

UM IMPRESSO SE POPULARIZA: A FORMAÇÃO DE UM PÚBLICO LEITOR (1900-1950)

Ana Maria de Oliveira Galvão (UFPE)

Há uma tendência crescente, nos estudos de história da leitura, diante da impossibilidade de captar as leituras “in loco” e os leitores de “carne e osso” (que na maior parte das vezes já não vivem ou deixaram poucos depoimentos de suas experiências¹) ou mesmo diante das limitações que apresentam procedimentos como a “história” oral ou os testemunhos escritos autobiográficos, a buscar, nos próprios textos e na materialidade do impresso, marcas indicativas que permitam a reconstrução do leitor pensado pelo autor e/ou editor no momento da produção do objeto de leitura.

Neste texto², busco levantar indícios, através da análise da *materialidade* de um gênero específico de impresso - os folhetos de cordel -, de quem era o público leitor visado pelos autores/editores desse tipo de produção, durante as primeiras décadas do século XX, em Pernambuco. Objetivo, assim, descrever o impresso-folheto e, a partir dessa descrição, identificar tendências, transformações e permanências observadas em sua materialidade no decorrer do tempo, a fim de levantar hipóteses acerca de seu público leitor/ouvinte, naquele momento. Analisei um universo de 109 folhetos, publicados entre 1904 e 1957³. Foram considerados dados importantes na análise: título; autor; editor; data e local de publicação; local de venda; preço; número de páginas; número de poemas por folheto; número de estrofes do(s) poema(s); disposição das estrofes na página; presença ou ausência de outras páginas, no folheto, sem poemas; gênero do(s) poema(s); tamanho (medida) do folheto; características gerais da capa, da contra-capas e da quarta-capas; disposição gráfica da primeira página; presença ou ausência de referências a direitos autorais; tipos gráficos utilizados; presença ou ausência, no interior do texto, de certos caracteres gráficos, como

¹ As dificuldades de captar o leitor e a própria atividade de leitura têm sido apontadas por diversos historiadores culturais. Robert Darnton (1990), por exemplo, aponta três dessas dificuldades: os documentos mostram o resultado da leitura mas não o processo de construção das significações; os documentos são textos, que exigem interpretação – realiza-se, portanto, a interpretação da interpretação do outro; os documentos são poucos, raros.

² Este estudo faz parte de um trabalho mais amplo que, na tarefa de reconstruir o público leitor/ouvinte de literatura de cordel nas décadas de 30 e 40 em Pernambuco, utilizou também outros tipos de fontes, como entrevistas, romances, memórias, registros censitários e outros documentos.

vinhetas e clichês; denominações dadas, pelo editor ou autor, ao próprio folheto; disposição das maiúsculas e minúsculas no início de cada verso do(s) poema(s). Neste texto, destaco algumas dessas análises realizadas.

Baseio-me, assim, para fazer este estudo, em pressupostos comuns a trabalhos realizados no âmbito da história cultural⁴. Esses estudos compartilham da idéia de que é necessário estudar os textos e os impressos que lhes servem de suporte, isto é,

“...os agentes embutidos no livro enquanto produto final destinado ao leitor(...) Contra a representação elaborada pela própria literatura, do texto ideal, abstrato, estável porque desligado de qualquer materialidade, é necessário recordar vigorosamente que não existe nenhum texto fora do suporte que o dá ler, e que não há compreensão de um escrito, qualquer que ele seja, que não dependa das formas através das quais ele chega ao leitor.” (Roger Chartier, s.d., p.126-127).

O mesmo texto, nessa concepção, não é o “mesmo” se mudam os dispositivos de sua inscrição ou de sua comunicação⁵. Esses dispositivos permitem e limitam, ao mesmo tempo, a produção de sentidos.

Inicialmente, os locais onde eram vendidos os folhetos constituem um interessante indício da destinação, do ponto de vista do público, desse tipo de impresso. Na maioria dos impressos, há indicação do local de venda nas capas, contra-capas e quartas-capas. No período de 1900 a 1920, dos 25 folhetos analisados, a maior parcela (9) indica que eles podiam ser comprados na casa ou no depósito de folhetos do próprio autor. Em outros casos, o endereço do autor é mantido como local de venda, ao lado de agentes revendedores. Em seis folhetos, não há indicação do local de venda e, em outros cordéis, livrarias são indicadas como espaços de comercialização. Como se pode observar, nesse momento, as redes de distribuição ainda não estavam completamente montadas: os folhetos eram vendidos, grosso modo, pelo próprio autor ou em um circuito já estabelecido de venda de impressos, não específico para esse gênero. Embora, em alguns casos, sua circulação extrapolasse o âmbito restrito das cidades onde eram impressos, os folhetos, em sua

³ Muitos folhetos (mais de 40% do total) não trazem data de publicação. No entanto, na grande parte dos casos, suas características externas permitem, senão uma localização precisa das datas em que foram editados, uma aproximação a elas.

