

A Revolução da Brochura: Experiências de Edição de Livros Acessíveis na Europa nos Séculos XIX e XX¹

Prof. Ms. Lívio Lima de Oliveira²

Doutorando pela ECA-USP e professor de Produção Editorial e de Publicidade e Propaganda na Faculdade Editora Nacional – FAENAC

Resumo

Este artigo visa apresentar as principais experiências de edição de livros a preços acessíveis iniciadas, de forma mais automatizada, em fins do século XVIII. Tais iniciativas surgiram na Europa Ocidental (principalmente na França, na Inglaterra e na Alemanha) e, em decorrência da Segunda Guerra Mundial, atravessaram o Atlântico. Os imigrantes advindos da Alemanha, principalmente, foram os responsáveis pelas mesmas tentativas de edição nos EUA.

Palavras-chave

Livro de bolso, Livro de preço acessível, História do livro, Revolução da Brochura

Não apresentarei aqui uma história do livro que, esta sim, possui (inclusive em português) bibliografia vasta, mas quero mostrar algumas tentativas (pelo menos as principais) que começaram na Europa, a partir da invenção de Gutemberg³. Passo rapidamente pelos principais feitos até o século XVIII e comento mais detalhadamente as edições européias de livros brochados (os *paperbacks*) que começaram a ser editadas a partir do século XIX e que, de uma certa forma, servem de base para o estudo das demais empreitadas feitas nessa área, já que tiveram um êxito reconhecido e documentado por estudiosos do livro e profissionais do mercado editorial. Depois delas, mostrarei as tentativas brasileiras para popularização do livro.

O formato do livro foi se adequando às exigências dos editores, distribuidores e leitores, ou seja, este fator de acessibilidade foi evoluindo. No século XII a.C. (na Mesopotâmia), os livros eram imensos e poucos tinham acesso a ele, mesmo porque a leitura estava intimamente ligada ao poder vigente. (Manguel, 2001: 150).

¹ Trabalho apresentado ao NP 04 – Produção Editorial, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Mestre pelo departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, sob orientação da Profa. Dra. Maria Otília Bocchini e doutorando no mesmo departamento. Professor de Planejamento Editorial, Produção Gráfica e Oficinas de Produção Editorial Impressa da Faculdade Editora Nacional – FAENAC. Produtor Editorial da Editora Companhia das Letras.

³ “Bem antes de Gutemberg desenvolver seus tipos móveis de imprensa, muita impressão sobre papel já fôra executada, utilizando-se a xilogravura. Talvez que a forma mais popular desta impressão de textos e imagens tenha sido a da *Biblia Pauperum*, a Bíblia dos Pobres. Êstes impressores xilográficos precederam os impressores tipográficos, embora não se possa precisar de quanto tempo, porque essas publicações baratas e populares, desprezadas pelos eruditos, não foram preservadas como não o são os ‘gibis’ de hoje” (McLuhan, 1969: 183).

O suporte foi mudando (desde as tabuletas mesopotâmicas até o papel⁴) e o formato dos livros foi se adequando: “Tendo em vista que boa parte da vida dos europeus da Idade Média passava-se em ofícios religiosos, não surpreende que um dos livros mais populares da época fosse o livro de orações pessoais ou livros de horas⁵, comumente representado em pinturas da Anunciação. Escrito em geral à mão ou impresso em formato pequeno [...]” (idem: 153).

Um dos principais feitos que revolucionou a questão da acessibilidade foi a invenção, na década de 1440, dos tipos móveis:

Os efeitos da invenção de Gutenberg foram instantâneos e de alcance extraordinário, pois quase imediatamente muitos leitores perceberam suas grandes vantagens: rapidez, uniformidade de textos e preço relativamente barato. [...] De repente, pela primeira vez desde a invenção da escrita, era possível produzir material de leitura rapidamente e em grandes quantidades.[...] O súbito aumento da produção de livros depois de Gutenberg enfatizou a relação entre o conteúdo e a forma física de um livro. [...] Mas a produção rápida e barata levou a um mercado maior, composto por gente que podia comprar exemplares para ler em particular e que, portanto, não precisava de livros com tipos e formatos grandes: os sucessores de Gutenberg começaram então a produzir volumes menores, volumes que cabiam no bolso (idem: 158-60).

Meio século depois dessa invenção, um professor de Veneza⁶ chamado Aldus Manutius criou uma editora para produzir livros para seus alunos. Ele queria exemplares menos onerosos, fáceis de carregar e de ter em casa e não tão luxuosos como os grandes livros pesados, como aqueles que estavam guardados nas bibliotecas.

