
Estratégias de promoção e divulgação: Aluísio Azevedo (1857-1913) enquanto divulgador de seus romances naturalistas¹

Cleyciara dos Santos Garcia CAMELLO²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho reflete em que medida as estratégias de divulgação (reclames), utilizadas na imprensa pelo escritor Aluísio Azevedo (1857-1913) e por seu grupo de apoiadores impactaram na recepção das obras naturalistas do maranhense. Esta pesquisa se fundamenta na “História cultural do livro” (DARNTON, 1982; CHARTIER; 1988), que se concentra na “materialidade dos impressos”, isto é, nos processos por meio dos quais os textos literários são escritos, produzidos, divulgados, vendidos e lidos, em contextos culturais específicos. Parto do pressuposto de que a utilização de reclames por parte de Azevedo era prática que não se dissociava das suas publicações literárias. Ele compreendia a necessidade dos reclames para a propagação do objeto livro, bem como entendia a literatura como uma atividade comercial em expansão no final do século XIX.

Palavras-chave: História do livro e da edição; Naturalismo; Reclames; Aluísio Azevedo.

O objetivo deste trabalho, em andamento no curso de Doutorado da Universidade Federal do Rio de Janeiro, é apresentar algumas reflexões, num esforço de entender em que medida as estratégias de divulgação – os denominados “reclames” – utilizados na imprensa pelo grupo de intelectuais ligados a Aluísio Azevedo e pelo próprio impactaram na recepção de suas obras naturalistas escritas entre 1881 e 1895, redimensionamento o seu sentido textual. O naturalista maranhense foi um dos primeiros escritores do seu tempo, no Brasil, a compreender a necessidade dos reclames para a propagação do objeto livro. Ele compreendia ser a literatura, em primeiro lugar, um bem cultural, mas não ignorava o fato de ela ser também uma atividade comercial em expansão no final do século XIX. Então mesmo discordando da prática, ele entendia que escrever e publicar livros não era o suficiente para que os leitores consumissem as suas obras, era necessário também promovê-las, divulgá-las, difundi-las e vendê-las, conforme já fazia o naturalista Èmile Zola, na França (TROYAT, 1992). Neste sentido, estudar a atuação de

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Letras Vernáculas - Literatura Brasileira (Estudos Interdisciplinares), UFRJ, email: cleyciaracamello@gmail.com.

Azevedo enquanto divulgador dos seus próprios romances pode nos ajudar a compreender como tais práticas de divulgação afetavam o redimensionamento do sentido textual dos seus livros, que resultavam em práticas de leituras diferentes da realizada pela crítica literária tradicional, presente nos manuais de literatura até os dias de hoje. Esta pesquisa também pode nos ajudar a entender melhor como se deu a trajetória literária de Aluísio, quais foram os passos percorridos por ele até a sua consagração como escritor canônico brasileiro.

Ademais, neste processo de investigação considero a noção de *ethos* do linguista Dominique Maingueneau (2006), no intuito de perscrutar de que maneira Aluísio Azevedo constrói a autoimagem de escritor naturalista “sério” (no sentido de digno de atenção), visando proteger sua reputação literária e se mostrar distinto dos escritores naturalistas que tinham suas obras entendidas como imorais, escandalosas, à época. De acordo com os estudos desenvolvidos pelo especialista em Naturalismo Leonardo Mendes (2016; 2017; 2018; 2019), pela historiadora Alessandra El Far (2004) e inúmeras fontes primárias, os livros naturalistas eram apropriados como leitura licenciosa pelos leitores “não especialistas” (expressão utilizada aqui para demarcar oposição ao leitor crítico literário) e também entendidos dessa forma por muitos homens de letras no final do século XIX. Por mais estranho que possa parecer para os leitores contemporâneos, essa era a prática de leitura dominante de livros naturalistas no período, e não a leitura de viés pedagógico trazida nos manuais de literatura. Tal leitura moralizante era realizada tão somente por alguns homens de letras, muitos não se convenciam desse fato. Por conseguinte, Aluísio Azevedo sabia que, para tornar-se um escritor canônico, a respeitabilidade burguesa era imprescindível. Por isso, empregava esforços com apoio do seu grupo para que seu nome não fosse associado oficialmente à literatura naturalista imoral, chamada de “pornográfica” à época. Isso arruinaria sua imagem e consequentemente sua carreira literária.