⁴ Ver, entre outros, Roger Chartier (1982, 1998 e s.d.), Roger Chartier (org.) (1987) e Jean Hébrard (1983 e 1996). Para uma abordagem do ponto de vista da sociologia dos textos, ver Don F. Mckenzie (1986), autor que tem baseado, em grande medida, os estudos da história cultural. Baseei-me também, para a elaboração deste texto, em Emanuel Araújo (1986), Philip Gaskell (1972) e Úrsula Katzenstein (1986).

⁵ Roger Chartier, 1998, p.270.

maioria, eram vendidos em locais circunstanciados, localizados, alguns estreitamente identificados com o universo da cultura *letrada*, como as livrarias; pareciam não ser, ainda, impressos de “larga circulação”⁶.

Já nas duas décadas seguintes, aproximadamente, pode-se observar uma mudança significativa nos locais de venda anunciados nos folhetos. Naqueles datados de 1920 a 1929, continua a tendência verificada no período anterior, ao lado do que parece significar uma hesitação, típica dos momentos de consolidação de um gênero. A livraria, a casa do autor e os correios aparecem, cada um, em um dos doze folhetos. Mas 75% dos folhetos analisados dessa época não trazem indicação do local de venda. As estratégias de distribuição parecem estar ainda pouco definidas. Se agrupo os outros dois conjuntos de folhetos, publicados entre meados da década de 20 e na década de 30, outras tendências, que se consolidarão no período posterior, já podem ser visualizadas. A livraria desaparece como local de venda e a residência do autor mantém-se indicada em apenas um folheto. Nesse momento, aparecem como principal local de comercialização de folhetos os mercados públicos, indicados em 71% dos folhetos da amostra. Os agentes em outros Estados continuam a desempenhar um papel importante na rede de distribuição: no entanto, também eles, de maneira diferente do que ocorria no período anterior, localizavam-se nos mercados públicos de outras cidades. O correio passa a ocupar um lugar importante nas estratégias de distribuição dos impressos: é indicado como um instrumento de venda em 61,3% dos folhetos da amostra. Em conseqüência da crescente venda e “popularização” da literatura de folhetos, os seus autores e/ou editores passaram a destinar um imóvel, denominado “depósito”, para comercializar especificamente sua produção: quase um terço dos livretos o indicam como local de venda, ao lado de outras estratégias. Em apenas 16,1% dos casos, não há indicação do local de venda, o que parece demonstrar a superação da hesitação a que me referi acima. O folheto se torna, no período, um impresso de “larga circulação”.

Nas duas últimas décadas escolhidas para este estudo, as grandes tendências observadas no período anterior se mantêm, embora com algumas diferenciações. Os locais de venda permanecem, grosso modo, os mesmos. O principal local de venda indicado nos

⁶ Essa expressão tem sido utilizada em vários estudos realizados no âmbito da História Cultural, em lugar da expressão “popular”. Ver, entre outros, Roger Chartier (org), 1996.

folhetos nesse momento é o “depósito” e a tipografia especializada em sua impressão, que aparecem em 44,4% dos livretos. Os mercados públicos, onde se localizam grande parte dos agentes revendedores, continuam a desempenhar um papel significativo nas estratégias de circulação dos impressos: foram referidos em 27,8% dos folhetos da amostra. Os agentes revendedores não localizados nos mercados públicos, mas em endereços residenciais, em fiteiros, em redações de jornal e até em perfumarias são indicados em um quarto dos folhetos. O correio aparece a seguir, em 6 dos 36 livretos analisados. Um dado merece ser destacado: a metade dos folhetos não traz a indicação do local de venda. Parece que, no período, a diversificação observada na quantidade de autores leva a que poetas à margem do circuito de distribuição utilizado pelas grandes editoras especializadas na produção de folhetos, escrevam, publiquem e vendam, eles mesmos, principalmente nas feiras, os seus poemas.

A análise parece indicar que, aos poucos, os folhetos deixaram de ser vendidos na casa do autor ou na livraria, como parecia mais comum no início de sua história, e passaram a ser vendidos, prioritariamente, por agentes revendedores de cidades diferentes, e em mercados públicos de diversas capitais que pareciam funcionar, também, como grandes centros de distribuição. Assim, das médias e grandes cidades, onde eram produzidos, os folhetos pareciam ser distribuídos para as pequenas comunidades, onde eram vendidos nas feiras. Como já indicado em outros estudos, é somente a partir de meados dos anos 1930, que se montaram redes de distribuição e o editor deixou de ser exclusivamente o poeta. Esses dados parecem indicar, pois, uma progressiva ampliação e popularização do público leitor: aos poucos, os folhetos deixaram de ser vendidos em locais onde também podiam ser adquiridos outros objetos característicos do mundo *letrado* e passaram a circular em uma rede específica de distribuição, destacando-se o papel desempenhado pelos mercados públicos e pelas feiras, locais onde não se observava a comercialização de impressos típicos do universo “erudito”.

