

**LITERATURA E MERCADO:
OS CONTOS DE MACHADO
DE ASSIS E O MERCADO DOS
BENS CULTURAIS**

CRESTANI, Jaison Luís¹

¹ Doutorando em Letras pela UNESP – Campus de Assis-SP e bolsista da FAPESP

RESUMO: Com base nos pressupostos teóricos que orientam a análise da interação entre criação artística e mercado cultural, este trabalho propõe analisar as condições da produção literária vinculada à imprensa periódica e ao contexto cultural brasileiro do século XIX. O interesse desse exame está na importância de se recuperar as condições de enunciação literária que eram oferecidas a Machado de Assis nos diversos contextos de produção em que esteve inserido (livro, revistas e jornais).

PALAVRAS-CHAVE: Machado de Assis; contos; periódicos literários.

ABSTRACT: Based on theory about the relation between the literary creation and the cultural market, this work proposes to analyze the literary production conditions in the newspaper press and in the Brazilian cultural context in the XIX century. The reason this exam is to recuperate the literary enunciation conditions offered to Machado de Assis in the different production's context (book, magazines and newspaper).

KEYWORDS: Machado de Assis; short stories; literary newspapers press.

INTRODUÇÃO

De acordo com a tendência dominante da literatura do século XIX, os contos de Machado de Assis também foram, em sua grande maioria, publicados inicialmente em jornais e revistas de moda e de literatura. Segundo Gledson (1998), duas revistas e um jornal são, sem comparação, os mais importantes: o *Jornal das Famílias*, no qual Machado publicou 70 contos,² entre 1864 e 1878; *A Estação*, na qual publicou 37 contos, entre 1879 e 1898; e a *Gazeta de Notícias*, onde publicou 56, entre 1881 e 1897. Podemos ver que respondem pela maior parte da sua produção, 163 contos ao todo. Além disso, os três periódicos mencionados compreendem praticamente toda a carreira do contista, desde as suas primeiras manifestações até as produções finais. Essas revistas e jornais figuram, portanto, como os principais representantes do mercado cultural que promoveu a difusão da maior parte dos contos machadianos em suas versões iniciais.

2 Se considerarmos corretas as atribuições de Raimundo Magalhães Jr., o número de narrativas publicadas por Machado de Assis no *Jornal das Famílias* pode ser acrescido, conforme a lista apresentada por Daniela Magalhães da Silveira (2005), para um total de 86 narrativas.

Evidentemente, o leitor atual detém uma visão um tanto distorcida das condições originais em que essa extensa e variada produção de contos fomentada em jornais foi publicada. Com o recolhimento desses textos em livros – operação em parte executada pelo próprio autor e outra parte complementada postumamente por editores e estudiosos da obra machadiana – as fontes primárias e as especificidades dos contextos originais de publicação foram sendo gradualmente apagadas e desconsideradas.

Neste trabalho, examinaremos os pressupostos teóricos que orientam a análise da interação entre criação artística e mercado cultural, e determinaremos as especificidades da imprensa periódica e do contexto cultural brasileiro do século XIX, no intuito de recuperar as condições de enunciação literária que eram oferecidas a Machado de Assis nos diversos contextos de produção em que esteve inserido (livro, revistas e jornais).

A OBRA DE ARTE E O MERCADO CULTURAL: LIBERDADE E ALIENAÇÃO

Em “A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução”, Walter Benjamin recupera e desenvolve a idéia de Paul Valéry de que “existe, em todas as artes, uma parte física” e de que, portanto, as inovações tecnológicas “transformam toda a técnica das artes”, modificando, inclusive, “a própria noção de arte, de modo admirável” (Valéry *apud* BENJAMIN, 1983: 3).

De acordo com Benjamin, o desenvolvimento das técnicas de reprodução cria condições novas para a obra de arte: “multiplicando as cópias, elas [as técnicas de reprodução] transformam o evento produzido apenas uma vez num fenômeno das massas” (BENJAMIN, 1983: 8). Nesse sentido, as inovações tecnológicas permitiram não só uma inédita democratização cultural, como também a abertura de um processo de profissionalização do artista a partir da instauração de um “mercado dos bens simbólicos”.

Além disso, cumpre assinalar que essas transformações das técnicas de produção artística promoveriam, conseqüentemente, expressivas modificações no modo de percepção e de recepção da obra de arte. A reprodução atinge a *aura* da obra de arte e, desse modo, “faz desaparecer a atitude passiva e devota para possibilitar a posição crítica” (WELLERSHOFF, 1973: 1).