Desde o aparecimento no Brasil, no último quartel do sec. XIX, de romances polêmicos do escritor português Eça de Queirós (1845-1900) e do francês Émile Zola (1840-1902), a crítica nacional, com algumas ressalvas, tem se posicionado combatente ao naturalismo. A conhecidíssima opinião detratora de Machado de Assis sobre o Primo Basílio (1878), publicada no periódico *O cruzeiro* em 16 e 30/04/1878 (*O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, Edição 119, 30/04/1878, p.1. Disponível em: < <http://memoria.bn.br/>>. Acesso em: 22/09/17.) é a base que sintetiza as objeções que os escritores dominantes – e a crítica

hegemônica – reservavam à nova escola realista, nos sentidos formal e moral: rechaço ao excesso de descritivismo (de lugares, de cenas e das “coisas mínimas e ignóbeis”) que resultaria na substituição do principal pelo acessório; não convencimento acerca da finalidade pedagógica dos romances naturalistas, embora não seja opinião unânime; rejeição aos dogmas cientificistas da escola, contudo reconhecimento do talento dos escritores (Machado assente com entusiasmo o dom de observação de Eça de Queiroz); inadmissão de comportamentos não condizentes, sobretudo das mulheres, com os códigos sociais aceitos pela burguesia e igreja, resultando na vulgaridade das ações dos personagens em detrimento a atos dignificantes de efeito moral; cobrança de propósito dos romances; linguagem “crua” entendida como imprópria do decoro literário; e o problema do “hibridismo” da estética, que se distanciava da arte pura. Ao ler Eça de Queiroz, Machado de Assis percebeu que os romances naturalistas ganhariam facilmente o público, por isso chega a advertir os jovens romancistas de Portugal e do Brasil: “não se deixem seduzir por uma doutrina caduca, embora no verdor dos anos” . Os principais aspectos negativos do naturalismo, repisados através dos anos na opinião da crítica tradicional são, em geral, os apresentados nessa crítica.

Para Mendes (2014), o naturalismo no Brasil foi um movimento estético-literário relegado a um lugar periférico no âmbito da História da Literatura Brasileira desde o seu surgimento, assertiva que pode ser comprovada a partir dos primeiros manuais literários nacionais, surgidos no final do Oitocentos, até os mais atuais. Opiniões de influentes críticos como José Veríssimo (1857-1916) e Silvio Romero (1851-1914), bem como as de escritores prestigiados, como Machado de Assis (1839-1908) – todos coetâneos ao naturalismo, foram cruciais para sedimentar o estigma negativo que carrega a escola literária. Os estudos de Araripe Júnior (1848-1911), ora se aproximando da visão da tradição crítica, ora se distanciando, são também fundamentais para se entender a visão acadêmica hegemônica acerca da nova escola realista no período. Ele, assim como Aderbal de Carvalho (1872-1915), apresenta postura mais aberta e receptiva ao movimento. No entanto, as visões desses dois críticos, favoráveis à estética naturalista, geralmente são deixadas de fora dos manuais de Literatura. Já a crítica do século XX, representada nas vozes de Lucia Miguel Pereira (1901-1959), Afrânio Coutinho (1911-2000), Alfredo Bosi (1936-) e Nelson Werneck Sodré (1911-1999), principais nomes estudados nas faculdades de Letras brasileiras acerca da estética, mantêm posicionamentos inflexíveis com relação ao naturalismo, influenciados pelos primeiros

críticos mencionados. Sodré admite que assim “nesse diapasão, manteve-se a crítica através dos anos” (SODRÉ, 1969, p. 183-184), indicando que tais sentenças lançadas sobre a estética por críticos consagrados permanecem solidificadas nos manuais de literatura.

Assim, ao fazermos a revisão do posicionamento da historiografia literária brasileira acerca do naturalismo, é possível compreender a resistência da Academia em admitir novos entendimentos sobre obras literárias de seus autores mais destacados. Observa-se, hoje, moderada aceitação de estudos renovados a respeito de escritores naturalistas considerados de menos prestígio pela crítica tradicional, uma vez que estes parecem não ser considerados de grande relevância para o cânone. Contudo, quando se trata de nomes consagrados da historiografia literária, outra lógica se opera. No caso do principal nome do naturalismo no Brasil, Aluísio Azevedo (1857-1913), a barreira que se impõe contra novas formas de estudos é bastante sólida. Nota-se, assim, que a maior parte das pesquisas recentes sobre as obras literárias de Azevedo estão empenhadas em robustecer as mesmas ideias escritas há mais de cem anos por teóricos consagrados da área. São pesquisas de extrema relevância, cumpre ressaltar, mas que hoje trazem pouquíssima (ou nenhuma) novidade e dão continuidade ao hegemônico modo de pensar o naturalismo.

Para Mendes (2014), a hostilidade à ficção naturalista pela historiografia tradicional esconde o apego a uma concepção sagrada de homem e de literatura, sob a perspectiva do “imaginário romântico” de arte. Sendo o objetivo da literatura “elevantar” o ser humano, como ela poderia representar o que era considerado “imundo”, “imoral”, “podridão”, “repugnante”, “torpe”? Esses termos foram frequentemente utilizados pelos críticos do final do sec. XIX para depreciar a ficção naturalista. Na maioria das vezes, o caráter científico das obras naturalistas era entendido como “pretexto” para que os romancistas produzissem bandalha escudada pela ciência. Ao se defenderem, os escritores invocavam uma intenção pedagógica por trás do enredo (KENDRICK, 1987). A historiografia literária tradicional, que tende a naturalizar a autoimagem do autor, lê as obras naturalistas considerando apenas o paradigma do controle, baseada na suposta intenção do autor e partindo do pressuposto que o sentido da obra se realiza completamente na leitura (CHARTIER, 1994). O problema é que esse ponto de vista universaliza apenas a percepção dos escritores dominantes sobre as obras naturalistas, e

desconsidera a forma como esses livros foram apropriados por leitores comuns e livreiros, omitindo experiências reais de indivíduos históricos.