A análise dos outros tipos de produtos (impressos, em particular) anunciados nos folhetos, principalmente em suas contra-capas e quarta-capas, constitui um outro tipo de indicador de quem era o público leitor primordialmente visado pelos poetas e editores. Esses produtos permaneceram os mesmos ao longo do tempo? Em que universo de leituras/de impressos os autores e editores pressupunham que estivessem inseridos os seus

possíveis leitores/ouvintes? Os folhetos datados de 1900 a 1909 não trazem anúncios de propaganda de nenhum produto. Já naqueles analisados do período de 1910 a 1919, destacam-se os anúncios de outros títulos de cordéis publicados pela mesma livraria e editora ou de histórias de autoria do mesmo poeta do folheto. Além dos catálogos e extratos de catálogos de editores, os folhetos trazem também, em número significativo, propaganda das livrarias em cujas tipografias foram impressos. Que artigos são anunciados nessas publicidades de livrarias? Inicialmente, como era de se esperar, livros. Pedro Baptista anuncia, dirigindo-se aos negociantes que, em sua livraria, podiam ser encontrados “livros em todos os generos e de auctores adoptados”⁷. Os anúncios também destacam artigos utilizados nas escolas e em atividades de desenho e escrita, além de conterem publicidade de trabalhos tipográficos realizados na gráfica das livrarias. Nas duas décadas seguintes, a natureza dos anúncios publicados permanece semelhante à observada no momento anterior. Inicialmente, propagandas de outros títulos de folhetos são publicadas em quase todos os exemplares analisados. Além de trazer catálogos ou extratos de catálogos dos livretos, os folhetos continuaram a publicar propagandas de livrarias e de tipografias, mas em menor quantidade do que o observado no período anterior. Nas décadas de 1940 e 1950, pode-se observar uma mudança significativa no teor dos anúncios de publicidade impressos nos folhetos. Títulos de cordéis, já publicados ou a serem editados, continuam sendo anunciados em vários exemplares analisados. Ao lado deles, aparece a indicação de que, no mesmo local, eram vendidos também outros impressos considerados e tornados cada vez mais “populares”: genericamente, os anúncios falam de “livros”, “revistas”; são específicos somente ao se referirem a outros impressos de “larga circulação”, como modinhas, “novenas”, “orações”, horóscopos, jornaizinhos de trovas e “lunários”. A análise parece indicar assim, que, aos poucos, os poetas e/ou editores pressupõem que seu público se populariza.

A análise da variação no número de páginas dos folhetos ao longo do tempo poderia também ser um indicador do público leitor visado pelos poetas e/ou editores? Em certa medida, creio que sim. Inicialmente, a análise revela que os folhetos curtos, de 8 páginas, eram raros até o final da década de 30 (somente 2 em 68), prevalecendo livretos mais grossos, entre 16 e 80 páginas. A partir dos anos 1940, com o processo de “popularização”

⁷ Barros, 1919.

do gênero, os folhetos de 8 páginas, mais fáceis de serem memorizados e lidos em voz alta, tornam-se significativos no conjunto da amostra analisada: representam metade dos casos. Assim, parece haver uma tendência, ao longo do tempo, de produzir poemas e publicá-los em um formato que facilite a leitura para um público pouco habituado a ter contato, por escrito, com objetos de leitura densos, com muitas informações.

A análise realizada neste estudo pode levantar indícios, também, de que essas transformações ocorridas na produção dos cordéis revelam um progressivo barateamento dos custos na impressão e, conseqüentemente, na produção de um objeto menos sofisticado e mais “popular”. No período de 1900 a 1919, um número significativo (20% dos casos) de poemas era publicado em um folheto com um número de páginas irregular, ou seja, com um número de páginas não múltiplo de 8. Nas duas décadas seguintes, esse número diminui significativamente: em apenas 7% dos folhetos analisados a paginação não é múltipla de 8. Nas décadas de 1940 e 1950, essa tendência, grosso modo, mantém-se: 13,9% dos exemplares da amostra são confeccionados nesse formato. Nesse grupo, na verdade, todos os folhetos que têm paginação não múltipla de 8 são diferentes edições de um mesmo título: *O cachorro dos mortos*, publicado, no decorrer do tempo, no formato de 40 páginas. Essa constatação parece indicar que houve, ao longo do tempo, uma tentativa de racionalização e redução de custos na produção dos folhetos. Segundo Emanuel Araújo (1986), o formato mais comum e econômico na impressão de livros é o que aproveita a folha para nela imprimir um número de páginas múltiplo de 8.

A impressão ou não do preço nos folhetos também pode ser um indicador na tarefa de (re)construção do público leitor de folhetos. A pesquisa constatou que, até 1939, somente 26,9% dos folhetos traziam o preço. No período posterior, correspondente a aproximadamente as décadas de 1940 e 1950, por sua vez, 83,3% dos livretos faziam referência ao valor de venda do impresso. Quais seriam as razões explicativas dessa constatação? Em 1942, a moeda brasileira mudou: de real passou a cruzeiro. Possivelmente o público, pouco habituado aos novos valores, sentia necessidade de vê-lo imediatamente estampado no impresso. Ao lado desse fator, na medida em que considero que o público se “popularizou” nesse momento, é plausível supor que, com essa característica (menor poder aquisitivo, menor familiaridade com o mundo *letrado*) tivesse necessidade de ver de imediato o preço do produto antes de decidir comprá-lo.