À medida que as bibliotecas particulares cresciam, os leitores começaram a achar os volumes grandes não apenas difíceis de manusear e desconfortáveis para levar de um lado a outro, mas também inconvenientes para guardar. Em 1501, confiante no sucesso de suas primeiras publicações, Aldus respondeu à demanda dos leitores produzindo uma coleção de bolso, impressos com elegância e editados meticulosamente. Para manter

⁴ Craig sintetiza: “No século VIII a arte de fazer papel passou dos chineses para os árabes, e no século XII dos árabes para os espanhóis. Os demais países europeus só a conheceram mais tarde: a Itália no século XIII, a França no começo do século XIV, e a Alemanha no fim do século XIV. A Inglaterra só começou a fabricar papel em 1485 e a primeira fábrica de papel na América data de 1690” (Craig, 1980: 122).

⁵ “O livro de Horas é um excelente exemplo dessa difusão. Encontramo-lo em toda a parte, ricamente encadernado e em vários exemplares, em casa de pessoas abastadas, e comprado por alguns soldos na loja do capelista, gente modesta. Numa edição parisiense de 1533, o impressor explica que ‘a inteligência que as letras proporcionam aos doutos, assegura-a a imagem aos ignorantes e aos simples’, e considera que pela ilustração ‘os que não conhecem as letras podem ler e compreender o segredo das coisas’. Meio século mais tarde, o advogado parisiense Simmon Marion constata ainda que o sucesso desses livros é tal, que ‘um número infinito daqueles mesmos que não sabem ler sentiriam vergonha se não tivessem Horas’. Assim, a crer-se nestes dois testemunhos, o livro conseguiu, por intermédio dos livros de Horas, penetrar até aos iletrados” (Labarre, 1981: 71-2).

⁶ “No século XV, Veneza tornara-se o principal centro do comércio e da indústria, e era natural que se aproveitasse das oportunidades oferecidas pela nova arte [a impressão] e que seus negociantes vissem nos livros impressos não só auxiliares da ciência e do serviço da Igreja, mas também valiosos objetos de mercancia. [...] Veneza tornou-se desde muito cedo importante centro tipográfico, e, pelos fins do século XV, tinham-se publicados mais livros ali de que em todas as outras principais sedes italianas da imprensa” (McMurtrie, 1997: 219).

baixos os custos da produção, decidiu imprimir mil exemplares de cada vez, e, para usar a página de forma mais econômica, utilizou um tipo recém-desenhado. (idem: 161-2)

Sua grande contribuição foi popularizar o livro em todo o continente europeu⁷. Seus livros saíam de Veneza e chegavam a quase todos os recantos europeus⁸. Ele foi um dos grandes “dessacralizadores” do livro: graças a ele, o livro deixou de ser um objeto aristocrático e passou a ser uma importante ferramenta de estudo.

E também foi a partir de Gutenberg e do êxito de Aldus que o mundo passou a imprimir milhões de exemplares por ano e, portanto, criar um mercado consumidor.

Roger Chartier mostra que “livreiros e impressores inventivos e prudentes colocaram ao alcance de uma grande clientela textos que antes só circulavam no mundo restrito de letrados afortunados (é o caso dos *pliegos sueltos* castelhanos e dos *plecs* catalães, dos *chapbooks* ingleses ou da fórmula editorial conhecida na França sob o termo genérico de *bibliothèque bleue*⁹). O essencial é compreender como os mesmos textos podem ser diversamente apreendidos, manejados e compreendidos”. (Chartier, 1994: 16)

Na França, durante o século XVII, o formato dos livros estava diminuindo. Foi essa a época dos *chapbooks*¹⁰, que também podemos classificar como livros acessíveis no que diz respeito ao formato. Um dos principais editores desse tipo de publicação foi

⁷ As últimas décadas do século XV foram marcadas pelo advento e impacto da imprensa, constituindo uma “revolução de impressão” na Europa. Os livros que antes eram copiados, agora são impressos. Criou-se, assim, mais um instrumento de democratização do livro e da leitura e, sobretudo, de poder. Essa revolução logo despertou o interesse dos poderosos – Igreja e Estado – graças às novas possibilidades que ela abria. Eisenstein (1998). “Antes do advento da imprensa, publicar significou muitas vezes um ditar ou lerem voz alta. Ao contrário da cultura dos escribas, que dera espaço para ‘ouvir as regras de uma determinada ciência’, a cultura impressa tornou possível a distribuição simultânea de ‘figuras e mapas bem feitos’. Desse modo, ela não só transformou as comunicações no seio da Comunidade do Saber, como também estabeleceu as bases para que se pudesse confiar, de maneira nova, na capacidade humana de chegar a um certo conhecimento das ‘Leis da Natureza e do Deus da Natureza’” (idem: 292). A leitura da Bíblia nesse novo formato tornou-se mais confiável, pois “a imprensa reduziu os problemas de tradução, transcendeu as divisões lingüísticas, ajudou a superar as antigas divisões entre aulas universitárias e ofícios artesanais” (idem: 296).