Sob outra perspectiva de análise observa-se que, com o desenvolvimento das técnicas de reprodução, fatores externos à criação artística passariam a ter uma atuação cada vez mais decisiva sobre as manifestações culturais. A crescente intervenção desses fatores acentuaria progressivamente as contradições básicas inerentes a esse processo de expansão técnica e cultural, conforme se depreende das considerações de Robert Alter (1998), no livro *Em espelho crítico*:

O artista, de posse de novos meios de disseminação e novos veículos de implementação, podia imaginar novas e imensas possibilidades de poder no exercício de sua arte. Ao mesmo tempo, as condições de reprodução mecânica fizeram com que o artista individual nadasse necessariamente contra um vasto fluxo de entulho literário, desproporcional a tudo o que existira antes na história cultural, e o próprio objeto de arte reproduzido, em sua acessibilidade universal, podia ser barateado, banalizado, privado de sua unicidade, despojado de quaisquer pretensões que pudesse ter de ser uma norma de valor ou uma fonte de verdade (ALTER, 1998: 105).

Nesse sentido, o vínculo entre criação artística e indústria cultural resulta, conforme a acepção empregada por Edgar Morin (1997: 28), na “contradição invenção-padronização [que] é a contradição dinâmica da cultura de massa”. Com as inovações técnicas promovidas, “*A criação tende a se tornar produção*” (p. 29, grifo do autor). Desse modo, a arte industrial instituiu a “divisão do trabalho”, os “planejamentos de produção” e de “distribuição” que, por sua vez, exigem a *padronização*, impondo ao produto cultural uma série de condicionamentos (extensão, estilo, fórmulas etc), que limitam a autonomia do escritor.

Numa proposição similar, Wellershoff defende que a instauração de um mercado livre e anônimo para a literatura e as demais manifestações culturais tem um efeito duplo sobre o trabalho do escritor. Se, por um lado, “o mercado anônimo é condição da liberdade do escritor, pois ele [...] deixa de ter uma entidade tutelar [mecenas] que lhe estabelece as normas válidas, que representa padrões, de cujo favor depende” (p. 2); por outro lado, “o mercado é uma estrutura do alheamento” (p. 3), que desenvolve estratégias de controle para manipular os escritores de acordo com seus interesses próprios. Portanto, o mercado, de acordo com a tese de Wellershoff, configura-se a partir da dialética da liberdade e da alienação.

Portanto, se o mercado apresenta uma configuração dialética, a análise das manifestações artísticas deve, conseqüentemente, assumir uma perspectiva dialética que considere o desenvolvimento cultural promovido pela expansão tecnológica e examine criticamente a repercussão dos condicionamentos e fatores de mercado sobre a criação artística. Dessa forma, um exame pertinente da questão deve dispensar dicotomias simplistas e privilegiar a apreciação das contradições inerentes a essa imbricação entre arte e mercado, as quais permitem compreender, segundo Morin, a existência de uma “zona de criação e de talento no seio do conformismo padronizado” (p. 28, grifo do autor) e de “uma certa liberdade no seio de estruturas rígidas” (MORIN, 1997: 29).

LITERATURA E IMPRENSA NO SÉCULO XIX

Um exemplo expressivo de inovação tecnológica que afetaria radicalmente o modo de produção artística seria o surgimento da imprensa. A implantação e o desenvolvimento da imprensa assegurariam a comercialização da literatura e dariam início ao processo de profissionalização do escritor, que, assim, alcançaria uma relativa autonomia na sua produção e deixaria de se submeter à tutela de um mecenas. Para Umberto Eco, o surgimento da imprensa tornou ainda mais precisa a relação entre condicionamentos externos e fato cul-

tural, conforme se constata pela definição de jornal traçada em seu livro *Apocalípticos e integrados*:

[...] o que é um jornal, se não um produto, formado de um número fixo de páginas, obrigado a sair uma vez por dia, e no qual as coisas ditas não serão mais unicamente determinadas pelas coisas a dizer (segundo uma necessidade absolutamente interior), mas pelo fato de que, uma vez por dia, se deverá dizer o tanto necessário para preencher tantas páginas? Nesse ponto, estamos já em plena indústria cultural. Que surge, portanto, como um sistema de condicionamentos, aos quais todo operador de cultura deverá prestar contas, se quiser comunicar-se com seus semelhantes. Isto é, se quiser comunicar-se com os homens, porque agora todos os homens estão preparados para tornarem-se seus semelhantes, e o operador de cultura deixou de ser funcionário de um comitente para ser o 'funcionário da humanidade'. Colocar-se em relação dialética, ativa e consciente com os condicionamentos da indústria cultural tornou-se para o operador de cultura o único caminho para cumprir sua função (ECO, 1970: 14).