Com o objetivo de levantar indícios sobre o público leitor/ouvinte visado pelos autores e e/ou editores de folhetos, analisei também as capas dos impressos a partir de alguns indicadores. Um dos pontos considerados importantes refere-se à quantidade de tipos e à abundância ou restrição no uso de outros recursos gráficos, como a presença ou a ausência de bordas e de vinhetas, por exemplo. Um outro ponto que se tornou relevante no decorrer da análise diz respeito à presença ou à ausência de ilustração, e ao tipo de gravura utilizado na capa.

Até meados dos anos 20, as capas, em sua maioria, eram ilustradas com vinhetas, utilizadas também como moldura ou como forma de separar os títulos dos poemas e outras informações. Nos folhetos analisados, no período de 1900 a 1919, nenhum deles trazia estampado na capa clichês de zincogravura ou xilogravura, típicas no período posterior. 76% dos exemplares analisados tiveram a capa ilustrada com vinhetas e/ou ornamentos – em geral relacionados ao tema do poema principal. Nas décadas de 20 e 30, as vinhetas e/ou ornamentos passam a ser, progressivamente, substituídos pelos clichês de zinco com desenhos feitos especialmente para esse fim ou com fotografias e cartões postais, que se tornam cada vez mais presentes como recurso ilustrador das capas. Na amostra analisada, as capas ilustradas com vinhetas ainda são maioria: representam 62,8% do conjunto. Em segundo lugar aparecem os folhetos ilustrados com desenhos de clichês de zinco: 25,6%. Um quinto das capas dos exemplares analisados foram ilustradas por fotografias e/ou cartões postais. A xilogravura não é encontrada em nenhum folheto analisado.

Nos anos 40 e 50, a tendência esboçada no período anterior torna-se mais forte: a maioria (55,6%) dos folhetos analisados traz capas ilustradas com clichês de zinco de fotografias e/ou cartões postais. Os clichês de xilogravura aparecem, nesse momento, de maneira significativa: estampam um quarto dos folhetos analisados. Os desenhos elaborados especialmente para os folhetos e moldados em clichês de zinco, por sua vez, aparecem em somente duas capas analisadas. Nesse período, o recurso às vinhetas como ilustração da capa praticamente desaparece: somente em um folheto do conjunto elas são utilizadas. Segundo Liêdo Souza (1981), a xilogravura começou a ser utilizada nos anos 40, mas sua generalização como técnica para a confecção das gravuras das capas dos folhetos ocorreu, principalmente, quando o público consumidor do cordel passou a ser, sobretudo, os turistas e os intelectuais. Para o autor, era mais natural e viável que os poetas e editores,

moradores de centros urbanos, optassem pela zincogravura para ilustrar as capas dos folhetos, em especial dos romances, na medida em que a gravura em zinco era mais correntemente utilizada nas gráficas, tipografias e editoras existentes. Esses dados revelam que a associação direta entre literatura de folhetos e xilogravura parece ter sido uma construção *a posteriori* feita sobretudo pelos intelectuais que vêm na gravura em madeira uma expressão mais próxima da “alma popular”. Na verdade, os dados revelam que o processo de composição das capas dos folhetos, pelo menos até os anos 50, está relacionado principalmente à inserção dos poetas e editores em uma cultura urbana, onde o acesso aos recursos gráficos era relativamente fácil, reaproveitados, muitas vezes, de outras tipografias.

Um outro dado importante na análise refere-se ao número de tipos gráficos utilizados na confecção da capa. As diferenças existentes na qualidade gráfica das capas quanto a esse aspecto são, particularmente, gritantes para qualquer observador. No período de 1900 a 1909, os editores utilizavam, em média, 6 tipos diferentes de letras para compor a capa. Em 84% dos folhetos analisados, eram utilizados de 5 a 9 caracteres. A disposição dos tipos na capa compõe, via de regra, um conjunto harmonioso, revelando cuidado gráfico na composição das obras. Essa tendência continua a ser observada nos folhetos datados do período de 1920 a 1929: a maior parte dos livretos analisados utilizam 8 tipos diferentes de letra na composição da capa. Entre os folhetos publicados a partir dos anos 30, a tendência observada é bem diferente. Quase metade das capas dos cordéis da amostra foram compostas com três tipos de letra e 85,2% dos folhetos analisados utilizam, para a confecção da capa, de dois a quatro diferentes caracteres. Na década de 50, observa-se a utilização, em algumas capas de folhetos, de apenas um caractere gráfico que, via de regra, compunha o título do poema e acompanhava o desenho ou fotografia ilustrativa. Assim, o número de tipos diferentes de caracteres gráficos utilizados na capa vai-se reduzindo, gradativamente, ao longo do tempo. O que se observa é uma tendência à simplificação dos recursos de impressão utilizados, redundando em um visível empobrecimento da qualidade e do cuidado gráfico em sua composição. Certamente esse dado pode ser considerado um indício de que o público visado pelos autores e/ou editores é, aos poucos, considerado menos exigente, menos habituado à sofisticação dos recursos de impressão, menos *letrado*.