⁸ “Mas já no final do século XV, os Aldos, desejosos de facilitar a leitura dos autores clássicos, lançam sua célebre coleção “portátil”. Adotada pelo pequeno mundo dos humanistas, a moda dos formatos reduzidos difunde-se cada vez mais no início do século XVI: em Paris, por exemplo, onde Simon de Colines, que cria uma coleção análoga à dos Aldo, encontra numerosos imitadores, em Lyon sobretudo onde se copiam com frequência os modelos venezianos. Em breve, editam-se sistematicamente as novas obras literárias em edições de pequeno formato facilmente manejáveis e consultáveis” (Febvre & Martin, 1992: 137).

⁹ Para o autor, a *bibliothèque bleue* foi “o mais poderoso instrumento de aculturação escrita na França do Antigo Regime” (Chartier, 1994: 21). “A *bibliothèque bleue* é uma fórmula editorial que vai beber no repertório de textos já publicados, aqueles que mais parecem convir às expectativas do grande público que ela quer atingir. Donde duas precauções necessárias: não tomar os livros de capa azul como ‘populares’ em si mesmos, pois eles pertencem a todos os gêneros da literatura erudita; considerar que eles já possuíam uma primeira existência editorial, às vezes muito antiga, antes de ter ingressado no repertório de livros para um grande número de leitores. [...] a eficácia fundamental da *bibliothèque bleue* remete às intervenções editoriais operadas sobre os textos a fim de torná-los legíveis para as largas clientelas a que são destinados (idem: 20).

¹⁰ Eram livros pequenos e baratos vendidos nas ruas entre os séculos XVII e XIX. (Collin, 1997: 47).

Elzevier¹¹. A coleção desse holandês teve um grande êxito e se popularizou bastante entre os menos abastados. Eram livros extremamente populares e lembram a nossa literatura de cordel.

O tamanho preferido dos livros populares foi o in-octavo, uma vez que uma única folha podia produzir um livrete de dezesseis páginas. No século XVIII, talvez porque agora os leitores quisessem relatos completos dos eventos narrados nas histórias e baladas, as folhas foram dobradas em doze partes e os livretes engordaram para 24 páginas de brochura.

Alemanha: sucesso permanente dos livros de bolso

No século XIX, a malha ferroviária européia, sobretudo a inglesa, começou a crescer. Esse foi um ótimo e oportuno momento para se pensar em um livro cuja acessibilidade privilegiasse o preço e o formato. As longas viagens exigiam um material de leitura com conteúdo e tamanhos específicos. Em 1848, começavam a aparecer bancas de livros e revistas nas estações ferroviárias (idem: 166-7).

Além desses fatores, o que também contribuiu para o surgimento de um público leitor foi a crescente urbanização da Europa, a preocupação cada vez maior com a educação (uma importante consequência da Revolução Francesa), os avanços tecnológicos (sobretudo no que diz respeito aos equipamentos gráficos¹² e de fabricação de papel), entre outros mais específicos como a determinação de autores que entrariam em domínio público na Alemanha, em 1867 (que possibilitou o crescimento das coleções de livros baratos) e, em 1842¹³, na Inglaterra, ocorreu o mesmo.

Nos anos de 1830, aparece, em Frankfurt, uma das primeiras séries de livros populares européias, a “Pocket-Novelists”, do editor Carl Jügel. Eram livros em inglês destinados a turistas que visitavam o vale do Reno e as montanhas Taunus (Steinberg, 1969: 350).

¹¹ “De maneira que, quando os Elzevier, que por causa das guerras não podiam mais mandar vir da França o papel de que precisavam, decidem, já o vimos, adotar para suas edições de autores clássicos, um formato muito reduzido, *in-12*°, e caracteres muito pequenos, seus clientes, na maioria estudiosos, começam a queixar-se. Na segunda metade do século, em compensação, o público que se interessa pelas coisas do espírito se alarga, romances e livros de vulgarização multiplicam-se enquanto as condições econômicas são desfavoráveis para os empreendimentos importantes em matérias de edição – de onde resulta o crescente sucesso dos pequenos formatos” (Febvre & Martin, 1992: 139).

¹² A indústria do livro já estava praticamente automatizada antes do final do século XIX e máquina de fazer “capa fora” (brochura) foi inventada na Inglaterra por volta de 1830 e introduzida nos EUA em 1832. E esse sistema de “capa fora” foi um dos principais passos para a democratização do livro (Ferreira, 1968: 22).

¹³ Na Alemanha, a obra era de domínio público trinta anos após a morte do autor. Na Inglaterra, apenas sete anos da morte do autor ou 42 da publicação da primeira edição, Segundo o Copyright Act, de 1842 (Steinberg: 1969: 356).