Das considerações de Eco depreende-se que com a implantação da imprensa instaura-se o mercado cultural e entra em vigor todo um "sistema de condicionamentos" com os quais o escritor se defrontará obrigatoriamente no decurso de sua produção artística. A estratégia indicada pelo autor para lidar de maneira eficiente com esses fatores de mercado é manter uma "relação dialética, ativa e consciente" com os mecanismos de controle engendrados pela indústria cultural. Numa proposição similar, Horkheimer e Adorno sugerem que o escritor deve acolher, e não ocultar, a contradição entre mercado e autonomia a fim de "superar esteticamente" esse dilema no interior das manifestações artísticas (HORKHEIMER & ADORNO, 2000: 205).

No Brasil, a imprensa *engatinharia* por um longo período até adquirir o almejado *status* de "indústria cultural", conforme a acepção de Umberto Eco. Por conta da censura monárquica que proibia qualquer atividade gráfica na colônia, a imprensa no Brasil teve uma implantação tardia. Seu surgimento ocorre somente em 1808, com a chegada da Corte de João VI ao Rio de Janeiro. Com o objetivo de organizar a máquina administrativa para as atividades da Coroa Portu-

guesa, até então muito precária na colônia americana, foi tomada uma série de medidas, entre elas a criação da Imprensa Régia. Segundo o Decreto de 13 de maio de 1808, a nova instituição deveria executar os serviços da administração real, tais como a impressão de toda a legislação e de papéis diplomáticos. D. João decretou que a Imprensa Régia poderia também imprimir outras obras, mas a liberdade de imprensa era praticamente nula, sofrendo a forte censura da Corte Real.

Nesse ano, surgiram os dois primeiros jornais brasileiros: a *Gazeta do Rio de Janeiro*, publicação oficial da administração portuguesa editada pela Imprensa Régia, e o *Correio Braziliense*, editado e impresso em Londres pelo exilado Hipólito José da Costa, circulando clandestinamente no Brasil em sua fase inicial (Cf. SODRÉ, 1999: 20-2). Até 1822, a Imprensa Régia detinha “o monopólio de imprimir no Rio de Janeiro” (HALLEWELL, 1985: 36). Com a Independência, foi abolida a censura e extinto o monopólio da impressão. Nessa primeira fase, a agitação política em função das lutas pela consolidação da independência brasileira dominava as publicações jornalísticas, marcadas por uma tendência virulenta, com ataques pesados entre adversários políticos.

Nessa fase inicial, a imprensa expandia-se vagarosamente, evidenciando os reflexos da precariedade infra-estrutural da jovem nação. Dentre as complicações enfrentadas, merece destaque a dificuldade de distribuição dos jornais, que dependia da escassa rede de comunicações terrestres e marítimas e do precário serviço dos Correios que, somente a partir de 1825, deu início à ampliação do serviço postal para o interior do país. Além dessas questões infra-estruturais, havia problemas sócio-culturais como a predominância do analfabetismo, a ausência de urbanização, a incipiência das atividades comerciais e industriais. Outras deficiências também são apontadas por Lajolo & Zilberman que assinalam a falta de medidas complementares que pudessem consolidar a ampliação cultural do país:

Além de tardia, a implantação da imprensa na então colônia lusitana constituiu uma medida isolada, não tendo

sido secundada pela criação e consolidação de instituições e instrumentos necessários à difusão dos produtos impressos. Continuavam faltando escolas, bibliotecas, gabinetes de leitura, livrarias, jornais, editoras. Tais ausências tornavam quase inexpressiva a mudança (LAJOLO & ZILBERMAN, 2002: 108).