A mesma grande tendência pode ser observada em relação à utilização, ou não, de bordas ou orlas na composição das capas. Nos folhetos que não traziam clichês, eram recursos considerados ainda mais importantes na composição das capas, expressando, segundo Liêdo Souza (1981), assim como ocorria nas edições de luxo, requinte técnico. Além de um papel decorativo, as orlas tinham a finalidade manter a unidade de composição. Mesmo nos folhetos que utilizavam clichês nas composições das capas, eram vistas como signo de qualidade gráfica. No conjunto dos folhetos analisados, as bordas estão presentes em todos aqueles publicados até 1919: são orlas muitas vezes bem trabalhadas, fruto de um trabalho gráfico cuidadoso. Nas décadas de 20 e 30, por sua vez, a utilização de bordas já não está presente em todas as capas analisadas: 7,0% delas não fazem uso desse tipo de recurso. Além disso, em 9,3% dos casos, as orlas usadas são constituídas de apenas um traço simples que serve para enquadrar o título e o clichê utilizado. Nas duas décadas seguintes, a tendência à não utilização desse tipo de recurso na composição das capas torna-se significativamente mais acentuada: em 44,4% dos cordéis analisados o editor não utilizou bordas na composição das capas e em um quarto do conjunto elas eram constituídas, mais uma vez, de apenas um traço simples. De modo geral, pode-se observar, assim, que, como em outros aspectos, ao longo do tempo, houve um progressivo empobrecimento dos recursos gráficos utilizados na composição das capas dos folhetos, revelando, mais uma vez, que esse tipo de impresso foi-se tornando de “larga circulação”.

Analisei também, como parte do trabalho de (re)constituição do público leitor/ouvinte visado pelos poetas e/ou editores, a presença ou ausência de referências a direitos autorais nos folhetos. A análise revela que, pouco a pouco, as referências aos direitos autorais vão deixando de ser impressas. Em 60% dos livretos publicados entre 1900 e 1919, há referências à questão. Se desprezo os publicados entre 1900 e 1909, esse índice chega a 76,5%. Nas duas décadas seguintes, essa tendência, que desaparecia a partir de meados da década de 30, começa a se modificar. O número de folhetos que fazem referência aos direitos autorais diminui significativamente: a indicação é feita em 41,7% dos casos analisados. Apenas 8,3% dos folhetos publicados nos anos 40 e 50 fazem alguma referência à compra dos direitos autorais. Pode-se inferir, com base na análise realizada, que, à medida que o cordel se “populariza”, e esse fenômeno parece mesmo ocorrer por volta de meados

dos anos 30, a questão da autoria deixa de ser, aos poucos, considerada importante. Os poetas, muitas vezes, vendiam seus direitos autorais à folheteria, em geral em troca de uma “quota” de impressão de folhetos. Ao comprar os direitos de uma obra, o “editor-proprietário” pode, pelo acordo feito, omitir ou até mesmo modificar a autoria do folheto. A constatação de que as noções de autoria e de propriedade, tão demarcadas em outras formas de textos escritos, passa a ter cada vez menos importância na trajetória do cordel sugere que, aos poucos, o gênero vai-se constituindo em torno de aspectos típicos das narrativas orais. O tipo de transação referido, por exemplo, comum entre os cordelistas e aparentemente sem sentido entre as pessoas letradas, pode estar associado aos próprios conceitos de autoria e de autor característicos das culturas orais. Segundo Eric Havelock (1988) o conceito de original, que a tradição escrita cultiva, não possui nenhum sentido lógico na tradição oral. Enquanto que nas sociedades letradas há uma tendência a se verificar qual a primeira versão – ou qual a versão original de um determinado texto – na oralidade cada fala, cada “texto” é original: a cada desempenho, o poeta, a um só tempo, repete e cria. O conceito de autoria liga-se, pois à *performance* da voz, que é única, individual, irrepitível.