Aproveitando esse novo mercado, o barão Christian Bernhard Tauchnitz (1816-1895)¹⁴, editor de Leipzig, Alemanha, criou a sua “Collection of British Authors”¹⁵, cujo formato era 118x165 mm, uma das mais bem-sucedidas coleções de livros de bolso de todos os tempos. A empresa foi fundada em 1837¹⁶, mas a coleção só começou a ser editada em 1841 e durou mais de cem anos (incorporou-se à Albatross, que continuou a editar a coleção até 1955). “Com a média de um título por semana, publicou mais de 5 mil volumes em seus primeiros cem anos, pondo em circulação algo em torno de 50 a 60 milhões de exemplares. Embora a escolha dos títulos fosse excelente, a produção não estava à altura do conteúdo. Os livros eram um tanto quadrados, impressos em tipos minúsculos, com capas tipograficamente idênticas, que não eram atraentes nem para os olhos, nem para as mãos” (Manguel, 2001: 168).

Além de editar uma coleção extremamente barata e popular, o barão Tauchnitz preocupava-se também com os acordos de circulação (os livros só eram vendidos fora da Inglaterra) e com o pagamento de direitos autorais.

No começo dos anos 1930, as edições de Tauchnitz começaram a perder terreno para duas novas empresas: a Penguin inglesa e a Albatross, editora alemã sediada em Hamburgo, cujo logo reproduzia um albatroz. Os livros da série “The Albatross Modern Continental Library” saíam no formato 111x180 mm e tinham acabamento e design muito bem cuidados. Cada tema ou área da coleção tinha uma cor de capa distinta e o projeto gráfico era do famoso artista gráfico Giovanni Mardersteig. A coleção foi apresentada ao público em 1932, com seus primeiros vinte títulos (começava com James Joyce, passava por Aldous Huxley e Virginia Woolf e acabava com Dashiell Hammett)¹⁷.

¹⁴ Há uma pesquisa extremamente detalhada – feita por William Burton Todd e Ann Bowden – sobre os livros editados por Tauchnitz e seus sucessores: *Tauchnitz International Editions in English, 1841-1955: a bibliographical history*. Nova York, Bibliographical Society of America, 1988. O livro é uma espécie de catálogo da coleção. Lista todos os seus títulos, bem como a história de cada fase da empresa alemã. Através dele, descobri que Tauchnitz editou também livros escolares, dicionários, livros juvenis, além de “obras completas” de vários autores (Shakespeare e Bernard Shaw, por exemplo) e, durante alguns anos, uma revista especial sobre o seu catálogo intitulada *The Tauchnitz Magazine*.

¹⁵ Mais de 70 anos depois, em 1914, a coleção passou a se chamar “Collection of British and American Authors” (Todd & Bowden, 1988: IX).

¹⁶ O barão tinha apenas 25 anos quando fundou a editora. Apesar da idade, provavelmente deveria já ter alguma experiência ou conhecimento no ramo, já que seu tio Karl Christof Traugott Tauchnitz (1761-1836) era tipógrafo e editor (Lange, 1951: 96-7). Editou “an inexpensive series of Greek and Roman classics, bound in paper covers” (Schreuders, 1981: 5).

¹⁷ O preço dos livros era 1.80 (marcos), 12 (francos franceses) ou 9 (liras italianas). (Schreuders, 1981: 7). No caso das edições Tauchnitz, o preço chegou a sofrer um aumento logo após a Primeira Guerra: em 1919, os livros passaram de 38 para 50 centavos, além de uma queda de qualidade no papel. Os livros vinham com a seguinte frase “The usual quality of paper will again be used as soon as possible” (Davis, 1984: 19).

A Albatross surgiu a partir da reunião de três editores que, empolgados com o sucesso dos livros da Tauchnitz e financiados por um industrial inglês (Sir Edmond Davis), fundaram a empresa em 1932. Eram eles: John Holroyd-Reece (editor inglês), Max Christian Wegner (ex-editor da Tauchnitz) e Kurt Enoch (editor alemão). Enoch comandava os escritórios da Albatross em Paris e, anos depois, foi para os EUA, fugindo da guerra, e montou uma das principais editoras de livros acessíveis dos EUA.

Os livros da Tauchnitz e da Albatross circulavam apenas na parte continental da Europa e tinham a seguinte frase impressa: “Not to be introduced into the British Empire or the U.S.A.” (Schreuders, 1981:7). Com o tempo, a Tauchnitz foi se enfraquecendo, devido às pouco favoráveis condições econômicas da Alemanha após a Primeira Guerra e por problemas com o extenso catálogo que a coleção formou (Davis, 1984: 20). Assim, em 1º de setembro de 1934¹⁸, aproveitando a queda da concorrente, a Albatross, incorporou a Tauchnitz (Schreuders, 1981:8).

Como a Albatross não era uma empresa 100% alemã, a partir de 1939 foi sofrendo cada vez mais com a ascensão de Hitler e com o agravamento da Segunda Guerra Mundial. Acabou se desfazendo em 1943 e Max Christian Wegner continuou tocando a Tauchnitz por mais algum tempo, abrindo escritórios em outras capitais européias. Em 1955, enfim, a Tauchnitz fecha. (Todd & Bowden: 1988, 747, Schreuders: 1981, 12).