Na presente pesquisa, diferentemente da abordagem adotada pela crítica tradicional, o naturalismo é pensado sob a perspectiva da “História Cultural do Livro”, desenvolvida pelos Historiadores Roger Chartier e Robert Darnton. Os estudiosos defendem que o sentido de um texto literário é construído dentro de um processo de comunicação complexo e interconectado, que envolve vários elementos e agentes literários, dentro de um determinado tempo na história de uma dada sociedade. Por conseguinte, novas perguntas ao corpus são feitas, buscando novas fontes e novos procedimentos (DARNTON, 2010, p. 192). Essa nova abordagem desprendida de critérios puramente estéticos tem possibilitado novos entendimentos acerca dos romances naturalistas.

Para auxiliar a perspectiva de estudo que adoto nesta pesquisa, busco suporte e embasamento em conhecimentos teóricos que se atentam para a “materialidade do livro”, bem como no acervo da Hemeroteca Digital Brasileira da Fundação Biblioteca Nacional. Tais leituras e documentos históricos têm possibilitado pesquisadores (que não aderem a visão tradicional sobre o naturalismo) ressignificarem obras literárias da estética, uma vez que são estudados os textos literários em si, mas considerando os processos por meio dos quais eles são escritos, produzidos, divulgados, vendidos e lidos, em contextos culturais específicos (CHARTIER, 1988; 1999). A História Cultural do Livro se interessa por cada fase desses processos e com o processo como um todo, em todas as suas variações ao longo do espaço e do tempo e em todas as relações com outros sistemas – conjuntura econômica e social, influência intelectual, políticas, legais e religiosas, comportamento social e gosto, pressões comerciais e publicidade – no ambiente que o cerca (DARNTON, 2008; 2010).

No intuito de manter este estudo dentro de proporções controláveis, faço um recorte. Apenas um segmento do processo de comunicação citado (no parágrafo anterior) é estudado, no entanto é necessário ter sempre em mente que as partes não adquirem seu significado integral a menos que relacionadas ao todo. Conforme Darnton afirma, uma das dimensões da História Cultural dos Livros e da vida literária é a “publicidade”, que no período histórico deste estudo recebia o nome de “reclame”. Assim, tal elemento faz parte do processo que se constrói o sentido de um texto, assim como acontece com o papel do livreiro, do tipógrafo, do editor, do vendedor de livros de porta em porta, das opiniões

dos críticos literários, etc. Esse recorte de pesquisa dá prosseguimento ao trabalho iniciado no mestrado, desenvolvido no Programa de Pós-graduação em Letras da UERJ sob a supervisão do Prof. Leonardo Mendes, intitulado “A filha do conselheiro: cientificismo, licenciosidade e promoção publicitária em *O homem*”, de Aluísio Azevedo (2018).

Sob a perspectiva de estudo adotada, a minha pesquisa revelou que *O homem* (1887) foi um grande sucesso comercial no momento da sua primeira circulação. Isso garantiu ao literato o fechamento de contratos com a L. B. Garnier, a editora de maior reputação e relevância no Rio de Janeiro, a qual publicava autores de renome, a exemplo de Machado de Assis. A L. B. Garnier não editava autores novos e desconhecidos (EL FAR, 2004). As três primeiras edições de *O homem*, com tiragens de 1.900 exemplares por edição, foram publicadas por uma pequena tipografia do Rio de Janeiro e se esgotaram entre outubro e dezembro de 1887 (MÉRIAN, 2013, p. 398). O homem foi um sucesso de vendas, até para os padrões atuais, e contou com o auxílio de algumas estratégias de divulgação: anúncios, eventos de promoção (conferência literária, almoços e recepções), pequenas intrigas intencionalmente provocadas na imprensa em torno do romance para despertar curiosidade nos leitores, homenagens públicas a Aluísio Azevedo e críticas ao romance – muitas delas escritas pelos amigos intelectuais do naturalista (dispersos por quase todos os estados do país) – e, finalmente, uma adaptação do romance para o teatro. O autor recorreu até mesmo à panfletagem manual, no modo corpo a corpo, abordando pessoalmente potenciais leitores nas ruas centrais do Rio de Janeiro. Todas essas táticas utilizadas por Azevedo e seu grupo para difundir o romance estão detalhadas na dissertação citada e podem também ser conferidas, de forma sucinta, no artigo científico intitulado “*O homem* (1887), de Aluísio Azevedo, como best-seller erótico”. escrito em coautoria com o Prof. Leonardo Mendes, publicado na revista acadêmica, *Alea: Estudos Neolatinos*, Qualis CAPES A1: <https://revistas.ufrj.br/index.php/alea/article/view/29875>).