A partir do final da década de 1830 e início da década de 1840, a imprensa começaria a entrar numa nova fase, marcada pela forte presença da literatura no jornal. De acordo com Marlyse Meyer (1996: 283), é nesse período, mais especificamente no ano de 1838, que aparecem os primeiros romances-folhetins no Brasil, os quais passariam, a partir de então, a constituir "fatias cotidianas" dos rodapés dos jornais. Desse modo, ao final da década de 1850, quando Machado de Assis estréia no jornalismo, a imprensa adquiria maior maturidade e se dirigia para uma fase em que o tom virulento cedia espaço a assuntos mais "amenos", como a moda, a utilidade doméstica e a literatura. É nesse novo quadro que se inserem, por exemplo, as publicações do *Jornal das Famílias* (1863-1878) que, durante os seus dezesseis anos de circulação, contará com a assídua e quase ininterrupta colaboração do contista.

JORNAL: A "LOCOMOTIVA INTELECTUAL"

O desenvolvimento tecnológico do processo de composição e de impressão do texto jornalístico propiciaria uma ampliação da venda em massa. Esse processo de massificação promovido pela imprensa pode ser considerado a partir de uma dupla perspectiva: a) o desenvolvimento cultural e o início de uma história democrática, onde o corpo coletivo teria cada vez mais acesso às informações e bens culturais; b) a banalização da cultura transmitida e o condicionamento dos intelectuais às estratégias de mercado.

Considerando, por ora, apenas o primeiro pólo desse processo dialético da massificação, veremos o próprio Machado de Assis enunciar, na sua pena estrepante, uma expressão eufórica de entusiasmo com as tendências democráticas

do jornalismo. Em dois textos do final da década de 1850, “O jornal e o livro” (*Correio Mercantil*, 10 e 12 jan. 1859) e “A reforma pelo jornal” (*O Espelho*, 23 out. 1859), o jovem escritor manifesta a sua expectativa em relação à promissora regeneração democrática da humanidade que a expansão do jornal deixava entrever.

No primeiro texto, Machado discute a relação entre os dois itens constantes no título e profetiza o “aniquilamento” do livro. Em comparação com o jornal, Machado assinala que o livro constitui a “idéia de um homem”, carecendo de “movimento” e encerrando “alguma coisa de limitado e de estreito”. O jornal, por sua vez, representaria a “idéia popular”, a “discussão”, o “movimento”, a “liberdade”, a “democracia prática da inteligência”, a “república do pensamento”; seria, enfim, a “locomotiva intelectual em viagem para mundos desconhecidos” (ASSIS, 1979, v. 3: 946-8).

No segundo texto, o autor retoma as idéias do primeiro, amenizando, em parte, a euforia e analisando a questão de modo mais lúcido. Machado estabelece novamente uma oposição entre o jornal e o livro. Nesse contraste, o livro, assim como a tribuna, aparece como um instrumento ligado à aristocracia, figurando como um “monólogo”. Em contrapartida, o jornal apresenta-se como o “escolho das aristocracias modernas”, como um invento que haveria de rasgar “largo horizonte às aspirações cívicas, às inteligências populares” (ASSIS, 1979, v. 3: 964).

Nesses ensaios, apesar da sua euforia juvenil, Machado de Assis apreende a modernidade desse novo veículo de difusão cultural que, finalmente, começava a adquirir maturidade e solidez em nosso meio. O jovem escritor vislumbrava no jornal um instrumento promissor de transformação do engessado corpo social, econômico e cultural do país. No campo da literatura, o jornal parece configurar o despontar do processo de profissionalização do homem de letras, conforme se depreende da afirmação: “o jornalismo não é senão um grande banco intelectual, grande monetização da idéia” (ASSIS, 1979, v. 3: 947, grifos do autor).

Desse modo, através da imprensa, o trabalho do escritor começaria a receber certo amparo institucional, embora ainda predominasse, nessa fase inicial, uma “confusão” na distribuição das tarefas da vida literária. Conforme registra Nelson Werneck Sodré, eram os escritores que “faziam as peças, faziam os jornais, faziam a política, faziam versos, faziam razões de defesa, faziam discursos, faziam tudo” (SODRÉ, 1982, p, 212).

Se os escritores precisavam desdobrar-se nas mais diversas tarefas, também não era diferente a atuação da imprensa num ambiente marcado pela carência de instituições de amparo ao trabalho intelectual, conforme aponta Sodré:

A influência exercida pela imprensa foi de caráter diverso, sem dúvida, e mais ampla, no tempo e no espaço. Foi, em primeiro lugar, uma influência técnica, material: a imprensa possibilitou o livro em seu estágio nacional primário. Foram as oficinas de jornais, no seu rudimentarismo técnico, que se fizeram, impressoras de livros, e até distribuidoras, dentro de certos limites, numa acumulação de funções que denuncia uma etapa inicial. Nas oficinas do *Correio Mercantil*, do *Diário do Rio de Janeiro*, da *Marmota*, é que foram feitos os livros dos nossos escritores, quase sempre depois de ter o jornal publicado os mesmos em folhetins (SODRÉ, 1982: 321).