Em 1867¹⁹, surge mais uma grande coleção de livros de preços acessíveis na Alemanha. Foi quando Anton Philipp Reclam (1806-96) iniciou a sua “Reclam’s Universal-Bibliothek” (ao contrário da Tauchnitz e da Albatross, todos os livros são em alemão) com a publicação da primeira parte de *Fausto* (os livros medem, até hoje, 95x147 mm) e lançava por volta de dez títulos por mês. Começou com a publicação das obras de Shakespeare e, com preços de capa tão baixos²⁰, logo se tornou bastante popular (Manguel, 2001: 168). Meio século mais tarde, o preço e o design de capa

¹⁸ Com a morte do barão, em 1895, seu filho mais velho, também chamado Christian (ou 2º barão) fica no comando até 1912 (Todd & Bowden, 1988: 451). De 1912 a 1929, quem gerencia a editora é Curt Otto, único proprietário da casa depois da morte do 2º barão em 1921 (idem: 609). Otto morre em 1929 e a editora fica sob a responsabilidade de Max Christian Wegner (idem: 710). E, a partir de 1934, ela é incorporada à Albatross (idem 745).

¹⁹ Não coincidentemente, é o ano em que “todas as obras escritas por autores alemães mortos havia trinta anos, caíram e domínio público” (Manguel: 2001; 168).

²⁰ Mas a editora começou mesmo em 1858, com o lançamento de um conjunto de 12 livrinhos com as peças de Shakespeare que tiveram seis edições em um ano (Steinberg, 1969: 351) e em 1865 fez outra edição com 25 livrinhos de capa rosa (cada um com uma peça de Shakespeare) custando “the equivalent of about one decimal penny – a sensationally low price even then” (Schmoller, 1974: 294).

permaneciam inalterados²¹. Quando completou um século de vida, o catálogo já contava com cerca de 8.000 títulos e 400 milhões de exemplares em circulação (Schmoller, 1974: 295)²².

Algumas curiosidades da “Reclam’s Universal-Bibliothek”²³:

“[...] as estatísticas relativas a êsse período revelam uma venda de 18 milhões de exemplares de clássicos alemães, 8,5 milhões de clássicos gregos e romanos e 5 milhões de livros filosóficos, que incluíam 790.000 exemplares de obras de Kant. [...] Parte desse sucesso decorre da estreita cooperação entre a Reclam e a *Gesellschaft fuer Volksbildung* (‘Sociedade de Educação Popular’), que fundou, aproximadamente no mesmo período, cerca de 137.000 bibliotecas com 4.000.000 de volumes e 22.000 bibliotecas circulantes com mais de 900.000 volumes.” (Enoch, 1972: 386). Em 1967, quando a coleção completou seu primeiro centenário, mais de 2.100 títulos já tinham sido re-editados, totalizando mais de 118 milhões de cópias (Steinberg, 1969: 352).

Ao comentar a heterogeneidade da “Reclam’s Universal-Bibliothek”, Hans Magnus Enzensberger compara suas edições às atuais sustentando que “o programa era formado a partir duma noção de cultura, [...] e representava o que era preciso ter lido para, segundo os padrões da cultura burguesa, se possuir para uma cultura universal” e profetiza que “a produção do livro de bolso já não encarna tais noções normativas mas pretende um incremento infinito das coleções e um consumo crescente” (Enzensberger, 1962 apud Wellershoff, 1970: 46).

A partir do sucesso da “Reclam’s Universal Bibliothek”, várias editoras alemãs tentaram se aventurar nesse mercado, mas depois de um rápido sucesso acabavam desistindo. Em 1912, a Reclam influenciou a criação da coleção “Insel-Bücherei”, da Insel-Verlag, coordenada pelo editor Anton Kippenberg. Em ambas as coleções, os livros são em alemão e a cidade onde as empresas estão sediadas é Leipzig, que pode ser considerada um dos principais berços do livro de bolso na Europa.

A “Insel-Bücherei” foi uma coleção um pouco mais cara, voltada para um público mais sofisticado (os livros eram capa-dura), embora o preço de capa fosse relativamente

²¹ A questão do preço dos livros é um pouco controversa. Para a “Reclam’s Universal-Bibliothek”, Manguel fala em 1 pfennig decimal cada, enquanto Enoch (que inclusive era um dos donos da Albatross) e Steinberg falam em 20 pfennig cada.

²² Os números (tanto de títulos publicados quanto de exemplares impressos e preço de capa) dessas coleções são sempre meio controversos. No caso da “Reclam’s Universal-Bibliothek”, Schmoller cita “For a full fifty years the price and cover design of the little volumes remained unaltered. Since then, both have from time to time been changed. When the series was a hundred years old, some 8,000 titles – among them many original works – had been published, with a total circulation of about 400 million copies” (Schmoller, 1974: 295), Já Steinberg, esclarece que “After seventy-five years, in 1942, it comprised about 8,000 numbers, printed in about 275 million copies” (Steinberg, 1969: 352).

