

Fascículos semanais de literatura popular: bem cultural no início do século XX.*

Athos Eichler Cardoso**

RESUMO

O fascículo-folhetim, fenômeno de literatura de massa universal, surgiu no Brasil em 1909. Seu estudo permanece inédito na Universidade brasileira onde Renato Ortiz considera incipiente a existência desse tipo de mercado antes de 1940. O artigo coloca em outros termos essa apreciação ao analisar as origens, os testemunhos de popularidade e as causas do sucesso comercial desse produto cultural. Conclui que o fascículo semanal foi mercado de massa expressivo no início do século XX, influenciando a cultura brasileira.

Palavras chaves: fascículo, folhetim, literatura de massa, mercado cultural.

RESUMEN

El fascículo-folletín, fenómeno de literatura de masa universal, surgió en Brasil en 1909. Su estudio permanece inédito en la Universidad brasileña donde Renato Ortiz considera incipiente la existencia de ese tipo de mercado antes de 1940. El artículo propone en otros términos esa apreciación al analizar, los orígenes, los testimonios de popularidad y las causas del éxito comercial de ese producto cultural. Concluye que el fascículo semanal fue mercado de masa expresivo en el inicio del siglo XX, influenciando la cultura brasileña.

Palabras centrales: fascículo, novela de folletín, cultura de masas, cultura popular.

ABSTRACT

The cheap-books dime-novels, phenomenon of the universal mass literature, arose in Brazil in 1909. Its study continues unpublished in the Brazilian university where Renato Ortiz consider incipient this kind of market before 1940. The article places this appreciation in other terms when the sources, the popularity witness and causes of the commercial success of this cultural product are analysed. It concluded that the weekly dime-novel was an expressive mass market in the beginning of XX century, influencing the Brazilian culture.

Key words: dime-novel, popular literature, cultural market, cheap books.

* Relato de pesquisa que deu origem à dissertação "Fascículos de literatura de massa: mercado cultural no Brasil (1909-1940)", defendida em agosto de 92 junto à Faculdade de Comunicação da UNB.

** Professor do CEUB-DF.

Fascículo significa, atualmente, o tipo de publicação cultural lançada pela Editora Abril¹ a partir de 1965. Entretanto, um outro fascículo - de ficção - constituiu-se, a partir de 1910 num fenômeno de literatura de massa que durou três décadas e permanece desconhecido da comunidade acadêmica.

Produto descartável, muito difundido e sem valor literário, o fascículo, como todas as coisas comuns, desapareceu com o tempo, deixando raros vestígios. Pertencendo a época em que, estudiosos como Renato Ortiz, baseados em critérios estatísticos e sociológicos, negam a existência de bens culturais, seu estudo foi subestimado como aspecto mercadológico da cultura². Por outro lado, a elite literária desconheceu essa produção de massa. Seu resgate interessa à discussão sobre a cultura e identidade nacional, literatura de massa, editoração, biblioteconomia e cinema.

Entende-se por fascículo, dentro do contexto histórico de 1910/1940 e no terreno da literatura de massa, a brochura de uma obra que se publica por partes, em princípio, semanalmente, à medida que vai sendo impressa. A história contida no fascículo podia estar completa ou não.

Para Muniz Sodré, especialista no assunto, "Literatura de massa, literatura de consumo, romance popular, folhetim, são expressões que hoje indicam o mesmo fenômeno: uma narrativa, produzida a partir de uma demanda de mercado para entreter literariamente um público consumidor"³.

Explicando a estrutura folhetinesca, Muniz Sodré informa que ela sempre reúne, de maneira sincrética, o aspecto mítico do herói, o pedagogismo expresso na intenção clara de ensinar algo, um modo de escrever já consagrado pela literatura anterior e a informação, que, enquanto sistema, apoiado pelo mercado, legitima a literatura de massa. O leitor é universal, sem distinção de classe e aceita o texto imposto como quem adere as regras de um jogo, sem discussão. É também considerado como sujeito consumidor. O livro é comparado a uma lata de cerveja que deve ser consumida rapidamente, desfazendo-se do envólucro, pois o produto é quase perecível⁴.