Devido ao incontestável êxito comercial, *O homem*, romance que conta a história do tórrido relacionamento entre os primos Fernando e Magdá, pode ser considerado um best-seller erótico para a época. Essa afirmação revela dois fatos sobre a obra que podem muito facilmente chocar os leitores contemporâneos: a) ter sido apropriada como escrita licenciosa por aquela sociedade de fins do século XIX, e b) ter sido muito bem vendida. De olho no êxito editorial, a Garnier lançou, em setembro de 1888, a quarta edição de *O*

homem e reimprimiu *O mulato*, *O coruja* e *Casa de pensão*, obras anteriores do autor. O grupo de Aluísio Azevedo divulgou essas publicações, já com o selo da editora, com efusivo entusiasmo na imprensa. Ter livros publicados pela maior editora da época significava projeção no círculo das letras. Contudo, mesmo sendo um fenômeno comercial e ter impactado aquela sociedade do Oitocentos, *O homem* surpreendentemente foi desaparecendo ao longo do tempo, perdido em alguma viela obscura do labirinto da historiografia literária brasileira.

As afirmações anteriores quanto ao sucesso de vendas do romance sobre Magdá e seu primo podem dar a impressão de que esta pesquisa tenha algum interesse em evidenciar positivamente o comércio de livros, especificamente, o da literatura. Todavia, esse entendimento seria um equívoco, pois conforme nos aponta Darnton, as influências externas ao texto, o comércio livreiro em questão, devem ser consideradas porque afetam o redimensionamento do sentido de uma obra literária. Ou seja, considerar o dado “comércio livreiro” neste estudo, possibilita-nos a compreender como foi possível, por exemplo, *O homem* ter sido apropriado como escrita licenciosa naquele momento. Ademais, esta pesquisa não poderia se furtar ao contexto relativo à ampliação do comércio de livros e de leitores que acontecia no Rio de Janeiro de finais do século XIX, consequência das transformações sociais, culturais, políticas, econômicas e dos avanços nos processos de produção de impressos (EL FAR, 2004), uma vez que esse cenário atenta para o fato de os romances não representarem uma escrita isolada do mundo que os cerca ou de ser algo originado somente da imaginação criativa de seus autores.

Todo esse contexto se dá simultaneamente com o debate sobre a reivindicação da profissionalização de escritores e da luta pela garantia dos direitos autorais. Assim, a trajetória de Aluísio Azevedo é exemplar em um momento no qual escritores lutavam para serem reconhecidos como profissionais das letras e, como tais, serem devidamente remunerados por seus trabalhos. Azevedo compreendia precisar escrever textos literários que atendessem a determinados gostos do público, como o dos homens de letras (era importante ser reconhecido pelos pares), mas também o dos milhares de leitores potenciais da expansão editorial pós-1870. O naturalista foi um dos primeiros escritores, no Brasil, a compreender que essa era a realidade do artista e a explorar essa relação no intuito de incrementar a exposição midiática (do autor e da obra), aumentar as vendas de seus livros e consagrar-se no campo literário. Importante frisar que ele não tinha orgulho disso e o fazia de forma pragmática, estritamente profissional. Contava com a máquina

de divulgação comandada pelo irmão, Artur Azevedo, bem como de suas diversas colunas nos jornais e seus muitos aliados na imprensa. Como se observa, todas essas questões passam a ser colocadas de forma objetiva naquele contexto de final do sec. XIX. A literatura começa a se vincular ao capital e ao reclame de forma inescapável. Ao consultarmos os anúncios de livros, feitos por livreiros à época, constata-se que, na visão deles, as obras literárias eram mercadorias geradoras de lucro (nada diferente do que é hoje), e os reclames, estratégia imprescindível para a obtenção desse lucro.

Na reconstrução da trajetória histórica e cultural do livro *O homem* (1887), conforme proposto por Chartier (1990), revisitei os anos 1886, 1887 e 1888 por meio da Hemeroteca Digital. As fontes primárias me permitiram ter acesso à rede de relacionamento da cultura letrada brasileira registrada na imprensa no contexto de produção, circulação e primeira recepção de *O homem*. Os documentos revelam que os números expressivos de vendas do romance foram a resultante de um conjunto de reclames de variados tipos e com sentidos ambíguos (que davam ênfase no aspecto cientificista e licencioso do livro, simultaneamente). Essas ações foram coordenadas pelo próprio autor com o apoio de sua influente rede de amigos da imprensa (GARCIA-CAMELLO, 2018), um seleto grupo de intelectuais respeitados à época, como Artur Azevedo, Pardal Mallet, Coelho Neto, Valentim Magalhães, dentre outros (MELLO, 2007). Contraditoriamente, e apesar de saberem do perigo da estratégia de divulgação ambígua, assim mesmo investiram de maneira deliberada no potencial licencioso de *O homem* para alavancar a venda do título.