A despeito das precariedades infra-estruturais da jovem nação, o desenvolvimento da imprensa, confirmando as expectativas eufóricas do jovem Machado de Assis, modificaria fundamentalmente a história da leitura. Nesse sentido, em *A leitura rarefeita*, Lajolo e Zilberman consideram que a imprensa foi a “pedra fundamental” para a “literatura ter condições de constituir porção significativa do patrimônio brasileiro” (LAJOLO & ZILBERMAN, 2002: 107). O jornal contribuiria para promover a instrução e a elevação do nível cultural da população, diminuindo o analfabetismo e assegurando um público-leitor para a literatura.

Além da conquista, ampliação e formação de um público-leitor para a literatura, o meio jornalístico proporcionaria um espaço favorável para a aprendizagem e o aperfeiçoamento literário dos escritores. A imprensa constitui, por

excelência, o lugar das experimentações e do desenvolvimento das técnicas de criação literária. Esse papel fundamental da imprensa é nitidamente perceptível na trajetória intelectual de Machado de Assis, como poderemos observar, no decorrer deste trabalho, a partir da análise da produção ficcional do jovem contista fomentada inicialmente nas páginas do *Jornal das Famílias* e, posteriormente, na revista *A Estação* (1879-1898) e na *Gazeta de Notícias* (1881-1897).

Nessa linha, Luiza Lobo (1992) considera que a expansão da imprensa dissolveria os condicionamentos da leitura como um “exercício para uma elite erudita” e como “uma atividade exclusivamente masculina”. Apoiada pela difusão do ensino escolar, a imprensa promoveria uma “revolução” no contexto da recepção da literatura; o leitor deixaria de ser visto numa posição passiva, tornando-se “parte integrante do ato da leitura, não apenas como pólo questionador, mas também como elemento de impulso reestruturante na escrita da obra pelo autor” (LOBO, 1992: 232).

Desse modo, considerando que o desenvolvimento da imprensa operou, conforme a indicação de Pierre Bourdieu (1996: 70), uma “expansão sem precedente do mercado dos bens culturais”, a escrita literária difundida no meio jornalístico, conseqüentemente, passou a orientar-se cada vez mais pelo horizonte de expectativas do leitor, desenvolvendo estratégias destinadas a atrair a atenção e a prender o interesse do público pelo texto.

Uma das técnicas mais bem sucedidas dessa busca pela ampliação do público seria a seriação das histórias publicadas, desenvolvida pelo romance-folhetim. O sucesso da fórmula, no entanto, ocasionaria o condicionamento do escritor a essas estruturas testadas do folhetim, que garantiam a venda do jornal.

Dentre as estratégias provenientes do romance-folhetim empregadas pelos escritores para atrair e manter o interesse dos leitores destacam-se os títulos atraentes e inícios impressionantes das histórias, a opção por tramas extraordinárias e casos singulares, narrados a partir de um discurso

fortemente sensacionalista, o investimento na ação e na multiplicidade dos incidentes, a prática do corte sistemático e a devida valorização do suspense, a exploração da curiosidade e das expectativas do leitor por meio de anúncios e antecipações de informações, a busca pela identificação do leitor com a obra a partir da projeção do universo social e psicológico do público no interior das narrativas, a veiculação de uma ideologia consoladora e mistificadora em relação às contradições e antagonismos sociais e aos problemas existenciais.³

Um dos efeitos da aplicação dessas estratégias folhetinescas seria o prolongamento artificial das narrativas. Nesse sentido, Antonio Candido, no ensaio “Da vingança”, afirma que “a ficção seriada, como gênero, exige a multiplicação de incidentes”, já que autor, editor e leitor estariam “todos os três interessados diretamente em que a história fosse o mais longa possível: o primeiro, pela remuneração, o segundo, pela venda, o terceiro, pelo prolongamento da emoção” (CANDIDO, 1964: 15-16).

