornais e revistas, por outro tomavam parte no movimento de combate às histórias consideradas imorais, de crimes e terror. Tanto no segundo quanto no terceiro *Congresso de Editores e Livreiros* foi aprovada uma única tese de cunho cultural, dentre diversas outras preocupadas apenas com questões práticas do mercado livreiro: o problema das histórias em quadrinhos. A importância da tese 38, aprovada no 2º congresso, em 1954, foi tamanha que ganhou destaque nas páginas da principal revista dos editores, *Boletim Bibliográfico Brasileiro*: “aborda o problema das ‘histórias em quadrinhos’, com todos os pretensos heróis do tipo ‘Super-Homem’ e mais figuras de terror e de sensualismo, cuja importação, criminosa, tantos malefícios vêm causando às crianças e aos jovens do Brasil”.<sup>25</sup> Tese similar se fez presente no terceiro encontro, em 1956, sob o número 30: “As Histórias em Quadrinhos”. Após sua discussão e aprovação, foi decidido por aquele grupo de editores e livreiros que:

*CONSIDERANDO: que as publicações de “histórias em quadrinhos”, quando a serviço de ideologias forasteiras, veiculam hábitos e costumes em desacordo com o estilo de vida brasileiro, ou, ainda, excitam a imaginação juvenil para a violência e mesmo para o crime; que as aludidas publicações gozam dos amplos favores concedidos à imprensa, tais como a obtenção de papel através de câmbio privilegiado, facilidade na importação de matrizes das histórias que aqui são (mal) traduzidas, distribuição pelos Correios e por taxa mais baixa do que a cobrada para o livro, O III Congresso de*

---

<sup>25</sup> II Congresso de Editores e Livreiros do Brasil. *Boletim Bibliográfico Brasileiro*. Rio de Janeiro: A Estante, n. 5, v. 2, set/out. 1954.

*Editores e Livreiros do Brasil RECOMENDA: que se oficie ao Ministério da Educação e Cultura solicitando que o assunto seja amplamente estudado por uma Comissão integrada por educadores, escritores e editores.*<sup>26</sup>

Em poucas linhas, editores e livreiros resumiam todo o seu ressentimento com o governo e o incômodo sentido pelo estável sucesso dos gibis. Sentimento antigo, que pode ser visto já nos primeiros anos de 1950, numa entrevista concedida por Ênio Silveira ao *Diário de Notícias*. Nas páginas do periódico, ao reclamar da falta de critérios das autoridades quanto à importação de papel para a impressão de livros, Silveira não deixa de alfinetar os editores de revistas em quadrinhos, destacando os malefícios daquelas publicações à cultura brasileira.

*A constituição nos garante a importação do papel estrangeiro, mas a CEXIM declara não possuir divisas e então o que faz? Para não ferir a constituição, suspende as importações. No entanto, essa suspensão é só para os livros, porque todos os dias estão aparecendo novas revistas de quadrinhos, que são, foram e serão condenadas pelos educadores, professores e pais conscientes. Agora mesmo, continua dizendo Ênio Silveira, acabo de saber que vai aparecer uma editora intitulada “Mão Negra”. As cartilhas escolares do Brasil serão substituídas por cartilhas de crimes.  
– Será uma editora de romances policiais?  
– Não. Uma editora exclusivamente de histórias em quadrinhos.*<sup>27</sup>

Portanto, para garantir a permanência de seus negócios e até a existência do ramo em que atuavam, os editores de livros por vezes assumiram posições até mesmo contrárias ao hábito que deveriam estimular: a leitura.

### **Considerações finais**

Se o medo da modernidade, com seus novos, vibrantes e baratos meios de comunicação e espetáculos, impulsionou a formação de uma classe editorial mais alinhada ao mercado, também serviu para que fosse incluída no debate a questão sobre o baixo índice de leitura no Brasil. Embora seja claro o desprezo de editores e intelectuais pelos novos gêneros de leitura surgidos, como as histórias em quadrinhos, os editores de livros parecem constatar a necessidade de políticas públicas que incentivassem o hábito

---

<sup>26</sup> Terceiro Congresso de Editores e Livreiros do Brasil. Rio de Janeiro: MEC, 1956. p. 182.