A partir da divulgação de caráter dúbio, foi possível perceber o redimensionamento dos sentidos textuais do romance *O homem*. Constatei, então, como foi possível muitos homens de letras terem realizado a leitura antipedagógica da obra, que se diferencia da leitura de teor moralizante (da visão da crítica tradicional). A leitura antipedagógica não é “autorizada” pela historiografia, ela opta por selecionar determinadas passagens do livro para serem lidas, relidas e recontextualizadas de acordo com a imaginação e com os desejos eróticos do leitor (MAINGUENEAU, 2010), ao passo que o estudo do “caso patológico” (em voga à época), intrínscico à narrativa de *O homem* por abordar a história de uma mulher considerada histérica, não saltava aos olhos do leitor da mesma forma como o viés licencioso, no entendimento desses intelectuais. Para eles, a obra se tratava mesmo tão somente de escrita licenciosa.

Cumpramos frisar que, independentemente da divulgação de sentidos ambíguos de *O homem*, aos olhos do leitor não especialista (alheio às teorias científicas da época) a obscenidade da obra se agigantava perante o estudo do “caso patológico”, como fica em evidência em diversos artigos encontrados na Hemeroteca Digital. Essa era a prática de leitura hegemônica entre os leitores não críticos de obras naturalistas. A seguir, o articulista de J. Rodrigues Guião, do periódico *O Paiz*, discorre sobre o motivo do sucesso de *O homem* tanto no meio popular quanto entre os homens de letras:

A crítica literária já sacramentou essa obra, prodigalizando-lhe os mais justos e lisonjeiros encômios; o público já manifestou a sua opinião num silêncio aprovador, comprando o livro. As obras literárias têm dois estalões por onde medem a sua força, a sua importância: o da crítica científica e o da crítica popular ou opinião pública. (...) Nesse romance excessivamente realista e de elevada intuição científica, mais uma vez soube Aluísio Azevedo tirar proveito do seu largo espírito de observação, entornando nas páginas do seu trabalho a vida real, como ela palpita na sociedade. (...) o realismo, interpretado estupidamente pelo populacho como a síntese da imoralidade, tem nesse fato a causa da sua popularidade. O Zé povinho pouco se importa com a elevada intuição científica da escola realista, nem quer saber quais os métodos usados por ela, o que ele quer é imoralidade; efeito da corrupção social talvez...” (O Paiz, Rio de Janeiro, Edição 1155, 04/12/1887, p. 2. Disponível em: < <http://memoria.bn.br/> >. Acesso em: 09/07/17).

Isso nos levar a pensar que os leitores não especialistas podem não ter sido impactados pelos reclames realizados sobre a obra. Por outro lado, para muitos homens de letras, a divulgação de sentidos ambíguos confirmava e reforçava a ideia de ser *O homem* (bem como a estética naturalista de modo geral) pura e simplesmente “pornografia” disfarçada de ciência (GARCIA-CAMELLO, 2018). Essa visão fica evidente na opinião de diversos críticos à época. O excerto a seguir, de um articulista do *Jornal do commercio*, ilustra bem esse posicionamento. Para ele, o livro não serviria para homens nem para mulheres por conta do seu aspecto imoral. Importante ressaltar que muitas obras naturalistas eram categorizadas pelos livreiros como “romances para homens”, uma seção dentro da livraria ou do jornal, para se referirem aos livros de caráter “pornográfico”, considerados impróprios para as mulheres pela sociedade de então (EL FAR, 2004):

À medida que avançamos pela leitura, era um crescendo de termos cada qual mais grosseiro para descrever coisas e atos aliás muito naturais, quanto a isto não há dúvida. Fazemos ao autor a justiça de acreditar que ele nunca proferirá tais palavras numa sala de boa sociedade, entretanto

escreve-as. Numa roda de rapazes, falando de cenas como as que se descrevem, a linguagem seria muito mais crua, breve e enérgica. Para que serve este pseudonaturalismo, que não é leitura nem para homens nem para senhoras? (Jornal do Commercio, edição 283, 12/10/1887, p. 1. Disponível em: < <http://memoria.bn.br/>>. Acesso em: 01/06/17).

Alguns articulistas imputavam a imoralidade encontrada em *O homem* a Zola, mestre do naturalismo, ao se queixarem ser justamente a “face suja” da escrita do autor francês a copiada por outros naturalistas. Aqui cabe a importante ressalva de que as opiniões dos críticos literários da época, publicadas e amplamente difundidas nos periódicos, devem ser levadas a sério porque esses críticos são sujeitos históricos daquela sociedade, intrinsecamente ligados ao objeto em questão. A seguir, há mais uma comprovação de que muitos livros da estética (franceses, brasileiros e portugueses) eram percebidos como licenciosos no período:

