

**DOS RODAPÉS AOS LIVROS: LITERATURA NO *JORNAL DO COMMERCIO*
(PERIÓDICO E TIPOGRAFIA)**

Odair Dutra SANTANA JÚNIOR (UNESP/Ibilce)

Profa. Dra. Lúcia GRANJA (Orientadora) (UNESP/Ibilce)

Resumo: A partir das obras literárias que saíram à luz pela tipografia do *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, entre 1827 e 1865, e que hoje compõem os acervos de bibliotecas do país, apresentamos algumas considerações acerca da produção literária realizada por sua oficina no período. Para o levantamento dessas obras, foram consultados os acervos da Fundação Biblioteca Nacional, da Biblioteca Mário de Andrade, da Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin e o portal do Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade de São Paulo (SIBiUSP). Percebemos, ao analisar essa produção, uma concentração dessas obras entre os anos de 1839 e 1848, relacionada, entre outros fatores, ao desenvolvimento do folhetim nos jornais brasileiros e ao hábito de reimpressão dos romances-folhetim pelas tipografias do período após sua publicação pelo jornal. Apresentaremos esses títulos, as características dessas obras, suas trajetórias nas páginas do jornal em folhetim e/ou anúncios para, dessa relação entre divulgação ao rodapé da página e reimpressão em volume, demonstrar como a atividade editorial realizada pelas oficinas dos jornais do XIX colaborou para a criação e manutenção de um comportamento literário e leitor em voga no período.

Palavras-chave: *Jornal do Commercio*. Tipografias. Romance-folhetim. Século XIX. História editorial.

Neste artigo, comentaremos a atividade editorial que era realizada pela tipografia do *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro durante suas “horas ociosas” entre 1827 e 1865, isto é, a atividade realizada pelos seus prelos quando não estavam a serviço da impressão do jornal no período. Para isso, realizamos um levantamento das obras publicadas pela tipografia do *Jornal* junto aos acervos da Fundação Biblioteca Nacional, da Biblioteca Mário de Andrade, da Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin e junto ao portal do Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade de São Paulo (SIBiUSP), a partir da busca de tal traço editorial no registro de entrada das obras nessas instituições. Nesse levantamento, observamos uma expressiva e variada atividade de

impressão, ou seja, confirmamos que as “horas ociosas” da tipografia não tinham nada de “ociosas” e que a atividade editorial por ela realizada abrangeu diversos assuntos, sendo o local responsável pela publicação de obras políticas, de história, de economia, de direito, de maçonaria e de obras literárias, das quais trataremos neste artigo.

O *Jornal do Commercio* foi impresso no Rio de Janeiro a partir de outubro de 1827 por iniciativa do francês Pierre Plancher. No entanto, a casa impressora responsável pela impressão do jornal já atuava no município desde 1824, ano de chegada de Plancher ao Brasil.

Como comenta Laurence Hallewell, em *O livro no Brasil* (2005), e como confirmamos a partir do levantamento realizado, a tipografia do *Jornal do Commercio*, enquanto estava sob os cuidados de Pierre Plancher, pouco se dedicou a publicação de literatura. Com uma inexpressiva produção literária no Brasil, Pierre Plancher mostrava, na verdade, seguir uma tendência da época na qual as tipografias se dedicavam prioritariamente à publicação de obras políticas – animadas pelas discussões referentes à Independência do país, como aos limites dos poderes de D. Pedro I, à autonomia das províncias e à liberdade de imprensa -, enquanto o mercado de literatura era abastecido por importações de Portugal e por edições em língua portuguesa realizadas em Paris. Apesar disso, cabe a Plancher o crédito de haver publicado a primeira novela brasileira, *Statira e Zoroastes*, de Lucas José de Alvarenga, em 1826 (HALLEWELL, 2005, p.151-152).