²³ “Quando a Editora Reclam lançou, em 1867 (o mesmo ano em que foi publicado *O Capital*, de Karl Marx), aquele que pode ser considerado o precursor do livro de bolso, o fez e calculou *também* porque usou todos os recursos técnicos e de impressão disponíveis na época. Essa Biblioteca Universal Reclam continua existindo e sendo vendida com grande sucesso pela mesma editora – que pertence e é gerida pela mesma família. Está com mais de 9.000 volumes publicados e mais de 500 milhões de livros vendidos” (Knapp, 1986: 65-6).

baixo (50 pfennig²⁴, 30 a mais que os da Reclam). Depois de 25 anos, a coleção já contava com cerca de 500 títulos e contabilizava uma venda de 25 milhões de exemplares. O primeiro livro e *best seller* da coleção foi *Die Weise von Liebe und Tod des Cornets Christoph Rilke* (A canção do amor e da morte do porta-estandarte Christoph Rilke²⁵), de Rainer Maria Rilke, com um milhão de cópias vendidas até 1962²⁶ (Steinberg, 1969: 354). Depois do final da Segunda Guerra Mundial e da divisão da Alemanha, a Insel foi incorporada pela Suhrkamp Taschenbuch Verlag (hoje, uma das mais importantes editoras alemãs) (Ziermann, 2000: 165-6).

A “Reclam’s Universal-Bibliothek” resistiu aos turbulentos anos da guerra e aos do pós-guerra e existe até hoje, sendo uma das principais editoras de livros de bolso alemãs. Embora várias tentativas de editar livros de bolso tenham falhado por conta das crises econômicas decorrentes da Segunda Guerra Mundial, a partir da segunda metade do século XX, a Alemanha apostou nesse tipo de publicação. Hoje em dia, existem mais de 30 editoras que lançam, exclusiva ou principalmente, livros de bolso, como a ‘dtv’ – Deutscher Taschenbuch Verlag (que edita cerca de 550 novos títulos por ano)²⁷ –, a Fischer Taschenbuch Verlag (400 novos títulos por ano), a ‘st’ ou Suhrkamp Taschenbuch Verlag (300 novos títulos a cada ano) e a Ullstein Taschenbuchverlag (com mais 400 novos títulos a cada ano).

A aceitação do livro de bolso é tanta que, em 1967, 48% da população da Alemanha Ocidental já tinha comprado algum livro de bolso. Em 1987, a taxa já era de

²⁴ Pfennig é o centavo do marco alemão. Assim, 1 pfennig = 1/100 marco.

²⁵ Obra escrita em 1899. “Esse *Porta-estandarte* constituiu, como contou Rilke mais tarde, o inesperado brinde de uma única noite, uma noite de outono, sendo escrito em um só impulso à luz de dois candelabros cujos pavios oscilavam ao vento noturno; as nuvens que desfilavam à frente da lua haviam-no inspirado, embora o tema lhe fosse sugerido algumas semanas antes, quando folheava pela primeira vez papéis de família que recebera por herança” (Unsel, 1986: 167).

²⁶ “Em janeiro de 1912, Kippenberg propõe reunir dois contos em prosa, ou uma seleção de poemas de quarenta páginas, para publicá-los nos seus ‘livros de 30 pfennigs’ (que passarão a 50 pfennigs semanas depois e constituirão em breve a célebre ‘Insel-Bücherei’). Cento e cinquenta marcos por 10.000 exemplares vendidos. A 22 de janeiro Kippenberg comunica a Rilke que finalmente Axel Juncker [seu antigo editor que não conseguira fazer com que o livro emplacasse] renuncia, em definitivo, ao *Porta-estandarte*, pela soma de 400 marcos. Ele deseja publicar essa obra na sua série de 50 pfennings e aumenta os honorários de 150 para 400 marcos. Em fins de junho de 1912 surgem os 12 primeiros volumes da ‘Insel-Bücherei’ compostos à mão nos melhores tipos da época, impressos em papel alfa e – novidade para uma coleção a esse preço – solidamente encadernados em capa dura. O número 1 continha o *Porta-estandarte*, do qual 22.000 exemplares foram vendidos no primeiro ano. Em 1916 surgiu o 88º milheiro, em 1921, o 251º milheiro, em 1934, o 500º milheiro, e em 1962 a tiragem ultrapassou o milhão” (Unsel, 1986: 191-2).