<sup>27</sup> O problema do livro no Brasil – Sobre o livro didático. *Diário de Notícias*. Rio de Janeiro, 4ª seção, 7 dez. 1952. p. 1.

de ler na população. A hierarquização cultural entre um e outro tipo de obra, usada por vezes como bandeira de luta em favor da moralização do público e, principalmente, de seus negócios, não impediu que outro obstáculo fosse apontado. Se a própria classe média, que possuía condições financeiras e intelectuais para o consumo de livros, optava pela leitura de revistas de variedades ou ingressos de jogos de futebol, a questão era de fato mais cultural do que sócio-econômica. Assim, embora não fosse possível deter o fenômeno da modernidade, parece bastante claro que as novas e antigas mídias poderiam conviver pacificamente se o país não tivesse tido um investimento tão medíocre na popularização da leitura, tanto por parte do Estado quanto dos próprios editores de livros.

## **Bibliografia**

ANDRADE, Olímpio de Souza. O livro brasileiro desde 1920. São Paulo: Cátedra, 1978.

BROCA, Brito. O repórter impenitente. Campinas: Ed. da Unicamp, 1994.

CARNEIRO, Levi. O problema do livro nacional. Estudos Brasileiros. n. 1. jul-ago. 1938. Disponível em: <[www.ebooksbrasil.org](http://www.ebooksbrasil.org)>. Acesso em: 20 jun. 2009.

CAVALCANTI, Valdemar. A invasão dos livros de bolso. *Folha da Manhã*. São Paulo, 20 ago. 1944.

CAVALCANTI, Valdemar. Livros a prestação. *O Jornal*. Jornal Literário. Rio de Janeiro, n. 10134, 24 mai. 1953.

FERREIRA, Jerusa Pires (Org.). Ênio Silveira. Coleção Editando o Editor. São Paulo: Com Arte; Edusp, 1992.

FIORENTINO, Teresinha del. Prosa de Ficção em São Paulo: Produção e Consumo. São Paulo: Hucitec, 1982.

GONÇALO JÚNIOR. A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-64. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

HALLEWELL, Laurence. O livro no Brasil. São Paulo: Edusp, 2005.

KOSHIYAMA, Alice Mitika. Monteiro Lobato: intelectual, empresário, editor. São Paulo: Edusp, 2006.

LABANCA, Gabriel Costa. Dos anos dourados às Edições de Ouro: a Tecnoprint e o livro de bolso no Brasil (1930-1970). Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PPGH/Uerj, 2009.

LOBATO, M. A barca de Gleyre, v. 2, p. 239. apud FIORENTINO, 1982.

MARIZ, A. S; LIMA, G. C. Design editorial, conceitos e processos: editora Civilização Brasileira (1959-1970). In: Simpósio Nacional de História e multidisciplinaridade: territórios e deslocamentos: anais do XXIV Simpósio de Nacional História; Associação Nacional de História – ANPUH São Leopoldo: Unisinos, 2007.

MICELI, Sérgio. Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920-1945). São Paulo: Difel, 1979.

MORAES, Pedro Rodolfo Bodê de. Fidalgos do café e livros do Brasil: Monteiro Lobato e a criação das editoras nacionais. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: PPGAS/MN/UFRJ, 1995.

NABUCO, Araújo. Livros baratíssimo... . O Estado de São Paulo. São Paulo. 22 ago. 1944.

PONTES, Heloísa. Retratos do Brasil: editoras, editores e coleções Brasileira nas décadas de 30, 40 e 50. In: Sérgio Miceli (Org.). História das Ciências Sociais no Brasil. São Paulo: Vértice/Revista dos Tribunais, 1989.

QUEIROZ, Raquel. Falando francamente sobre livros. *Diário de Notícias*. Suplemento Literário. Rio de Janeiro, 16 nov. 1952.

ROSENBLATT, Maurício. Nunca tantos leram tão pouco. *Jornal de Letras*. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1949.

SILVEIRA, Ênio. Mais um passo à frente. *Boletim Bibliográfico Brasileiro*. Rio de Janeiro, n. 4, v. 1, jul-ago. 1953.

SORÁ, Gustavo. Brasilianas: a Casa José Olympio e a instituição do livro nacional. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: UFRJ/PPGAS/Museu Nacional, 1998.