A publicação da novela de Alvarenga aconteceu no ano anterior ao lançamento do *Jornal do Commercio* e, a essa produção literária da tipografia sob a direção de Pierre Plancher, nós pudemos adicionar apenas mais dois títulos após nossa busca: *As frutas do Brazil*, de Frei Antônio do Rosário, publicada por Plancher em 1828, e a comédia *Tartufo*, de Molière, publicada em 1830. Dessas duas publicações, podemos destacar particularidades. Por exemplo, como apresentado por Antônio Ferreira de Brito (1993), a edição de *Tartufo* realizada por Plancher se tratava de uma tradução realizada pelo capitão Manoel de Souza a serviço do Marquês de Pombal, que foi publicada originalmente em 1768 em Lisboa. Brito destaca a opção de Sousa por uma tradução em prosa em detrimento do verso alexandrino da versão original e, em seguida, comenta o processo de “nacionalização” pelo qual a obra passou quando traduzida para o português, como a conversão do protagonista da comédia de “falso devoto” do original de 1669 em “jesuíta hipócrita” (BRITO, 1993, p.66-67).

Quanto *As frutas do Brasil*, ele foi anunciado aos leitores em 12 março de 1828 e apresentou o subtítulo “obra dada a luz em Lisboa, em 1702, por hum missionario da Bahia, e reimpressas no Brazil, a rogos dos verdadeiros conhecedores desta obra burlesca, por P. Plancher”. Como dissemos, era uma edição de uma obra do Frei Antônio do Rosário originalmente intitulada *Frutas do Brasil numa nova, e ascética Monarquia, consagrada à Santíssima Senhora do Rosário*.

As Frutas do Brasil é uma obra composta por três sermões que correspondem às três parábolas em que é dividida. A edição que Pierre Plancher imprimiu da obra em 1828, entretanto, era uma versão “mutilada” da obra. Conforme apresentado por Ana Hatherly, na introdução da edição da obra realizada pela Biblioteca Nacional de Lisboa em 2002, as partes que circunscrevem as três parábolas foram suprimidas por Plancher, como os textos introdutórios da edição de 1702, que, segundo a escritora, são essenciais para a compreensão da obra por explicitarem sua intencionalidade e o contexto em que ela se insere. Foram excluídas:

[...] a *Dedicatoria à Soberana Rainha dos Anjos*, assinada pelo autor, assim como a advertência ao *Leytor*; as *Licenças da Ordem*, assinadas por Fr. Hieronymo da Ressurreyçaõ; a *Censura do M. R. P. Fr. Luis da Purificação*; a *Licença da Ordem*, por Fr. Joseph de S. Catharina; a *Approvaçãõ do Paço*, por Balthezar Duarte; as *Licenças de correr*; a lista das 36 *Frutas do Brasil que se contem neste Livro*; e a importantíssima *Prefaçam* que, embora não assinada, se depreende ser da pena do autor. Também não estão incluídos o *Indice dos Lugares da Escritura* e o *Indice* (alfabético) *das cousas mais notaveis*, com que a edição de 1702 termina. (HATHERLY, 2002, p. 22)

Ainda sobre a edição de Plancher, Hatherly critica o prefácio que a acompanhava, um acréscimo da publicação de Plancher que foi publicado sem indicação de autoria. Nele, a coletânea de sermões é descrita como uma “obra burlesca”, classificação propagada também nos anúncios vinculados no *Jornal do Commercio*. Para a escritora, ao indicar o livro como uma obra cômica e na qual a mocidade acharia motivos para rir, o prefaciador traveste de burlesca e carnavalesca o que fora concebido como obra mística (HATHERLY, 2002, p.23).