²⁷ “A fundação da DTV deu-se com a união de 11 editoras alemãs e suíças, que não dispunham de um departamento de publicação de livros de bolso. Esta situação traz nova luz aos meios editoriais. Novas técnicas de produção e industrialização, que tornam possíveis publicações neste formato, exigem uma atuação nos meios de produção, administração e nos programas das casas editoras. Os custos secundários aparecem em seguida com seus cálculos em primeiro plano. As edições comuns estão cada vez mais ligadas a seus apêndices econômicos de suas licenças para empreendimentos especializados em livros de bolso, comunidades de livros, emissoras de rádio e TV, sociedades de imagem e som, editores de edições para coleção, no mercado local como no exterior. Tanto que 11 concorrentes se aglutinaram em um empreendimento comum, que nos dá o resultado pela lógica que os meios produtivos de uma grande indústria se tornam necessários. As ligações com as tendências de concentração, na indústria de produção de bens de consumo, ficam assim atingidos” (Enzensberger, 1962: 151).

73%. Em 1996, 58% da população já gastava, com a compra de livros de bolso, pelo menos dez marcos, garantindo um faturamento superior a dezessete milhões de marcos. Como se vê, a Alemanha é um país que adotou realmente o livro de bolso, transformando-o em um poderoso meio de comunicação de massa²⁸.

França: outro grande berço dos livros de bolso

Em meados do século XVII, durante um período de crise, os comerciantes franceses de livros foram obrigados a suspender a publicação de trabalhos, pois estes caíam nas mãos de alguns que os pirateavam. Esses piratas, que serviam a um público provinciano (portanto, como menos condições de achar e comprar livros), reduziam as margens do texto e os formatos dos livros numa tentativa de baratear o produto para suas operações ilegais.

Assim, cresce o comércio clandestino, auxiliado por livros de formato menor. Era mais fácil esconder e transportar ilegalmente os livros pequenos. Diz-se também que o tamanho reduzido era mais atraente e que seu consumo provocava até sensação de algo pecaminoso, como se o livrinho fosse um fruto proibido (Martin, 1994: 256-9; 313).

Vários especialistas²⁹ garantem que o berço do livro de bolso é a França, lembrando que a história do livro popular francês começa no século XVII, com a *bibliothèque bleue*:

Na França, o ‘Livro de bolso’, coleção comum a vários editores e que deu o seu nome ao gênero, publicou perto de 3.700 títulos desde 1952, tendo muitos conhecido tiragens elevadas: *Le Grand Meaulnes* (1963) ultrapassou o milhão de exemplares. Conviria ainda citar as várias coleções ‘Marabout’, publicadas em Verviers na Bélgica, as coleções ‘J’ai lu’, o ‘Monde en 10/18’, ‘Presses-pocket’, etc. Destinadas de início a publicar ‘as obras romaneskas francesas e estrangeiras mais notáveis da época contemporânea’, essas coleções alargaram-se aos textos clássicos e às obras documentais: ‘Garnier-Flammarion’, ‘Idées’ da Gallimard, ‘Microcosme’ das Editions du Seuil, etc. A coleção ‘Que sais-je’³⁰, criada em 1941 e ultrapassando atualmente 1.580 títulos, já respondia às mesmas preocupações. Em 106 milhões de exemplares de obras de literatura geral publicadas na França em 1966, 45 milhões eram volumes em formato de bolso. Um catálogo repertoriava 11.000 títulos disponíveis em outubro de 1973, divididos em 173 coleções vendidas por 50 editores (Labarre, 1981: 103-4).

²⁸ Conforme é apresentado no *Das Taschenbuch-Lexikon: über 150 Stichwörter rund ums Taschenbuch*, um catálogo editado por Arbeitsgruppe Taschenbuchverlage (grupo de trabalho das editoras de livros de bolso).

²⁹ Como, por exemplo, o editor gaúcho Ivan Pinheiro Machado, dono de uma das mais reconhecidas editoras de livros de bolso brasileira, a L&PM.

³⁰ Esta coleção era editada pela Presses Univ. de France, de Paris (Voss, 1978: 17).

Assim como Tauchnitz, na Alemanha e Lane, na Inglaterra, Louis Hachette foi um dos principais precursores do livro barato e de pequeno formato na França. Entre 1851 e 1852, propôs a criação de um sistema de “banca de livros” nas estações de trem francesas (como já havia na Inglaterra), já pensando nos pontos de venda para a sua “Bibliothèque des Chemins de Fer”. A coleção tinha por finalidade vender por um preço bem menor, livros que já tinha vendido bem ao preço normal (Martin, 1994: 444).

Em 1905, outra coleção importante foi a “Moderne Bibliothèque”, de Arthème II Fayard. Ela oferecia “obras completas de grandes autores a 95 centavos por volume”. Ele também editou outra grande coleção, os “Livres Populaires” (idem: 446).

Hoje, as principais editoras francesas que têm coleções representativas de livro de bolso são a Gallimard, a Flammarion³¹, a Robert Laffond e a Livre de Poche.

Comparando as diferenças entre as experiências alemãs e francesas, podemos concordar com as conclusões de Martin que acredita que a situação da produção editorial na Alemanha e na França era muito diferente. Já havia, por toda a Alemanha, um comércio forte em torno do livro, enquanto que na França, esse comércio ainda estava bastante concentrado em Paris (Martin, 1994: 448-9).

