

ROMANCE E IMPRENSA PERIÓDICA NO RIO DE JANEIRO OITOCENTISTA

JORNAL DO COMMERCIO

Juliana Gaiola Sagradim (julianagaiola@gmail.com) Orientadora: Profª Dra Márcia Azevedo de Abreu

DEPARTAMENTO DE TEORIA LITERÁRIA / IEL (INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM) - UNICAMP

Pesquisa financiada pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC/CNPq

Palavras – chave: Romances – Anúncios – Circulação Livreira – Imprensa

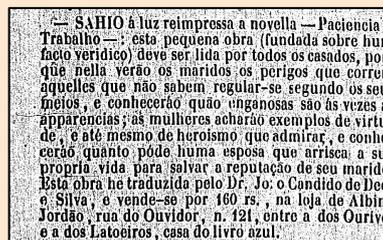


Aspecto da primeira página do periódico "Jornal do Commercio" na década de 1830

Fundado em 1827 pelo tipógrafo francês Pierre Plancher, o periódico de circulação diária *Jornal do Commercio* tornou-se um dos mais influentes órgãos da imprensa fluminense no século XIX, sobretudo pelo seu enfoque comercial. Suas páginas constituem, portanto, uma riquíssima fonte de pesquisa acerca da introdução do gênero romance no Brasil. Este estudo, inserido no projeto temático *Caminhos do Romance no Brasil: séculos XVIII e XIX*, teve por objetivo pesquisar informações sobre a venda, circulação e recepção de obras ficcionais do século XIX na sociedade em questão, por meio de anúncios e comentários publicados na época. Com a união do grupo de pesquisa ao qual este estudo está inserido ao projeto *O Entremez nos palcos, folhetos e livros*, também financiado pelo PIBIC e dedicado ao estudo sobre as peças teatrais anunciadas pelos jornais cariocas do século XIX, os anúncios sobre teatro publicados no *Jornal do Commercio* também foram observados, o que tornou possível compreender melhor a trajetória do próprio romance. Este projeto deteve-se, especificamente, no estudo dos períodos entre 1840 e 1843 e 1862 e 1867.



Exemplo de anúncio que informava o lançamento de alguns livros, publicado em 11 de fevereiro de 1840



Exemplo de um anúncio com comentários sobre o conteúdo do romance, estratégia frequentemente utilizada nas propagandas do jornal.

As páginas do periódico *Jornal do Commercio* estão disponibilizadas em formato de microfimes no AEL (Arquivo Edgard Leurenroth), localizado no Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH). Após encontrados, os anúncios foram digitalizados e em seguida, disponibilizados através do site *Google Docs* num banco de dados *on-line*, ao qual todos os pesquisadores inseridos nos dois projetos de pesquisa têm acesso.



Para facilitar o trabalho de observação dos dados, os anúncios foram catalogados no formato de tabelas, que indicam a data na qual as imagens foram publicadas. Uma pequena descrição acerca do conteúdo do anúncio é colocada ao lado dos *links* que abrem as imagens correspondentes às datas.

Entre 1840 e 1843 foram encontrados 156 anúncios, sendo 122 destes livros anunciados pela Casa de J. Villeneuve e Comp., loja de livros e tipografia pertencente a Junius Villeneuve, também proprietário do *Jornal do Commercio* neste período.

Entre 1862 e 1867 foram encontrados 155 anúncios. O mais interessante, porém, é que esse número torna-se inexpressivo perante o número de anúncios referentes a teatro: um total de 2224 itens. O grande enfoque dado ao gênero teatro pelo jornal parece justificar a queda nos anúncios de romances. O teatro parece ocupar grande espaço na vida social dos cariocas da época, embora os romances ainda tenham seu lugar garantido.