A vinda de Pierre Plancher para o Brasil havia ocorrido por conta de perseguições políticas em seu país. Plancher era um entusiasta partidário de Napoleão Bonaparte e, após 1815, com a derrota de Napoleão em Waterloo e o retorno da dinastia de Bourbon ao poder na França, viu as condições para seu trabalho de editor na França se extinguir com o fortalecimento da censura. Em 1830, notícias sobre um novo quadro político na França fizeram Plancher decidir por voltar ao seu país. A Revolução de

Julho de 1830 levou à queda dos Bourbons, ao restabelecimento das liberdades constitucionais e ao fim da censura à imprensa, possibilitando novamente sua atuação na França. Assim, em junho de 1832, Plancher vendeu todo o seu patrimônio acumulado durante sua residência no Rio de Janeiro aos franceses Junius Villeneuve e Réol Antoine de Mougnot. A transação previa que Plancher continuasse à frente da administração do periódico por um tempo e, de fato, Plancher deixou o Brasil apenas dois anos depois, em fevereiro de 1834.

A despedida de Plancher do Rio de Janeiro acentuou os desentendimentos entre Mougnot e Villeneuve e, em dezembro de 1834, o público do *Jornal do Commercio* foi informado do fim da sociedade entre os dois. Villeneuve, então, passou a ser o único proprietário do *Jornal* e da tipografia fundada por Pierre Plancher.

Com a retirada de Mougnot, Villeneuve, único proprietário, dirigiu o *Jornal*, a tipografia, a loja e a editora fundados por Plancher com o espírito de um homem de negócios, um diretor de jornal businessminded, no jargão eivado de anglicismos da imprensa de hoje. Seu trabalho garantiu a permanência do *Jornal*, ampliou a circulação e a publicidade, e sua visão comercial estabeleceu as bases de uma empresa altamente lucrativa. (SANDRONI, 2007, p.78)

Esse “homem de negócios” investiu na tipografia buscando melhor atender seus assinantes e, com isso, permitiu que o trabalho editorial da casa também se expandisse. Destacamos, abaixo, um trecho de um texto divulgado pelo *Jornal do Commercio* em maio de 1836 aos seus leitores que nos dá ideia desse investimento de Villeneuve no jornal e também das novas possibilidades editoriais que se abriram na oficina com o novo proprietário:

Resolvemos, [...] mandar vir de Paris um PRELO MECÂNICO, como único meio de acabar com os estorvos que encontrávamos. Este PRELO MECÂNICO, o primeiro que passou o Equador, chegou e acha-se já a trabalhar; e o *Jornal*, que até agora com 2 prelos levava 10 horas a imprimir, fica hoje pronto com 2 horas de trabalho e estará distribuído em toda a cidade e subúrbios pelas 6 horas da manhã. (*Jornal do Commercio*, 07/05/1836, p.1, col.1. Consultado na Hemeroteca Digital Brasileira da Fundação Biblioteca Nacional.)

A partir desse ano, então, a tipografia de Villeneuve dispensaria menos horas para a impressão do jornal, estando mais disponível para a publicação de outros materiais. Essa disponibilidade, juntamente a outros fatores, teve efeito também em sua produção literária, que é encontrada em número bem mais expressivo nos acervos consultados.

Primeiramente, continuou a publicação de textos teatrais e chama atenção nos títulos de teatro editados por Villeneuve a origem desses textos, principalmente quando comparamos com as novelas que foram publicadas pela tipografia. O conjunto de autores de teatro é bem mais heterogêneo, trazendo obras francesas, portuguesas, italianas e também clássicos da antiguidade. A impressão desses títulos estava envolvida em uma estratégia de edição muito mais ampla, um projeto intitulado “*Archivo Theatral*”, como notamos ao observar os anúncios publicados pelo jornal.

Quanto à produção de poesia realizada pela tipografia do *Jornal do Commercio* após 1836, encontramos apenas três títulos até o ano de 1865 que estão presentes nos acervos consultados. São eles: *Folhas caídas*, de Almeida Garrett, obra publicada em 1853; *Bluettes, contes et légendes en vers*, de Edouard du Rosay, lançado pela casa de Junius Villeneuve em 1856; e o poema narrativo *A Nebulosa*, de Joaquim Manuel de Macedo, publicado em 1857. É digno de nota sobre essa publicação, como nos conta Angela da Costa (2009), o fato de o poema de Macedo ter sido considerado pela crítica da época uma obra-prima e sua fama ter chegado até Lisboa, tendo Francisco Inocêncio da Silva comentado o poema no seu *Dicionário Bibliográfico Português* de 1858. Hoje, porém, o texto é pouquíssimo lido.