Quanto ao conceito de massa, julga-se conveniente lembrar Raymond Williams quando desmitifica o conceito: (...) "Para os outros, se é massa também. Massas são os outros"⁵.

1 O primeiro foi a "A Bíblia mais bela do mundo", quinzenal. 150.000 exemplares por fascículo conforme Hallewell (1985). A pesquisa constatou a presença de fascículos culturais no Brasil a partir de 1910 na forma de aulas de inglês e na década de 20 como enciclopédia ilustrada.

2 A opinião defendida por Ortiz (1986).

3 Definição de Sodré (1986).

4 Resumo das concepções de Sodré sobre literatura de massa.

5 Williams (1969).

A existência dos fascículos, sua importância como leitura de âmbito nacional é comprovada pelas várias referências de intelectuais, escritores e atores brasileiros ao longo de memórias e entrevistas. A pesquisa reuniu quatorze deles, sendo mais conhecidos, *Brito Broca, Pedro Nava, Érico Veríssimo, Nelson Werneck Sodré, Paulo Mendes Campos, Mário Lago e Lima Duarte*.⁶

A presença do fascículo na sociedade é comprovada por editoriais, artigos e comentários em revistas e livros da época.

O Rio vivia no início do século uma situação excepcional que *Nicolau Sevcenko* justifica pelo papel privilegiado na economia, na política e nas ligações com o restante do Brasil desenvolvido, utilizando a maior rede ferroviária nacional e a navegação de cabotagem. A partir de 1904, iniciada a urbanização do principal centro populacional, comercial e industrial do país, sua camada aburguesada torna-se agressivamente cosmopolita e consumista, ligando-se aos costumes e modas europeus principalmente os parisienses. O novo ritmo frenético da vida cotidiana causa uma mudança da sensibilidade coletiva do público carioca que abandona valores tradicionais e dissemina velozmente padrões de pensamento, gosto e comportamento em todos os setores da sociedade. O tempo livre diminuído, a concorrência dos jornais diários, revistas mundanas e outras formas de lazer reduziram o papel da literatura, perdendo-se o gosto literário.

O marco mais importante na área cultural foi o fenômeno do "*novo jornalismo*", resultado de inovações técnicas que baixaram custos aliadas a um tratamento diligente e simples da matéria. Na presença de publicação mais barata e atraente, houve uma tendência em tornar a leitura dos periódicos hábito diário. Assim, ao lado da revista mundana, a imprensa tornou-se moda e seu consumo sinal de bom gosto. Esse crescimento triunfante do jornalismo, agindo sobre a classe conservadora e a multidão de caixeiros e funcionários, foi tão evidente que se considerou as campanhas realizadas como as primeiras manipulações da consciência de massa no Brasil.⁸

O fascículo surgiu nesse Rio cosmopolita e dinâmico, atrelado às revistas mundanas. Onde a cidade e as publicações influenciassem, pelo leito da ferrovia ou na esteira dos navios de cabotagem, o fascículo haveria de chegar.

Entre os meses de junho, de 1909 a 1910, quatro editoras⁹ inundaram o Rio e as regiões mais desenvolvidas com o folhetim

6 Os outros são: Cornélio Penna, Candido Mota Filho, Paulo Duarte, Maria Helena Cardoso, Paschoal Lemme, Cyro dos Anjos, e Paulo Gouvêa.

7 Editorial da "Ilustração Brasileira" de 12.1910 e do "O Cruzeiro" (1928). Artigo de "Fon-Fon", Simaing (1915).

8 Resumo das concepções de Sevcenko (1983) sobre o contexto sócio-cultural do Rio no início do século XX.

9 Editora de "O Malho", Editora de "Fon-Fon", Editora d'Edições Modernas e "Empresa de Publicações Populares".

introduzido no fascículo, os pioneiros eram suplementos da "*A Ilustração Brasileira*",¹⁰ revista quinzenal sofisticada e dirigida à elite.

O primeiro fascículo independente, preço módico e tipicamente folhetinesco, lançado pela editora da revista "Fon-Fon" em janeiro de 1910, pertencia à série "Nick Carter - o famoso policial americano. Capa multicolorida, trinta páginas de texto, 27 x 18,5 cm, custava 300 réis e aparecia semanalmente.