Mas por isso mesmo que o triunfo é indiscutível, precisamos acentuar bem qual o verdadeiro e qual o falso naturalismo, a fim de não perdermos completamente o fruto da vitória. A natureza tem duas faces: a face limpa e a face suja. Por que o grande monografista dos Rougon-Macquart há de timbrar em estudar exclusivamente a segunda? A propaganda que ele impulsiona com o seu enorme talento deve dirigir-se a todos: homens e mulheres, velhos e moços. Estudando a face boa, a face limpa da natureza e modelando por ela os seus romances, eles poderão ser lidos por todos: entretanto que, restringindo-os à face má, à face suja, terá que sujeitá-las ao rótulo: leitura para homens. (...) E esta aberração do espírito de Zola já tem produzidos maus frutos. Entre nós Aluísio Azevedo escreveu *O homem* e em Portugal, Eça de Queiroz escreveu *A Relíquia*. Quando o genial romancista reconhecerá o seu erro e, emendando-o, tornar-se-á o genuíno sucessor de Balzac, o chefe da verdadeira escola naturalista? (A Semana, Rio de Janeiro, Edição 157, 31/12/1887, p. 2. Disponível em: < <http://memoria.bn.br/>>. Acesso em: 29/06/17).

Não era a primeira vez que Aluísio Azevedo recorria aos reclames de maneira consciente e deliberada para ganhar projeção midiática, manter-se em destaque no campo literário e ter seus livros vendidos. Esse procedimento teve início com a publicação de *O mulato* (1881), conforme aponta Jean-Yves Mérian (2013), estudioso francês da vida e obra do literato. Mérian revela, num estudo acuradíssimo, como se deu todo o complexo processo de promoção do romance. Azevedo fez uso de métodos de divulgação que eram novos na capital do Maranhão e “pouco frequentes até mesmo no Rio de Janeiro” (MÉRIAN, 2013, p. 239). O literato lançou mão de mais de um tipo de suporte de comunicação, antecipadamente preparou o público leitor através da imprensa (pelos

periódicos *O Pensador e Pacotilha*, desde o início de janeiro de 1881, meses antes da publicação do livro) e escolheu o melhor momento para publicar a primeira edição de mil exemplares.

A oportunidade ideal viria quando o clero intentou processo contra os redatores do jornal *O Pensador*, periódico maranhense com o qual colaborava o romancista. A notícia escandalosa do processo foi entendida por Aluísio Azevedo como reclame perfeito para lançamento do livro. Embora *O mulato* seja mais conhecido pelo debate dos preconceitos raciais, o naturalista utilizou como recurso para estimular as vendas o caráter anticlerical da obra. Esse é o melhor argumento para desmentir as declarações do próprio romancista no prefácio da edição de 1889, pela Livraria Garnier: “Afição que durante a gestação, não me preocupei absolutamente com o efeito que o livro teria de produzir sobre o público” (APUD MÉRIAN, 2013, p. 243). Os métodos de divulgação do romance, empregados pelo autor, provam o contrário da declaração, pois ele explorou oportunamente o conflito entre clericais e anticlericais para o lançamento de *O mulato*. Azevedo difundiu na imprensa repetidas vezes o seguinte anúncio, até o momento da publicação do romance: “O Mulato. Com este título será no princípio do mês vindouro publicado um romance do Sr. Aluísio Azevedo, no qual o autor propõe-se argumentar contra os abusos religiosos, que se dão nesta cidade” (*O Pensador*, São Luís (MA), edição 13, 10/01/1881, p. 3. Disponível em: <http://memoria.bn.br/>. Acesso em: 30/05/2019). Assim, notamos que Aluísio Azevedo recorria a tais estratégias de divulgação com certo desgosto, e até as negaria publicamente, conforme faz no prefácio citado.

Essa maneira de “dissimular” os fatos era como o maranhense “encenava” discursivamente para o público (MAINGUENEAU, 2006), no intuito de elaborar a imagem de escritor lido e admirado pelo seu talento artístico e afastar a ideia de que precisasse recorrer a apelos publicitários ou a qualquer outro elemento extralinguístico para que o público lesse seus romances naturalistas. Segundo Mérian, dois anos após o lançamento de *O mulato*, Aluísio Azevedo publicou um artigo no Rio de Janeiro no qual alegava que, como forma de boicote à obra, os periódicos do Maranhão conservaram “o mais inquebrantável silêncio, porque atava de frente a escravidão e a tal Atenas é indecentemente a mais escravocrata de todas as províncias do Brasil” (APUD MÉRIAN, 2013, p. 244). Essa afirmação não corresponde à realidade, pois basta uma simples consulta aos jornais do Maranhão de 1881 (via Hemeroteca Digital) para constatar que o lançamento do livro, ao contrário do que o autor apregoava, causou enorme impacto na

imprensa e na sociedade da época. Aluísio Azevedo estava, mais uma vez, “encenando” publicamente. Ao que parece, ele não estava preocupado em guardar coerência com a realidade porque precisava elaborar discursivamente uma imagem de si (a de escritor naturalista a ser “levado a sério”) com base nas representações sociais que julgava adequadas para conquistar a confiança e a adesão do público burguês e dos homens de letras na sociedade brasileira do final do Oitocentos (MAINGUENEAU, 2006).