Na busca de indícios que pudessem confirmar a hipótese de que, aos poucos, os recursos gráficos utilizados nos folhetos foram-se tornando menos sofisticados, mais “pobres”, evidenciando uma crescente “popularização” do público leitor visado, analisei, também, a presença ou ausência de vinhetas ou mesmo outro tipo de ornamento, no interior dos folhetos. Até o início da década de 20, 88% dos folhetos traziam vinhetas em seu “miolo”. Em geral, essas vinhetas eram impressas na primeira e na última páginas do folheto e, quando era o caso, entre um poema e outro. As vinhetas eram utilizadas também nas páginas em que eram publicados avisos ou anúncios de publicidade. Nos anos 20 e 30, essa tendência diminuiu significativamente, até que, durante os anos 40 e 50, observa-se uma redução ainda maior no uso desse tipo de ornamento (30,6% dos folhetos o utilizam). Além da constatação dessa tendência mais geral, se se analisa o tipo de vinheta usado ao longo do tempo, o que se observa, ainda mais claramente, é um progressivo empobrecimento dos recursos gráficos utilizados na impressão dos folhetos. Até o final da década de 20, as vinhetas utilizadas eram, em muitos casos, bem elaboradas, sofisticadas. A partir da década de 30, nos casos em que elas se mantêm, apresentam-se, na maioria das vezes, como

variações de traços simples ou duplos, sem a diversidade observada no período anterior. Além disso, alguns desses traços nos pés das páginas apresentam irregularidades em sua composição: ora os traços são duplos, ora simples, sem obedecer a nenhuma lógica aparente.

Uma outra questão analisada refere-se à disposição das estrofes na página⁸. Constatei que, no período de 1900 a 1919, 64% dos folhetos “cortavam” as estrofes dos poemas, passando-as de uma página para outra. Nesse momento, parecia não haver, como será observado nas décadas seguintes, uma relação lógica entre os poemas que eram “cortados” e o número de páginas dos folhetos. Nas décadas de 20 e 30, por sua vez, esse número diminui sensivelmente: 41,9% dos poemas apresentam “cortes” em suas estrofes. Como nos outros aspectos, esse parece ser um período de transição, de “hesitação”, comuns nos processos de generalização de certos tipos de gêneros e impressos. Nesse momento, já se observa uma tendência a cortar os poemas mais longos, publicados em folhetos com um maior número de páginas. A tendência de “cortar” as estrofes diminui ainda mais no período posterior: dos folhetos publicados nas décadas de 50 e 60, 27,8% fazem “cortes” nas estrofes, passando-as de uma página para outra. Nesse momento, dos folhetos curtos analisados, de 8 e 16 páginas, nenhum apresenta cortes: são os longos, de 32, 40 e 48 páginas, os que sofrem esse procedimento. O que poderiam revelar esses dados? Folhetos que disponham estrofes completas em uma única página são, certamente, mais fáceis de serem lidos em voz alta: o virar da página e o manipular o impresso no meio de uma estrofe constituem uma dificuldade para leitores pouco habituados ao mundo do impresso e para a realização da leitura oralizada. A constatação de que as histórias mais longas – que parecem não terem sido feitas para serem memorizadas ou mesmo lidas oralmente – são justamente as que apresentam maior número de cortes, constitui mais um índice que permite levantar essa hipótese. Editores parecem ter compreendido essa crescente necessidade do público leitor. No período mais antigo, nem nos poemas curtos o autor ou editor parecia ter a preocupação de deixar as estrofes inteiras em cada página.

^{8 8} A análise das modificações introduzidas principalmente pelos editores na disposição do texto na página (*la mise en page*, na expressão francesa) na tarefa de identificação do público leitor tem sido considerada fundamental nos estudos de história da leitura (ver, por exemplo, Roger Chartier, s.d.).

A análise do número de poemas publicado em cada folheto também foi considerada importante na tarefa de levantamento de indícios a respeito do público leitor expresso na materialidade do impresso. A análise revela que nem sempre a quantidade de poemas publicados em um folheto foi a mesma: é de maneira progressiva que o atual formato passa a ser generalizado, ou seja, em cada folheto é publicada apenas uma história. No *corpus* analisado, até o final da década de 20, 64,9% dos folhetos traziam mais de um poema. Em muitos desses casos, um mesmo poema era publicado em vários folhetos: cada “volume” trazia uma parte da mesma história. Nesses casos, geralmente, anunciava-se na capa ou no corpo do texto, que a história estava sendo iniciada ou se era continuidade de uma anteriormente publicada em outro folheto. A partir dos anos 30, a tendência a publicar um só poema nos folhetos cresce até que, a partir dos anos 40, todos os folhetos analisados continham apenas um poema, que narravam uma mesma história. O que isso pode significar? Se se supõe que, nos tempos iniciais, a leitura silenciosa era corrente no caso dos folhetos, não constituía dificuldades para o leitor encontrar a história que estava lendo em vários “volumes”. Para um público semi-alfabetizado, como parece se caracterizar aquele dos folhetos a partir de meados da década de 30, provavelmente era mais difícil localizar a seqüência de uma história publicada em meio a outras, em um mesmo livreto.