Como dissemos, as obras de literatura publicadas pela tipografia do *Jornal do Commercio* após 1836 aparecem em número bem mais expressivo nos acervos da Fundação Biblioteca Nacional, da Biblioteca Mário de Andrade, da Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin e das demais bibliotecas da Universidade de São Paulo, consultados para este trabalho. Todavia, não são as obras poéticas ou os textos teatrais que se sobressaem entre a publicação literária realizada por Villeneuve presente nesses acervos. O gênero mais expressivo numericamente em nosso levantamento, que reflete uma novidade do período na imprensa e também um gosto crescente entre o público leitor do período, é o romance.

Em 31 de outubro de 1838, os leitores do *Jornal do Commercio* encontraram publicado, na primeira página do jornal, na rubrica “*Variedades*”, o primeiro capítulo do romance *O Capitão Paulo* de Alexandre Dumas. Diariamente, até 27 de novembro de 1838, os leitores acompanharam as emoções da história que havia sido publicada pela primeira vez pelo jornal *Le Siècle* naquele mesmo ano (MEYER, 1996, p. 60). Poucos dias após a divulgação do último capítulo do romance pelo *Jornal*, os leitores encontraram um anúncio que informava a venda de *O Capitão Paulo* pela Casa de J.

Villeneuve e Comp., tendo a obra em volume sido impressa naquele mesmo estabelecimento.

Essa foi uma trajetória comum para as prosas de ficção publicadas pela tipografia do *Jornal do Commercio* a partir daquele ano. Assim, o desenvolvimento da rubrica “Folhetim” em 1839, junto ao hábito de reimpressão dos romances ali publicados, proporcionou um número expressivo de novelas/romances¹ que saíram à luz pela casa de Junius Villeneuve. Ao confrontar os títulos impressos pela tipografia de Villeneuve entre 1836 e 1865 com o levantamento dos romances publicados pelo folhetim do *Jornal do Commercio* entre 1839 e 1870, realizado por Ilana Heineberg (2004), podemos observar, como adiantado, que a maioria dessas novelas passou anteriormente pelas páginas do periódico.

Encontramos, nos acervos consultados, 27 prosas ficcionais publicadas pela tipografia do *Jornal do Commercio* entre 1836 e 1855, das quais vinte foram divulgadas anteriormente no folhetim do jornal. Essas vinte obras são: *O pacto da fome, novella*, de Élie Berthet, *A casa de duas portas, novella*, de M. Cordellier-Delanoue, *Mestre Adam o calabrez*, de Alexandre Dumas, *O Pontífice e os carbonários, novella histórica*, também de Dumas, *Os dous tirados do pó novella*, de Frédéric Soulié, *O aniversario de D. Miguel em 1828: romance histórico*, de João Manuel Pereira da Silva, publicados em 1839; *Os moços de cobranças, novella*, de Élie Berthet, *O segredo da confissão, novella*, de Alexandre de Lavergne, *Emilia: novella*, de Jules David, publicados em 1840; *Paulina Butler, novella*, de Alexandre de Lavergne, *Jorge*, de Charles Reybaud, *Os ultimos Bretões, novella*, de Pitre Chevalier, publicados em 1841; *A caçada dos amantes, novella*, de Charles de Bernard, *Para não serem treze, novella*, de Alphonse Karr, publicados em 1842; *A mina de ouro, novella*, de Élie Berthet, *Edmundo e sua prima, novella*, de Paul de Kock, *Uma duquesa de Florença, 1578-1579*, sem indicação de autoria, publicados em 1843; *O conde de Mansfeldt, novella*, de Alexandre de Lavergne, publicado em 1844; *A Gorgone*, de Gabriel de la Landelle, publicado em 1848; e *O pagem do duque de Saboia*, de Alexandre Dumas, publicado em volumes entre 1854 e 1855.