Ainda nos bastidores do lançamento de *O mulato*, Aluísio Azevedo mandou publicar vários artigos no periódico *O Pensador*, alguns de teor solene e outros de teor cômico, os quais se referiam à obra como se ela já tivesse sido lançada e ao protagonista como se ele existisse no plano real, em carne e osso, tudo isso no intuito de despertar a curiosidade do público: “Acha-se entre nós o Dr. Raimundo José da Silva, distinto advogado que partilha de nossas ideias e propõe-se a bater os abusos da igreja. Consta-nos que há certo mistério na vinda deste cavalheiro” (APUD MÉRIAN, 2013, p. 241). Essa tática também foi utilizada com o folhetim *Filomena Borges* (1883-1884), de autoria de Azevedo, sobre o qual a imprensa escrevia notas dúbias, dando a entender ser Filomena, a heroína da história, uma mulher real, como veremos adiante.

Após o polêmico lançamento de *O mulato*, o *Civilização*, jornal católico, reagiu imediatamente e fez duras críticas ao romance por conta das ideias anticlericais presentes na narrativa. Junto com a reação negativa dos padres, veio o sucesso de vendas do livro. O lançamento da obra foi acompanhado por outra manifestação artística cuidadosamente orquestrada: a Polca para piano de *O mulato*. A música, que rapidamente tornou-se muito popular, segundo Mérian (2013), havia sido composta ao mesmo tempo em que o romance estava sendo impresso e transformou-se num importante reclame. Tática parecida também foi utilizada quando da publicação de *O homem*, que inspirou a Revista dos acontecimentos do ano de 1887, peça homônima escrita por Artur Azevedo e por Moreira Sampaio (FARIA, 2017). As encenações da revista, que tiveram início dois meses após a publicação da obra, ajudaram a manter o interesse do público pelo livro.

Outra obra que Aluísio Azevedo fez uso de reclames nos bastidores do seu lançamento é o já citado folhetim *Filomena Borges* (LAMONICA, 2015). Para promovê-lo, o romancista e a *Gazeta de Notícias* criaram a história de uma mulher – Filomena Borges – que teria distribuído cartões de visita a boa parte do Rio de Janeiro. A partir da discussão na imprensa sobre quem seria essa mulher, retratada como se fosse real, uma grande expectativa no público foi criada. Aluísio prometeu, então, contar em folhetins a

serem publicados pela Gazeta a “história real” daquela mulher misteriosa. Na tentativa de aguçar ainda mais a curiosidade dos leitores do periódico, o nome da heroína foi largamente divulgado por articulistas em diversos jornais para os mais diferentes tipos de interesse. Conforme Lamônica (2015), estudioso que reconstruiu toda a campanha de divulgação do folhetim na sua pesquisa de mestrado, a heroína Filomena Borges serviu para vender roupas, partituras e atrair pessoas para festas e espetáculos. Ela também foi tema de carro alegórico de desfile de carnaval e adaptada para o teatro e apresentação circense. Esse conjunto de reclames criou imensa expectativa na recepção da história. Lamônica chama de “esforço mercadológico” todo esse aparato de divulgação criado em torno da heroína. Para ele, *Filomena Borges* é “romance comercial por excelência” (LAMONICA, 2015, p. 83), visto que “o romance sairá do folhetim e romperá a barreira literária, demonstrando relações íntimas entre literatura, imprensa, teatro e a comercialização de todos eles” (p. 75). Se por um lado, os reclames possibilitaram enorme sucesso de venda de variados artigos comerciais, os chamados “objetos derivados da literatura” (THÉRENTY; WRONA, 2019), o mesmo êxito não se repetiu em termos literários, já que a obra não teve boa recepção pelos críticos da época. No entanto, é importante ressaltar que Aluísio Azevedo foi obrigado a encurtar e encerrar o folhetim às pressas por ordem do editor da *Gazeta*, uma vez que seu conteúdo trazia severas críticas ao Imperador Dom Pedro II. Em termos comparativos, um folhetim do mesmo período costumava contar com aproximadamente 90 edições, ao passo que Filomena Borges teve seu encerramento precoce na edição de número 27 (LAMONICA, 2015, p. 47), o que certamente prejudicou o resultado. É possível que essa possa ser a causa de o folhetim não ter conseguido lograr sucesso literário.

Por fim, proponho neste trabalho a apresentação da trajetória de Aluísio Azevedo enquanto divulgador dos seus próprios romances naturalistas, acrescentando reflexões decorrentes das últimas fontes primárias encontradas na Hemeroteca Digital a respeito da campanha publicitária realizada na publicação do romance *Casa de Pensão* (1883-1884) que foi divulgado como a primeiríssima obra brasileira verdadeiramente naturalista, escrita integralmente sob os preceitos da estética. Observa-se que houve grande empenho por parte do grupo de Aluísio Azevedo para dissociar *Casa de Pensão* (estudo naturalista sério) dos folhetins do autor (leituras de entretenimento): *Memórias de um condenado* (1882) e *Mistérios da Tijuca* (1883-1884), dado que os três romances trazem em comum histórias de crimes e o fato de terem sido publicados em folhetins praticamente no mesmo

período. A ideia que persiste em muitas resenhas críticas sobre *Casa de Pensão* é a de que esse romance se diferenciava em aspectos literários dos dois outros livros citados (folhetins), no entanto se observa que os processos de criação artística utilizados pelo autor são os mesmos. A narrativa do estudante Amâncio foi publicado em folhetins, no *Folha Nova*, até o seu capítulo XII, em 1883. O restante da história apareceu em fascículos avulsos. Em 1884 surgiram três edições em livro, indicando sucesso comercial, bem como o reconhecimento da obra como uma grande produção literária naturalista nacional, conforme passaria para a história.