Ao lado de outras medidas já descritas que parecem revelar redução de custos na produção dos folhetos ao longo do tempo, contribuindo para torná-lo um impresso de “larga circulação”, cada vez mais “popularizado”, no decorrer do período analisado, parece ter havido uma progressiva redução no número de páginas “extras”, além daquelas onde eram publicados os versos. No período de 1900 a 1919, 36% dos folhetos analisados continham outras páginas, além daquelas utilizadas na publicação dos poemas. Na maior parte dos casos, essas páginas traziam o retrato do poeta, faziam referências a direitos autorais, continham propaganda de livrarias e, algumas vezes, nelas eram impressas ilustrações sobre a história. Entre 1920 e 1939, esse número reduz-se sensivelmente: apenas 7% dos folhetos contêm essas páginas “extras”. Essa tendência se torna mais aguda nas duas décadas posteriores: nesse momento, somente 5,6% dos folhetos extrapolam o número de páginas utilizadas estritamente para a publicação do poema. A análise parece confirmar que a progressiva redução no número de páginas “extras” dos folhetos foi mais uma estratégia

utilizada pelos editores para baratear e simplificar a qualidade de impressão dos livretos, na medida em que seu público parece tornar-se, pouco a pouco, menos exigente.

Como apareciam denominados os folhetos em suas próprias páginas? Nas capas, quartas-capas e outras páginas dos folhetos onde não eram publicados poemas, muitas vezes vinham impressas certas denominações para designar os impressos. A denominação mais comum encontrada no período de 1900 a 1919 é “folhetos” (em 36% dos casos), seguida da de “obra” ou “obra literária” (24%). Na grande parte dos folhetos analisados no período, no entanto, não aparece nenhuma denominação para o impresso (em 40% dos casos). Aparecem, também, em menor número, as denominações “romance” e “romance em verso”. Em um dos folhetos, o autor e o editor avisam que aquelas são “histórias populares”, ou seja, “encantadoras histórias contadas em versos trabalhados especialmente ao sabor popular”. Parece ser preciso avisar ao leitor, não necessariamente “popular” e talvez ainda não habituado àquele tipo de impresso, de que ali se encontravam histórias populares, tradicionais, recontadas em versos. Em um outro folheto, publicado em 1917, há um aviso de que o seu autor, Pedro Batista, trabalha, “há dez anos”, “na aquisição das poesias todas colhidas na boca do povo.”⁹ Se o leitor, já naquele momento, fosse “popular”, haveria necessidade de uma advertência ou de um aviso semelhantes a esse? Ou bastaria que ele, ao entrar em contato com a materialidade do objeto, reconhecesse imediatamente que se tratava de um impresso “popular”? Nas décadas de 20 e 30, a denominação mais comum para os folhetos é “livros de histórias” ou “histórias”, aparecendo em 33,3% dos casos. Em 31,3% dos casos, não vem impressa, no folheto, nenhuma denominação para ele próprio. No período aproximado de 1940 a 1959, “romances” é a denominação mais utilizada, aparecendo em 22,4% dos folhetos, seguida de “livros” (16,3%), “folhetos” (14,3%), “histórias” e “histórias em versos” (10,2%) e “publicações” (6,1%). Livros, histórias, folhetos e romances parecem ter sido, ao longo do tempo, as denominações mais utilizadas pelos autores e editores para designar esse tipo de impresso. Não se constata, portanto, variações significativas, ao longo do tempo, quanto às designações dadas. O que parece mais significativo na análise realizada é a constatação do progressivo desaparecimento dos avisos, presentes na fase inicial de produção dos impressos, que

⁹ *Apud* Ruth Terra (1983, p.28).

buscavam advertir o leitor de que encontraria uma obra popular ou baseada na tradição oral. É interessante observar também que a denominação literatura de cordel, utilizada pelos estudiosos, só seria impressa nos folhetos a partir dos anos 70, quando um novo público se configura.

Uma outra constatação também foi-se tornando evidente no decorrer da análise dos folhetos. Nos mais antigos, os versos começavam por maiúsculas; aos poucos, as minúsculas passaram a substituí-las. Essa constatação poderia também auxiliar na tarefa de identificação dos leitores/ouvintes visados pelos autores e/ou editores de cordéis? Segundo Emanuel Araújo (1986), a utilização das maiúsculas no início dos versos caiu em desuso nos últimos anos. No caso do cordel, o que parece ter havido é não uma “modernização” das formas de apresentação gráfica da poesia, como ocorreu com a poesia pertencente aos cânones eruditos consagrados, mas um progressivo descuido com a impressão gráfica dos poemas. Além disso, pode-se supor que a disposição de maiúsculas e minúsculas no início dos versos não representa nenhuma diferença na audição de uma leitura oralizada: só faz algum sentido para quem lê. Seria, então, mais um índice de que, aos poucos, os folhetos passam a ser mais ouvidos do que lidos?