O aparecimento do fascículo foi a repetição de um fenômeno mundial de literatura de massa observado na Inglaterra de 1800, na América a partir de 1860 e na Europa no início do século XX. Auxiliados por impressoras de alta velocidade e a fabricação abundante de papel inferior, produziam-se, em grandes tiragens semanais, fascículos de histórias curtas ou seriadas que normalmente apresentavam um herói exposto a situações perigosas. Popularizaram-se, assim, *Robin Hood* na Inglaterra, *Buffalo Bill* nos Estados Unidos. Para os britânicos eram "*shilling-shockers*", para os americanos "*dime-novels*", no Brasil "*fascículos*". Conhecidos na língua inglesa como "*cheap-books*", eles proporcionavam altos lucros aos editores¹¹. Era lógico que os empresários do ramo desejassem implantar o negócio no Brasil.

Fator preponderante do sucesso deveu-se às revistas mundanas¹², suas criadoras. Além do aparato empresarial, representado por parque gráfico eficiente, sistema de assinantes e distribuidores, os fascículos receberam um apoio publicitário muito profissional, veiculado no corpo do periódico-mãe.

As viagens sempre eram pretexto de leitura descompromissada para passar o tempo, por isso, a relação entre o transporte ferroviário e o incremento da literatura de massa foi comprovada em vários estudos. As ferrovias possibilitavam uma distribuição rápida e barata no atacado. Cada lugarejo, por mais insignificante e distante, ficava ao alcance da entrega de impressos por carga, encomenda ou assinatura postal.

A conclusão do tronco sul em 1910 permitiu a ligação direta do Rio-São Paulo com o estado gaúcho. O trem "*Sul Expresso*" que tornou mais veloz o transporte e a comunicação entre as duas cidades, fazendo o percurso em nove horas e meia e conexão com o expresso que partia de São Paulo para a fronteira com o Uruguai, foi implantado em 1912¹³.

O fascículo recebeu dos correios uma colaboração eficaz para tornar-se leitura nacional, pois desde janeiro de 1902, a *Diretoria Geral*

10 O nº 1 é de 1.6.1909. A revista era acompanhada de suplementos de moda, teatro e um romance em série.

11 Para aprofundar-se no assunto, ler Haining (1976).

12 As revistas mundanas eram luxuosas com muitas fotografias, ilustrações, crônicas, notícias políticas e de sociedade.

13 Na gestão do Dr. Paulo de Frontin na direção da Rede Ferroviária; posteriormente aumentou-se o tempo para maior segurança do Comboio.

dos Correios estabelecera instruções para o serviço de assinaturas de jornais, revistas e outras publicações periódicas. Além disso os interessados podiam solicitar os fascículos aos editores, pagando as taxas de remessa e o preço do impresso em selo do *Correio*¹⁴.

As estatísticas de 1913, quanto ao movimento da correspondência, informam que foram despachados 69 milhões de jornais e mais de 94 milhões de impressos¹⁵.

O sucesso do fascículo muito deve a uma inteligente campanha publicitária cujas principais peças foram traduzidas, mantendo a apresentação visual original. As publicidades de *Bufalo Bill*, *Raffles* e *Sherlock Holmes*, utilizando folhas inteiras das revistas mundanas, são idênticas ou com variações insignificantes às similares espanholas ou portuguesas.

A publicidade colocava os fascículos como um meio de entretenimento, um divulgador de informações, um meio de escape e instrumento de fruição estética pelas ilustrações das capas¹⁶.

Percebendo o êxito comercial do fascículo no exterior e que parte do país dispunha de mercado em condições de consumi-lo, editores de revistas investiram no novo produto. Estrutura gráfica e editorial disponível, corriam risco mínimo com a iniciativa, cujo custo inicial, quando fosse o caso, reduzia-se a compra dos direitos autorais¹⁷.