REFERÊNCIAS

- ARARIPE JÚNIOR, Tristão de Alencar. **Araripe Júnior: Teoria, crítica e história literária**. Org. Alfredo Bosi. Rio de Janeiro: LTC; São Paulo: Edusp, 1978.
- BOSI, Alfredo. **História Concisa da Literatura Brasileira** – 43º. Editora Cultrix: São Paulo, 1970.
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- CHARTIER, Roger. **A história cultural**. Entre práticas e representações. Lisboa: Difel, Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.
- _____. **A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.
- _____. **As utilizações do objeto impresso**. Lisboa: Difel, 1988.
- DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- EL FAR, Alessandra. **Páginas de sensação**. Literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924). São Paulo: Cia. das Letras, 2004.
- FARIA, João Roberto. **Arthur Azevedo e a revista de ano: O homem**. O eixo e a roda, Belo Horizonte, v. 26, n. 2, p. 229-251, 2017.
- FROST, Simon R. **The business of the novel: economics, aesthetics and the case of Middlemarch (Literary texts and the popular marketplace)**. 2nd edition. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2016.
- GARCIA-CAMELLO, Cleyciara. **A filha do conselheiro: cientificismo, licenciosidade e promoção publicitária em O homem**, de Aluísio Azevedo. Dissertação (Mestrado em Literatura Brasileira). Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2018.
- LAMONICA, Lucas de Castro. **Filomena Borges: romance, imprensa e política**. Dissertação (Mestrado em História e Historiografia Literária) – Instituto de Estudos da Linguagem, UNICAMP, Campinas, 2015.
- MAINGUENEAU, D. **Ethos, cenografia, incorporação**. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do Ethos*. Tradução de Dílson Ferreira da Cruz, Fabiano Comesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. **Discurso literário**. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. **A propósito do ethos**. Trad. Luciana Salgado. In: MOTTA, A.R.; SALGADO, L. (Orgs.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29.
- MELLO, Maria Tereza Chaves de. **A modernidade republicana**. Revista Tempo, Niterói (RJ), Universidade Federal Fluminense, n. 26, 2009, p. 15-31.

- MENDES, Leonardo. **O Aborto, de Figueiredo Pimentel**: Naturalismo, pedagogia e pornografia no final do século XIX. In: Figueiredo Pimentel: um polígrafo na Belle Époque. Leonardo Mendes, Pedro Paulo Catharina. (Org.). São Paulo: Alameda, 2019, p. 261-349.
- _____. **The Bachelor's Library**: Pornographic books on the Brazil-Europe circuit in the late nineteenth-century. In: ABREU, Márcia (ed.). The transatlantic circulation of novels between Europe and Brazil. London: Palgrave, 2017, p. 79-100.
- _____. **Livros para homens**: sucessos pornográficos no Brasil no final do século XIX. Cadernos do IL, Porto Alegre, n° 53 (jan), p. 173-191, 2016.
- _____. **Zola as pornographic point of reference in late nineteenth-century Brazil**. Excavatio – International Review for Multidisciplinary Approaches and Comparative Studies related to Emile Zola and his Time, Volume XXX, s.p., 2018.
- _____. **Júlio Ribeiro**, O Naturalismo e a dessacralização da literatura. Pensares em Revista. São Gonçalo-RJ, n° 4, p. 26-42, jan/julh.2014.
- MÉRIAN, Jean-Yves. **Aluísio Azevedo**: vida e obra (1857-1913). Trad. Claudia Poncioni. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Garamond, 2013.
- PEREIRA, Lucia Miguel. **História da literatura brasileira**: prosa de ficção: de 1870 a 1920. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1988.
- RAMOS, R. **Do reclame à comunicação**: pequena história da propaganda no Brasil. São Paulo: Global, 1985. 3ª edição.
- ROMERO, Silvio. **Retrospecto Literário, História da Literatura Brasileira**. 3ª. ed. Livraria José Olympio Editora, Rio, 1943. v. 5.
- VERÍSSIMO, J. **José Veríssimo**: Teoria, crítica e história literária. Seleção e apresentação de João Alexandre Barbosa. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos; São Paulo: Edusp, 1977.
- THÉRENTY, Marie-Ève; WRONA, Adeline (dir.). **Objets insignes, objets infâmes de la littérature**. Paris: Édition des archives contemporaines, 2019.
- TROYAT, Henri. **Zola**. Trad. Maria das Graças L.M. do Amaral. 1ª edição. São Paulo: Editora Página Aberta Ltda, 1992.