As outras sete prosas de ficção impressas pela tipografia de Villeneuve que levantamos junto aos acervos pesquisados, mas que não foram publicadas anteriormente

¹ Destacamos que, naquele período, não havia um nome estável para as produções narrativas, que podiam ser encontradas sob diferentes denominações, como “histórias”, “contos”, “novelas” e “romances” independente do número de páginas ou das características estruturais. (Cf. ABREU, Márcia, 2003, p. 265)

pelo jornal são: *Galatée: novella pastoril*, de Florian, publicada em 1836; *Lorenzo, novella histórica*, de Auguste Arnould, *Dom Rodrigo Calderon, ou o castigo de Deos, novella histórica*, de Edward Bulwer-Lytton, *O contrabandista, novella*, de Robert Gréville, *Praxedes, imperatriz de Allemanha; novella*, de Alexandre Dumas, publicados em 1840; *A louca de Solanto: novella*, sem indicação de autoria, publicado em 1842; e *Olympia de Cleves*, de Alexandre Dumas, publicado em 1853.

No Brasil, como demonstrado por Márcia Abreu, ocorria “a utilização das matrizes de impressão empregadas para compor as páginas do jornal para a impressão do livro” (ABREU, 2014, p.48). Na mesma linha, segundo propõe Lúcia Granja (2011), a reimpressão e comercialização dos romances-folhetim posteriormente à sua publicação nos rodapés era uma prática comum, e o comércio do livro mobilizava o próprio ritmo de aparecimento dos capítulos e partes do folhetim.

Podemos notar que a publicação das novelas em volumes ocorria, na grande parte das vezes, pouco tempo após a divulgação do romance em folhetim. *A casa de duas portas* de M. Cordellier-Delanoue (Étienne Casimir Hippolyte Cordellier-Delanoue), por exemplo, teve sua última parte publicada pelo *Jornal do Commercio* em 27 de dezembro de 1839 e, no dia 05 de janeiro de 1840, o jornal já publicou um anúncio de que o romance se encontrava a venda na Casa de J. Villeneuve e Comp., tendo saído à luz naquele mesmo local. Outro exemplo da rápida transposição das novelas do folhetim para o volume foi o caso de *O Pontífice e os carbonários*, de Alexandre Dumas, que teve seu último capítulo publicado em 16 de agosto de 1839 e já no dia 27 do mesmo mês foi anunciado pela casa de Villeneuve. Também podemos citar o caso da novela *O segredo da confissão* de Alexandre de Lavergne, que foi anunciada em volume em 10 de janeiro de 1841, sendo que havia encerrado sua passagem pelo folhetim do *Jornal do Commercio* poucos dias antes, em 31 de dezembro de 1840.

Imediata ou não, o fato é que a publicação dos anúncios sempre acontecia após a parte do romance anunciada ser finalizada no folhetim. Esse intervalo, além de garantir que o comércio dos livros não interviesse na venda do periódico, corrobora a possibilidade de as edições em volumes dos romances terem sido realizadas a partir da mesma composição tipográfica utilizada para a publicação dos folhetins nos rodapés dos jornais.

Exemplo lapidar da transposição da composição do romance no rodapé para o livro, deu-se no *Diário do Rio de Janeiro*, entre junho de 1847 e dezembro de 1850, quando o jornal deixou de publicar os romances-folhetim seguindo a divisão de colunas

do jornal e passou a publicá-los de modo graficamente semelhante a um livro. Nesse período, os romances foram publicados pelo *Diário* nos rodapés das duas primeiras páginas e apresentavam uma numeração independente das páginas do jornal.