Resgatou-se treze empresas que editaram fascículos¹⁸. Nove sediavam-se no Distrito Federal e quatro em São Paulo, a partir de 1923. Dos sete proprietários identificados, três eram italianos e um português. Tudo indica que os demais seriam originários da Península Ibérica¹⁹.

A "Editora Fon-Fon" e "Selecta", a "Empresa de Publicações Modernas" e a "Editora Vecchi" foram as mais importantes e responsáveis pela publicação de mais de 30 milhões de fascículos em 30 anos²⁰. Destacaram-se, ainda, a "Empresa de Publicações Populares" pela

14 Boletim Postal de Janeiro de 1902.

15 Relatório dos Correios de 1913.

16 As capas eram cópias das originais estrangeiras. Os desenhistas e Manoel Constantino foram contratados para desenhar "As aventuras de Sherlock Holmes" e "Os Romances de Fon-Fon" respectivamente. Saíram-se muito bem.

17 Os direitos autorais no Brasil foram regularizadas pelas leis nº 496, de 1º de agosto de 1889 e 2.577, de 17 de janeiro de 1912.

18 As editoras não citadas na Pesquisa, de menor produção ou notoriedade no ramo, foram: "Livreria H. Antunes", "Casa Editora, de Savério Fittipaldi", "Empresa Editora Rochéa" e "Editora Progresso Literária".

19 Não se identificou com precisão as nacionalidades de Oscar Mano, da Editora Minerva, A. Moura da "Publicações Modernas" e Hector Antunes da Livreria H. Antunes.

20 Os 30 milhões é soma das estimativas de tiragens anuais obtidas pelo número de fascículos de cada série multiplicado pelas tiragens semanais. Considerou-se que os fascículos da Vecchi foram impressos sem interrupção de 1914 a 1939.

publicação de "*Aventuras de Sherlock Holmes*" em 1910 e a "*Empresa de Romances Populares*" que se especializou na adaptação impressa de filmes seriados, editando duzentos mil exemplares do mais famoso. "*Os Mistérios de Nova York*"²¹, em 1916.

Os fascículos, excetuando o *Sherlock Holmes* impresso nas oficinas da "Careta" e os suplementos da "*Ilustração Brasileira*", eram produzidos com material inferior. A técnica de impressão era a mais simples: tipográfica, utilizando clichês e máquinas planas. O acabamento era em brochura, normalmente tipo canoa, grampeado.

A maioria dos fascículos servia como veículo publicitário²², fornecendo mais uma margem de lucro para o editor. Além de dezenas de produtos diversos, automóveis, aparelhos de massagens, charutos, remédios, desinfetantes e tintura de cabelos, anunciava-se terrenos, revistas patrocinadoras e os próprios fascículos.

Em consequência das elevadas tiragens, baixo custo de produção e da publicidade que veiculava, seu preço era acessível aos leitores *interclassistas*. Em 1910, uma seção de linha de bonde custava 100 réis, um selo para porte comum 200, o livro mais popular \$1.000, e o fascículo... 300 réis.

É conveniente sublinhar que as características editoriais do livro no Brasil, até o início da década de 30, eram as pequenas tiragens, grande demora na comercialização e raras reedições. Diametralmente opostas foram as dos fascículos, com grandes edições, comercialização rápida (uma semana), encalhes aproveitáveis para venda pelo correio, ainda mais caro, como "*número atrasado*".

A caracterização de um mercado de literatura de massa nas primeiras décadas do século bascia-se, na falta de indicadores de venda e leitura, na quantidade de fascículos impressos. Conhecer a tiragem é, portanto, fundamental. Tais índices, entretanto, tornam-se exceções quando informados no corpo dos impressos ou outras fontes. Existe mesmo sonegação desses dados, motivados por um leque de convenções e condutas que abrangem desde o mítico "segredo do negócio", relacionamentos e estratégias comerciais, evasão fiscal, até fatores que influenciam na repercussão comercial ou cultural da obra e no prestígio do autor e da editora.

Tiragens de Periódicos - 1912

21 O título original era "*The Exploits of Elaine*" e foi estrelado por Pearl White. Sucesso mundial foi editado em folhetim e fascículos na França e no Brasil.