No decorrer de todo o período, não foram observadas grandes variações no tamanho dos folhetos que mediam, aproximadamente, entre 10,5 a 11,5cm por 16 e 17cm. Esses formatos foram também verificados, grosso modo, por outros pesquisadores. Os folhetos parecem, assim, ter mantido o formato *in-oitavo* no decorrer de sua trajetória (até o período analisado, pelo menos), mesmo quando, para outros impressos, a produção manual de papel folha-por-folha já vinha sendo substituída, gradativamente, pelas bobinas de quilômetros de papel, provocando uma verdadeira transformação na padronização dos formatos.¹⁰ A manutenção do formato certamente possibilitava que a produção dos folhetos pudesse ser realizada também através das prensas manuais, utilizada por muitos poetas/editores, principalmente com a diversificação da produção a partir dos anos 40, como se viu. Ao contrário do que ocorreu com outros tipos de impresso ao longo do tempo, como os livros didáticos – que “cresceram” ou diversificaram o formato no decorrer das décadas –, o fato de os folhetos terem permanecido praticamente do mesmo tamanho desde os tempos

¹⁰ Esse processo é descrito por Emanuel Araújo (1986).

iniciais de sua produção possibilitou, quando necessário, uma não industrialização de sua produção, viabilizada, ao longo do tempo, a custos cada vez mais reduzidos.

Os indícios encontrados na pesquisa e aqui descritos, a partir da análise do impresso-folheto, parecem, assim, indicar que houve, progressivamente, uma queda na qualidade gráfica e uma redução nos custos da produção de folhetos. Esses resultados revelam que, pouco a pouco, principalmente a partir de meados dos anos 30, os folhetos se tornam um impresso de “larga circulação”, mais adequados a um público pouco exigente e sofisticado, formado, supõe-se, em sua maioria, por pessoas analfabetas ou com um grau restrito de escolarização, pertencentes às camadas mais populares da população e pouco habituados ao universo *letrado*. A esse conjunto de dados que revela um progressivo empobrecimento do impresso do ponto de vista da editoração, as outras análises realizadas parecem indicar, também que, progressivamente, o público leitor de folhetos visado pelo autor e/ou editor se “populariza”, dando pouca importância a qualidades que caracterizam a produção de impressos na literatura considerada erudita. Parecem indicar também que esse tipo impresso já dispõe de uma rede de distribuição própria, que não depende dos canais tradicionais, típicos do universo *letrado*, para ser comercializado. Outros indícios também indicam que, aos poucos, os impressos vão-se tornando, através da introdução de vários dispositivos, mais fáceis de serem lidos e manipulados por um público pouco habituado a outros objetos de leitura, que prefere ler os folhetos em voz alta e, em muitos casos, memorizá-los.

Do ponto de vista metodológico, creio que a realização de estudos centrados na análise da materialidade do impresso podem auxiliar na tarefa de construção de histórias de leituras e de leitores que, em muitos casos, ainda constituem pólos pouco compreendidos nos processos educativos na história.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Emanuel. *A construção do livro: princípios da técnica de editoração*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Brasília: INL, 1986.

BARROS, Leandro Gomes de. *O Reino da Pedra Fina – completo*. O rei da miséria e seus filhos. Guarabira: Pedro Baptista e cia., 1919. 48p.

- CHARTIER, Roger. *Figures de la gueuserie*. Montalba, 1982.
- CHARTIER, Roger. *Au bord de la falaise: l'histoire entre certitudes et inquiétude*. Paris: Albin Michel, 1998.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, s.d.
- CHARTIER, Roger (org.). *Les usages de l'imprimé*. Paris: Fayard, 1987.
- CHARTIER, Roger, LÜSEBRINK, Hans-Jürgen (dir.). *Colportage et lecture populaire: imprimés de large circulation en Europe (XVIe-XIXe siècles)*. Paris: IMEC/Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1996.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- FERREIRA, Orlando da Costa. *Imagem e letra: introdução à bibliologia brasileira; imagem gravada*. São Paulo: Edusp, 1994.
- GASKELL, Philip. *A new introduction to bibliography*. Nova Iorque; Oxford: Oxford University Press, 1972.
- HAVELOCK, Eric. The coming of literate communication to western culture. In: KINTGEN, E. R., KROLL, Barry M., ROSE, M. *Perspectives on literacy*. Carbondale and Edwardsville: Southern Illinois University Press, 1988. p.127-134.
- HÉBRARD, Jean. L'évolution de l'espace graphique d'un manuel scolaire: le "Despautère" de 1512 à 1759, *Langue Française*, n.59, 1983, p.68-87.
- HÉBRARD, Jean. Les livres scolaires de la Bibliothèque Bleue: archaïsme ou modernité? In: CHARTIER, Roger, LÜSEBRINK, Hans-Jürgen (dir.). *Colportage et lecture populaire: imprimés de large circulation en Europe (XVIe-XIXe siècles)*. Paris: IMEC/Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1996, p.109-136.
- KATZENSTEIN, Úrsula Ephraim. *A origem do livro: da Idade da Pedra ao advento da impressão tipográfica no Ocidente*. São Paulo: HUCITEC; Brasília: INL, 1986.
- McKENZIE, Don F. *Bibliography and the sociology of texts*. Londres: The British Library, 1986.
- SOUZA, Liêdo Maranhão de. *O folheto popular: sua capa e seus ilustradores*. Recife: Massangana, 1981.
- TERRA, Ruth Brito Lemos. *Memória de luta: primórdios da literatura de folhetos do Nordeste (1893-1930)*. São Paulo: Global, 1983.