Regiane Mançano, ao analisar os anúncios de romances presentes no *Jornal do Commercio* entre 1827 e 1844, descreveu da seguinte forma a postura de Pierre Plancher quanto ao oferecimento de obras literárias:

Pois, se o francês [Plancher] atirava-se às letras desde que chegara ao Brasil, por meio dos periódicos dos quais era redator, ao comércio de romances lançava-se mais timidamente, propondo aos clientes títulos já consagrados, que não representavam nenhuma novidade comercial, mas também não ofereciam riscos à economia do estreante mercador. (MANÇANO, 2010, p. 45)

Como vimos, as decisões comerciais de Plancher refletem em suas opções enquanto editor, como expõem as impressões de *Frutas do Brasil* e *Tartufo*, ambas escritas muitos anos antes de suas edições por Plancher, portanto, já testadas junto a um público. Refletindo agora acerca da mudança de postura da tipografia sob a direção de Villeneuve, podemos pensar que, embora Villeneuve tenha expandido a atuação da tipografia nessa área, publicando títulos menos consagrados, sua mudança de estratégia não foi um tiro no escuro. Villeneuve também pensava na economia da tipografia ao realizar essas publicações e, para evitar riscos, realizava a impressão em livro de um romance/novela, na grande maioria das vezes, quando a popularidade da história ou de seu autor já havia sido testada nas páginas do jornal.

Não é sem importância, então, o fato de que, entre as sete obras impressas pela tipografia de Villeneuve que não passaram pelo folhetim do jornal, duas pertencem a Alexandre Dumas (*Praxedes*, *imperatriz de Allemanha* e *Olympia de Cleves*). Como o autor já era conhecido do público do jornal, tendo outras de suas obras reimpressas pela tipografia, seu nome já bastaria para atrair o interesse dos leitores.

Lembramos, ainda, que os dados levantados junto aos acervos consultados não englobam toda a produção editorial da tipografia do *Jornal do Commercio*, como demonstram os anúncios de obras que teriam saído à luz pelo empreendimento, porém não foram encontradas em nossas pesquisas. Todavia os dados aqui brevemente expostos se apresentam como suficientes para compreender as tendências editoriais do local, bem como nos dar indícios dos hábitos de leitura da sociedade do período.

Apesar da pouca produção nacional que encontramos entre as novelas impressas pela tipografia do *Jornal do Commercio* entre 1836 e 1865, é inegável sua contribuição

para a circulação de romances no Brasil do século XIX. Seja na página do jornal, seja em volumes, a casa de Villeneuve contribuiu para a presença maciça do gênero no período, força que incomodou e assustou os críticos do romance à época. Além disso, ao optar pela edição popular das obras in-oitavo – das 27 prosas de ficção listadas acima, 17 podemos afirmar terem sido impressas nesse formato -, a tipografia do jornal atuou também na popularização do romance, colaborando na criação desse público que, embora desvalorizado pelas elites letradas, foi considerado no momento de desenvolvimento da produção nacional.

Contudo, os romances estrangeiros que circulavam no país, durante o século XIX, não influíram na produção nacional apenas por mediação do gosto do público. Não podemos esquecer que também compunham esses leitores os próprios homens de letras do Brasil, que, sob a luz dessas produções, deram os primeiros passos de nosso romance. Sobre a presença de livros traduzidos no país e sua influência em nossa literatura, Antonio Candido formula a questão:

Os livros traduzidos pertenciam, na maior parte, ao que hoje se considera literatura de carregação; mas eram novidades prezadas, muitas vezes, tanto quanto as obras de valor. Assim, ao lado de George Sand, Mérimée, Chateaubriand, Balzac, Goethe, Irving, Dumas, Vigny se alinhavam Paul de Kock, Eugène Sue, Scribe, Soulié, Berthet, Gonzalés, Rabou, Chevalier, David, etc. Na maioria, franceses, revelando nos títulos o gênero que se convencionou chamar folhetinesco. Quem sabe quais e quantos desses subprodutos influíram na formação do nosso romance? Às vezes, mais do que os livros de peso em que se fixa de preferência a atenção. (CANDIDO, [1959], 1981, p. 121-122)