A consequência imediata da recorrência a essas fórmulas testadas do romance-folhetim seria a banalização desses procedimentos narrativos e a degradação da cultura transmitida – efeitos que nos levam ao outro pólo da dialética da massificação promovida pela imprensa. Nessa dinâmica, é preciso reconsiderar o próprio sentido da democratização operada pelo jornal. Conforme a expressão de Jeana da Cunha Santos, em *Experiências pioneiras de Machado de Assis sobre o jornal*, “as tendências democráticas do jornalismo são produzidas por seus interesses comerciais”. Sob essa orientação comercial, a imprensa “almeja a inteligibilidade, única mercadoria vendável e acessível a um maior número possível de consumidores” (SANTOS, 2002: 32).

Tendo em vista a inteligibilidade visada pela imprensa periódica, observa-se que o romance-folhetim se ajusta ple-

3 Para um exame detalhado das técnicas e convenções narrativas do romance-folhetim, conferir Eco (1970); Meyer (1996); Ribeiro (1996); Serra (1997).

namente às condições do contexto cultural brasileiro que, nas palavras de Antonio Candido, seria marcado pela “oralidade”, pela “pobreza cultural” e pela “esmagadora maioria de iletrados” – fatores que impediriam a “formação de uma literatura complexa, de qualidade rara, salvo as exceções” (CANDIDO, 1965: 101). Nesse ambiente em que predominavam as leituras coletivas em voz alta, a simplificação da narrativa folhetinesca e a banalização das suas formas de estruturação facilitariam o consumo oral por parte dos analfabetos que presenciavam os habituais serões de leitura. Essas circunstâncias trariam conseqüências agravantes para a formação da literatura nacional, conforme a indicação de Antonio Candido:

[...] formou-se, dispensando o intermédio da página impressa, um público de auditores, [...] requerendo no escritor certas características de facilidade e ênfase, certo ritmo oratório que passou a timbre de boa literatura e prejudicou entre nós a formação dum estilo realmente *escrito* para ser *lido*. A grande maioria dos nossos escritores, em prosa e verso, *fala* de pena em punho e prefigura um leitor que ouve o som da sua voz brotar a cada passo por entre as linhas (CANDIDO, 1965: 96, grifos do autor).

Essa tendência para a simplificação e difusão oral das produções literárias seria reforçada pela sujeição às demandas de mercado das revistas e jornais familiares, que atuaria no sentido de habituar os escritores a escreverem para uma categoria de público previamente determinada, conforme registra Antonio Candido:

Como traço importante, devido ao desenvolvimento social do Segundo Reinado, mencionemos o papel das revistas e jornais familiares, que habituaram os autores a escrever para um público de leitores, ou para os serões onde se lia em voz alta. Daí um amaneiramento bastante acentuado que pegou em muito estilo; um tom de crônica, de fácil humorismo, de pieguice, que está presente em Macedo, Alencar e até Machado de Assis. Poucas literaturas terão sofrido, tanto quanto a nossa, em seus melhores níveis, esta influência caseira e dengosa, que leva o escritor a prefigurar um público de mulheres e a ele se ajustar (CANDIDO, 1965: 100).

Reforçando essas considerações, Luiz Costa Lima, no ensaio “Da existência precária: o sistema intelectual brasileiro”, assinala que essa tradição *auditiva* afetaria não só o desenvolvimento das produções literárias, como também dificultaria a formação de uma recepção reflexiva e crítica das obras produzidas. Assim, convertendo a página escrita em forma oral, o intelectual brasileiro atuaria não como “agente de idéias e de aprofundamento da linguagem, mas enquanto especialista no verbo fácil, na palavra comovente e, daí, enquanto orientador de caminhos” (LIMA, 1981: 8).

Luiz Costa Lima ainda considera que essa tendência militante estimularia “o nativismo romanticamente insuflado, a tradição do palco e da tribuna, o verbalismo inflamado, o tom moralista”. Essas considerações ajustam-se às palavras de Antonio Candido, também citadas pelo crítico: “Esta literatura militante chegou ao grande público como sermão, artigo, panfleto, ode cívica; e o grande público aprendeu a esperar dos intelectuais palavras de ordem ou incentivo, com referência aos problemas da jovem nação que surgia” (CANDIDO, 1965: 94). Além disso, Candido afirma que o desenvolvimento dessa tendência literária patriótica receberia o respaldo do poder imperial, que vinculava os literatos à administração pública e legitimava a dignidade da função literária junto ao público, decorrendo daí o “conformismo de forma e de fundo” que se evidencia em nossa literatura oitocentista (CANDIDO, 1965: 99).