22 Os primeiros fascículos da "Editora "Fon-Fon" veiculavam a publicidade das grandes lojas de Rio e São Paulo. O movimento comercial no Rio era intenso. Os "clubs", uma espécie de consórcio da época facilitava a aquisição de automóveis, gramofones, máquinas de escrever e outros produtos, na maioria importados.

Exemplares mais de 50.000	DF	SP	BH	MG	RS	PE	RJ	CE	PA	Total	1. Extrato de quadro publicado pela Diretoria Geral de Esta- tística - 1916.
27.001 a 50.000	06	03	-	-	-	-	-	-	-	09	
20.001 a 27.000	06	04	-	-	-	-	-	-	-	10	
10.001 a 20.000	06	07	03	01	-	-	-	-	-	17	
05.001 a 10.000	13	18	03	04	02	03	01	01	03	48	2 - Não incluem fascículos.

Não foi possível comprovar a periodicidade das tiragens, nem a natureza dos periódicos da tabela acima, mas ficou claro que tiragens de fascículos até 40.000 exemplares semanais não podem ser consideradas exageradas em 1912 ou 1910.

Felizmente para a pesquisa, o escritor *Lima Barreto* resolveu escrever fascículos e em carta a um amigo comentou que os de *Nick Carter* proporcionaram, em dois anos, um lucro de cem contos de réis a um dos proprietários da "Fon-Fon". A informação merece crédito, pois *Lima Barreto* trabalhara na revista e devia conhecer seus bastidores²³. Feito um cálculo de custo editorial, baseado no preço da capa e no número de fascículos editados no biênio, chegou-se a conclusão que tal lucro correspondia a edições semanais de 20.000 exemplares. Como o outro sócio de revista deveria ter lucro semelhante, as tiragens podem ter alcançado 40.000 exemplares, número razoável, levando-se em conta que se tratava de mercado nacional, motivado pelo modismo e a publicidade.

Analisando-se os testemunhos obtidos, conclui-se que um dos maiores grupos de leitores de fascículos foram adolescentes de ambos os sexos que encontravam exemplares na mesa do pai e nas estantes de parentes mais velhos. *Mário Lago* afirma que na sua casa o fascículo era entregue no portão para a empregada mas que toda a família o lia às escondidas²⁴.

A revista picante *Impéria*²⁵, uma "playboy" dos anos vinte, dirigida a um público adulto, anunciava os fascículos em páginas inteiras.

Monteiro Lobato em 1920 alertava sobre as pessoas importantes que alardeavam *Taine* e *Platão* nas estantes enquanto mantinham *Nick Carter* na mesa de cabeceira²⁶.

O jornal operário anarquista e anti clerical, "A Lanterna"²⁷, publicou na década de 20, romance de *Michel Zévaco*, o mesmo escritor dos 304 fascículos dos "Romances de Fon-Fon".

23 Para todas as referências de Lima Barreto na pesquisa ler Barbosa.

24 Entrevista de Mário Lago na revista "Rádio Teatro".

25 Editada a partir de 12.08.1926 pela Empresa de Publicações Modernas que editou na década de 20: Sherlock Holmes, Nick Carter, Raffles, Vidocq, Rocambole, Bufalo Bill, Arsene Lupine, A Emancipada.

26 Opinião de Labato (1951) apresentada no artigo "Os Livros".

27 Sobre "A Lanterna", ler Fausto (1986).

Os fascículos publicados pela editora de "Fon-Fon" de janeiro de 1910 a julho de 1933, com uma interrupção entre julho de 1915 a novembro de 1921 era do gênero *policia*l e de *capa e espada*. O primeiro correspondia as duas séries de *Nick Carter* num total de 120 cadernos. O segundo, conhecido por *Romances Históricos, Heróicos* ou de *Fon-Fon*, compunha-se das obras de *Michel Zévaco*, famoso folhetinista francês²⁷, que foram editadas em 1912, 1921, publicando 165 fascículos na primeira edição e 304 nas demais. O estudo desse corpus comprova a importância do mercado de fascículos no Brasil e a existência de uma empresa competente na sua exploração.