Desse modo, podemos observar que a presença de romances traduzidos no Brasil influenciou no gosto do público que influenciou os autores nacionais. E também influenciou os autores do país, que ao produzir seus romances alimentavam ainda mais o gosto desse público pelo gênero. Considerando que os jornais e suas tipografias foram os grandes responsáveis pela divulgação e publicação desses romances no país, percebemos então quão importante foi o papel desses estabelecimentos no jogo permanente de relações entre autor, público e obra (CANDIDO, 1959; 1965). Um jogo do qual a tipografia do *Jornal do Commercio* participou ativamente, pelo menos, até a década de 1860.

Referências

ABREU, Márcia. *Os caminhos dos livros*. Campinas, SP: Mercado de Letras, Associação de Leitura no Brasil (ALB); São Paulo: Fapesp, 2003.

_____. “Duzentos anos: Os primeiros livros brasileiros”. In: ABREU, Márcia; BRAGANÇA, Anibal (Orgs.) *Impresso no Brasil: dois séculos de livros brasileiros*. São Paulo: Editora UNESP, 2010, p. 41-65.

BRITO, António Ferreira de. Do *Tartuffe* de Molière ao *Tartufo* de Manuel de Sousa (1768) e ao de Castilho (1870): achegas para o conceito de tradução em Portugal nos séculos XVIII e XIX. *Intercambio*, Porto, n.4, p. 66-67, 1993.

CANDIDO, Antonio. *Formação da Literatura brasileira: momentos decisivos*. 6. ed. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia, [1959], 1981.

_____. *Literatura e sociedade: Estudos de Teoria e História Literária*. 11 ed. Rio de Janeiro, Ouro sobre azul, [1965], 2010.

COSTA, Angela da. Uma trajetória do esquecimento: o poema A Nebulosa, de Joaquim Manuel de Macedo. *Revista Guavira-Letras: Poemas Narrativos*. Três Lagoas, v. 1, n. 9, p. 52-66, jul./dez. 2009.

HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. Trad. Maria da Penha Villalobos; Lolio Lourenço de Oliveira. São Paulo: T. A. Queiroz; EDUSP, 2005.

HATHERLY, Ana. Apresentação. In: ROSÁRIO, Antônio do. *Frutas do Brasil: numa nova, e ascética Monarquia, consagrada à Santíssima Senhora do Rosário*. Fac-símile da edição de Lisboa: António Pedroso Galvão, 1702. Apresentação de Ana Hatherly. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2002.

HEINEBERG, Ilana. *La suite au prochain numéro: formation du roman-feuilleton brésilien à partir des quotidiens Jornal do Commercio, Diário do Rio de Janeiro et*

Correio mercantil (1839-1870). 2 v. 2004. Tese (Doutorado) - Université de la Sorbonne Nouvelle, 2004.

GRANJA, Lúcia. No rodapé dos jornais: casos do romance-folhetim. *Floema*. Vitória da Conquista, ano VII, n.9, p. 147-158, jan./jun. 2011.

MANÇANO, Regiane. *Livros à venda: presença de romances em anúncios de jornais*. 2010. 319 f. Dissertação (Mestrado em Teoria e História Literária) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

MEYER, Marlyse. *Folhetim: Uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SANDRONI, Cícero. *180 anos do Jornal do Commercio 1827-2007 ~ de D. Pedro I a Luiz Inácio Lula da Silva*. Rio de Janeiro: Quorum Editora Ltda., 2007.

FONTES:

Jornal do Commercio, 1827-1865. Consultado na Hemeroteca Digital Brasileira da Fundação Biblioteca Nacional.