Antonio Candido assinala também que outras tendências literárias seriam impulsionadas a buscar no patriotismo a sua razão de ser, como ocorre exemplarmente com o sentimentalismo. Essa “vocalização patriótico-sentimental” não só legitimaria a posição do escritor no âmbito cultural brasileiro, como também passaria a critério de aceitação e de aprovação das produções literárias por parte do público; daí a premente requisição pela cor local e pelo pitoresco descritivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no levantamento realizado, podemos constatar que as condições de produção literária oferecidas pela imprensa periódica do século XIX podem implicar transformações e ajustamentos que vão desde aspectos aparentemente triviais, como a extensão das histórias (prolongamento artificial das narrativas com a explícita intenção de fazer a matéria render), até critérios ideológicos (tendência moralizante, consolatória e conformista), temáticos (“vocação patriótico-sentimental”) e de qualidade literária (adequação aos g neros de entretenimento, impedindo a formação de uma literatura complexa e de uma recepção crítica e reflexiva). Como se percebe pelas condições apontadas, a formação do sistema intelectual brasileiro seria marcada pela atuação de fatores contraditórios, tais como a tendência nacionalista e a absorção de formas literárias próprias do romance-folhetim de origem francesa. De igual modo, o próprio jornal, expoente de uma técnica moderna e cosmopolita, não poderia se aclimatar totalmente num Brasil marcado pelo atraso industrial, pelo analfabetismo e pela escravidão.

REFERÊNCIAS

ALTER, Robert. *Em espelho crítico*. Trad. Sérgio Medeiros e Margarida Goldsztajn. São Paulo: Perspectiva, 1998.

ASSIS, J. M. Machado de. *Obra completa*. 4.ed. Rio de Janeiro: Aguilar, 1979, 3 vols.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: _____ et alli. *Textos escolhidos*. Trad. José Lino Gr nnewald. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os pensadores), p. 3-28.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: g nese e estrutura do campo literário*. 2.ed. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CANDIDO, Antonio. Da vingança. In: _____. *Tese e antítese: ensaios*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1964, p. 1-28.

_____. O escritor e o público. In: _____. *Literatura e sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1965.

CRESTANI, Jaison Luís. *Machado de Assis no Jornal das Famílias*. São Paulo: Nankin Editorial & Edusp, 2008.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1970.

_____. *Pós-escrito a O Nome da Rosa*. Trad. Letizia Zini Antunes e Álvaro Lorencini. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

GLEDSON, John. Os contos de Machado de Assis: o machete e o violoncelo. In: ASSIS, J. M. M. de. *Contos: uma antologia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, v. 1, p. 15-55.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas. In: ADORNO et alli., *Teoria da cultura de massa*. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 169-214.

LAJOLO, Marisa. & ZILBERMAN, Regina. *A leitura rarefeita: leitura e livro no Brasil*. São Paulo: Ática, 2002.

LIMA, Luiz Costa. Da existência precária: o sistema intelectual no Brasil. *Dispersa demanda: ensaios sobre literatura e poesia*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981, p. 3-29.

LOBO, Luiza. Leitor. In: JOBIM, José Luís (org). *Palavras da crítica: tendências e conceitos no estudo da literatura*. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1992.

MACDONALD, Dwigth. Massicultura e Medicultura. In: ECO, Umberto et alli. *A indústria cultural*. Lisboa: Meridiano, 1971, p. 67-149.

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

MORIN, Edgar. A integração cultural. In: *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo*. São Paulo, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 11-36.

RIBEIRO, José Alcides. *Imprensa e ficção no século XIX*: Edgar Allan Poe e A narrativa de Arthur Gordon Pym. São Paulo: Edunesp, 1996. – (Prismas).

SANTOS, Jeana L. da Cunha. *Experiências pioneiras de Machado de*

Assis sobre o jornal. Tese (Doutorado em Letras). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

SERRA, Tânia Rebelo Costa. *Antologia do romance-folhetim: (1839 a 1870)*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Literatura Brasileira*. 7. ed. atualizada. São Paulo: DIFEL, 1982.

_____. *História da imprensa no Brasil*. 4.ed. atualizada. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

WELLERSHOFF, Dieter. *Literatura, Mercado e Indústria Cultural*. Humboldt. Hamburgo, nº. 22, p. 44-48, 1973.