A empresa da "Fon-Fon" apresentava-se em 1915, organização muito semelhante às editoras modernas²⁸. Seu gerente de publicidade ocupava lugar destacado e a distribuição da revista no Rio era feita por firma independente. Mantinha correspondente em Paris e nos Estados Unidos e, desde 1912, ligações com agências de publicidade em Londres, Paris, Berlim e New York. A eficiente comercialização do fascículo por tanto tempo foi resultado de um mecanismo publicitário em contínua comunicação com o público. Esse processo, evidentemente, só ofereceu resultado positivo porque foi orientado e produzido profissionalmente.

A concorrência ao fascículo começou, em 1917, com a revista de luxo "Eu sei tudo"²⁹, que apresentava uma seção com "*romances de mistério e aventuras*". Cara e sofisticada pouco influiu no mercado. Seguiu-se a revista "*Número...*"³⁰, em 1923, considerada, com ressalvas, o primeiro "*pulp*"³¹ brasileiro.

O "*pulp*", assim chamado pelo papel inferior que utilizava, surgira na América em 1896, destronara o "*dime-novel*" e alcançara vendas milionárias nos anos 30. Especializara-se nos *contos de emoção*: faroeste, policial, aventura e amor.

"*Número...*" grangeou grande popularidade, era quinzenal e suas tiragens de 10.000 exemplares³² começaram a drenar o mercado do fascículo que se esvaiu com "*Detective*"³³ e meia dúzia de outros "*pulps*" típicos, surgidos a partir de 1936 e que iniciaram outro ciclo da literatura de massa no Brasil.

27 Escreveu mais de 31 romances de capa-espada de fundo histórico. Favorito do jovem J. P. Sartre. Nasceu em Ajaccio, 1860 e faleceu em Eaubonne, 1918.

28 O primeiro número de "Fon-Fon" de 1916 publica uma reportagem detalhada, inclusive com fotografias, dos recursos humanos e materiais da "Editora "Fon-Fon" e "Selecta".

29 Era uma adaptação brasileira da revista "Je sais Tout" que lançou Arsène Lupin.

30 "Número..." , "Revista Popular Brasileira" da "Imprensa Moderna de Carinhas Ltda." que publicou também os melhores fascículos com temática nacional: "Gil Pitta, detetive carioca".

31 "Pulp", papel de polpa. Papel inferior.

32 Quantidade informada no editorial de "Número... 72" de 21.11.1925.

33 "Detective, a revista das emoções" de 01.08.1936. Rio Editorial Novidades.

Enquanto as revistas de emoção captavam adultos, os quadrinhos atraíram o público infanto-juvenil e dominaram esse mercado a partir de 1934 com "Suplemento Juvenil" e o "Globo Juvenil" que explodiria em 1937 com uma edição de 300.000 exemplares³⁴ ao preço de 200 réis.

A concorrência não era só na imprensa periódica. O cinema, o rádio e o próprio livro trabalharam contra. Em 1933 havia mais de 433 salas de projeção nos principais estados³⁵. O "Teatro Sherlock", destinado a reviver no rádio os heróis de fascículos, apareceu em 1938, quando mais de 300.000 receptores espalhavam-se pelo país³⁶. O livro teve um incremento produtivo de 600% no período de 1930 a 1936³⁷, apresentando os clássicos da literatura de massa com uma tiragem global de mais de 835.000 volumes em 1936³⁸.

Na década de 30, os fascículos articularam uma reação a essas investidas comerciais e editores paulistas resgataram Nick Carter, confrontando-o com Al Capone³⁹; criaram um personagem adolescente e nacionalista, chamado Cipó, para aventurar-se na Amazônia. "As aventuras do garoto Cipó"⁴⁰, de fundo didático e com apoio institucional junto com os fascículos da Vecchi⁴¹ chegaram aos 40. Últimos espécimes de uma grande raça em extinção foram soterrados no início daquele ano pelos filmes seriados, as adaptações radiofônicas de heróis de "pulp" americanos e a grossa camada de revistas de emoção⁴².

Em matéria de literatura, o que existia no Brasil em 1910 era um vácuo material e imaginário. A literatura mais consumida, obras de Escribá⁴³ e dos romancistas franceses, segundo crítica das revistas mundanas, saturara o público leitor. Com o livro raro e caro, apresentando uma monotonia de estilos e tramas, estabeleceu-se um vazio no mercado. Quando surgiu o desejo de modernidade, consequência, entre outros da mudança do meio ambiente e das campanhas orquestradas pela imprensa, o fascículo ocupou o espaço vago

34 Editorial do nº 2 de "O Globo Juvenil" publicado em junho de 1937.

35 Dados computados pela pesquisa baseado em dados do censo oficial.

36 Idem, idem.

37 Conforme Hallewell (1985).

38 Publicidade que aparece em alguns livros da Companhia Editora Nacional, em 1936.

39 "Nick Carter contra Al Capone", fascículos, São Paulo, Editorial Moderna Paulista, década de 30.

40 Cipó é descrito pela publicidade como "...acima de tudo ele é brasileiro, excelente patriota, amantíssimo de sua terra". Fascículo, São Paulo, Editora EDANAEE, década de 30.

41 A Editora Vecchi foi a maior editora de fascículos. Fundada em 1913, faliu em 1984. Publicações quilométricas que duravam anos.

42 A mais conhecida foi "X-9" fundada por Roberto Marinho que, como o "Gibi", nos quadrinhos, emprestou seu título para designar o gênero "revista de emoção" no Brasil.

43 Henrique Perez Escribá, folhetinista espanhol, foi verdadeiro "campeão de audiências" na literatura de massa.

no mercado e no inconsciente da população alfabetizada, despertada por uma publicidade profissional.

Fórmula literária infalível junto ao imaginário coletivo de outros povos, apresentou-se como "o novo", principalmente quando comparado a velha temática⁴⁴ dos *folhetos medievais* e dos *criminosos luzitanos* e realmente o foi, ao popularizar os novos *heróis urbanos* de outras culturas. Envolto no carisma desses personagens, acessível no preço, alcançando os pontos desenvolvidos mais distantes, alimentado pela publicidade, conquistou espaço no imaginário e no mercado brasileiro onde, como herói, pontificava o isolado *Peri*⁴⁵, repetindo o já feito em outros países e em outros tempos.

Relativamente a população alfabetizada maior de quinze anos, estimado em 1910 em 8.643.244 leitores e ao mercado de livro nas primeiras décadas do século, o fascículo teve uma produção expressiva. Em 1910 foram editados *sete* títulos num total de 3 milhões de exemplares. Entre 1911 e 1939, sem contar os suplementos da *Ilustração*, publicaram-se outros *oitenta e cinco*, e o número total de fascículos pode ter alcançado mais de 50 milhões de exemplares. Essa produção comparada a do livro revela um mercado de massa pois, somando-se a produção dos mais vendidos nos primeiros vinte anos, *Canaã* (1910), *Exaltação* (1916), *Urupês* (1918) e os seis romances históricos de *Setúbal* até final dos anos vinte obtém-se um total de 180.000 volumes⁴⁶, o que não chega a ultrapassar a tiragem de um único fascículo, *A Volta ao mundo por dois garotos*⁴⁷, em 1910.

O fascículo influenciou o gosto literário brasileiro, introduzindo e popularizando no país os gêneros *policial*, o de *aventuras*, e principalmente o *romance histórico* explorado na obra de *Paulo Setúbal*. Outros escritores brasileiros fizeram suas tentativas com a forma e a fórmula do fascículo com resultados variados. *Eduardo Victorino*, medíocre, publicou quatro títulos, totalizando 45 fascículos. *Lima Barreto*, apesar de talentoso falhou em atrair o público e só publicou dois fascículos⁴⁸. *André Gand*, provavelmente um pseudônimo, foi o mais feliz literariamente com os dez fascículos das "*Sensacionais aventuras de Gil Pitta detetive carioca amador*", interessante pasticho de *Sherlock Holmes*. Até poetas de cordel foram influenciados pela figura de *Raffles* como se

44 Os folhetos medievais eram Carlos Magno, Donzela Theodora, João de Calais etc. Os fascínoras luzitanos eram João Brandão, José do Telhado e a famosa "Maria José, ou a filha que assassinou e esquartejou a própria mãe". Lia-se muito esses "folhetos sarrabulhentos" na opinião de João do Rio.

45 Antonio Cândido considera Peri o único grande herói popular da ficção brasileira.

46 Baseado nas informações de Hallewell (1985). A pesquisa pinçou e somou as tiragens.

47 Famoso fascículo francês de Arnold Galopin e Henri de La Vaulx editado no Brasil pela "Empresa d'Edições Modernas" e em forma de livros pela Editora Minerva.

48 Os fascículos de "As aventuras do Dr. Bogóloff" fracassaram junto ao público.

observa em "*Vicente, o rei dos ladrões*"⁴⁹ de Manoel D'Almeida Filho. Cecil Thiré, o famoso desenhista brasileiro, desenhou duas histórias em quadrinhos com o personagem vivendo aventuras no Brasil, uma delas em Itaipava.

A elaboração da *identidade nacional* é um processo de longa duração em que o relacionamento entre o presente e o passado da comunidade é muito importante. Essa relação, em parte imaginária, é medida pela reconstrução seletiva da *memória social* e das "*tradições*". Essa corrente entre o passado e o presente é forjada por *instituições* e produtores culturais, ativos construtores da identidade nacional. Os editores de 1910, na maioria imigrantes, não tiveram condições devido a falta de escritores competentes, ligados a realidade *nacional-popular*⁵⁰ ou ao risco que corriam em trocar uma fórmula literária adrede lucrativa por outra de resultados financeiros aleatórios, de nacionalizar os fascículos com temas do passado brasileiro tão fértil em aventuras. As consequências permanecem até hoje com o condicionamento a escolha de escritores estrangeiros ou com pseudônimos⁵¹ na literatura de massa e o prejuízo na consolidação da identidade nacional, observado até na criação de heróis de ficção⁵² que preencham o imaginário coletivo.

Este relato pretende fornecer dados para que se possa refletir como os brasileiros se deixaram possuir durante trinta anos por *Raffles* e *Pardaillan*⁵³, pois essa, talvez, seja a única maneira de se poder reapropriar, com maior rapidez e amplitude, *Peri* e *Pedro Malazartes*.

Bibliografia

- BARBOSA, Francisco de Assis. *A vida de Lima Barreto*.
D'ALMEIDA FILHO, Manoel. *Vicente, O rei dos ladrões*. São Paulo, Luzeiro, 1957.
FAUSTO, Boris. *Trabalho urbano e conflito social*. São Paulo, DIFEL, 1986.
GRAMSCI, Antonio. *Literatura e vida nacional*. Rio, Civilização Brasileira, 1968.
HAINING, Peter. *A pictorial History of horror stories*. Londres, Trasure Press, 1976.
HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. São Paulo, EDUSP, 1985.
LOBATO, Monteiro. *A onda verde*. São Paulo, Brasiliense, 1951.
ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo, Brasiliense, 1986.
SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão*. São Paulo, Brasiliense, 1983.
SINZIG, Pedro. *Através dos romances*. Petrópolis, Vozes, 1915.
SODRÉ, Muniz. *Best-seller: literatura de mercado*. São Paulo, Ática, 1986.
Williams, Raymond. *Cultura e sociedade*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1969.

49 A capa do cordel representando um mascarado trajando a rigor com uma mulher nos braços e a temática indicam uma apropriação do "gatuno elegante". São Paulo, Editora Luzeiro, 1957.

50 Sobre a discussão em torno da literatura nacional-popular ler Gramsci (1968).

51 Os livros de bolso atuais são escritos por brasileiros com pseudônimo.

52 Sugere-se ao leitor tentar lembrar dois ou três heróis brasileiros de ficção que realmente pertençam ao imaginário coletivo nacional. A dificuldade será evidente.

53 Principal herói criado por Zêvaco, aparece em vários romances. Além de três vezes em fascículo "Os Pardaillans" foi publicado duas vezes como romance em série no interior da "Fon-Fon" e como livro de bolso, nos anos 50. Foi novela de rádio da década de 40.