Inglaterra: experiências de sucesso que influenciaram os EUA

A Inglaterra foi outro país que adotou fortemente a brochura de bolso. Segundo Alberto Manguel, a partir da era vitoriana, o livro passou a ser visto como “um objeto menos aristocrático, menos proibitivo, menos grandioso” (Manguel, 2001: 166)³². Assim, os livros não deveriam se feitos apenas para ficar nas estantes das bibliotecas (como nos séculos XVII e XVIII) e sim para serem “levados para fora, feitos especialmente para viajar” (século XIX). No final do século XVIII, já se abriam bancas de jornais, livros e revistas e de livros nas estações inglesas (idem: 166-7).

Na Inglaterra, a nova burguesia e a expansão das ferrovias combinaram-se para criar um súbito anseio por viagens longas, e os viajantes letrados descobriam que precisavam de material de leitura com conteúdo e tamanhos específicos (idem).

³¹ Um exemplo de coleção de bolso da Flammarion era a “Questions d’histoire”, dirigida por Marc Ferro. Os livros mediam 110x170 mm. Nesse mesmo formato, havia a coleção “Nouveaux Classiques Larousse”, da Librairie Larousse.

³² “A era vitoriana, que assistiu à formação na Inglaterra da Associação dos Editores, da Associação dos Livreiros, das primeiras agências comerciais, da Sociedade dos Autores, do sistema de direitos autorais e do romance de um volume a seis xelins, também foi testemunha do nascimento das coleções de livros de bolso. [...] Agora o livro era um objeto menos aristocrático, menos proibitivo, menos grandioso”. (Manguel, 2001: 165-6)

Os primeiros registros de livros acessíveis ingleses são do final do século XVIII: uma série chamada “Modern Novels”, com cerca de 50 livros publicados em 1692. Por volta de 1777, aparecem duas séries com o mesmo nome: “British Poets”. Uma de John Bell e outra de um certo dr. Johnson. O formato dos livros era 90x135 mm e custavam 6 shillings³³. A do dr. Johnson fracassou, já que a de Bell era mais bem cuidada (Schmoller, 1974: 288 & Steinberg, 1969: 349). Foi essa mesma época que testemunhou a invenção e o aperfeiçoamento de máquinas de impressão e de fabricação de papel na Inglaterra, o que possibilitou “literatura para milhões”.

Como na Alemanha, o *boom* ocorre mesmo no século XIX. As primeiras coleções do século são as de Archibald Constable (“Miscellany”, de 1827 a 1835, livros sobre viagens e história), John Murray (“Family Library”, de 1829 a 1834), de Colburn e Bentley (“Standard Novels”, de 1831 a 1854, nesses 25 anos de duração, editaram 126 títulos diferentes) e as “shilling series” de H. G. Bohn (“Standard Library”, de 1846 e “Classics”, de 1853, ambas custando 1 shilling). Apareceu também a “People’s Edition”, de John Dick, nos anos 1880, cujo formato era 140x218 mm e custava 6 pence (o preço era impresso na capa, ao lado do nome da coleção) (Schmoller, 1974: 288-91 & Steinberg, 1969: 350).

Mas as maiores foram a “Irish Parlour Library”, de Simms and McIntyre³⁴ (de 1847 a 1863, com 300 títulos, preço de capa: 1 shilling), a “Railway Library”, de George Routledge (de 1848 a 1898, com 1300 títulos, como o próprio nome diz, a coleção veio para satisfazer a fome de leitura dos passageiros de trem e era vendida, principalmente, nas estações. Preço de capa: 1 shilling) e a “National Library”, da Cassel³⁵, editada por Henry Morley (os livros eram, na sua maioria, de romancistas ingleses e custavam três pence a edição brochura e seis a encadernada). A coleção durou quatro anos e os livros tinham periodicidade semanal. Foram lançados 209 títulos, com uma média de venda de mais de 30.000 exemplares de cada título e de 7 milhões de exemplares no total (Steinberg, 1969: 350; 355).

A partir de 1896, a “Penny Library of Famous Book”, de George Newne, publicou romances custando 1 *penny* (Escarpit, 1976: 11). Já no século XX, tínhamos os efeitos do “Copyright Act of 1842”. A partir de 1900, quatro grandes coleções tomaram o

³³ Shilling é a vigésima parte da libra (pound). Assim, 1 shilling = 1/20 libra esterlina. Já o centavo é o penny (antigo pence). Assim, 1 pence = 1/100 libra esterlina.

³⁴ Schmoller diz que essa coleção era coordenada por Thomas Hodgson (Schmoller, 1974: 288).

³⁵ A mesma editora lançou, entre 1907 e 1908, uma série similar chamada “People’s Library” que teve 85 títulos no catálogo e vendeu 900.000 exemplares (Steinberg, 1969: 356).

mercado inglês, com livros de escritores que entraram em domínio público como Dickens, Thackeray, Disraeli, Lytton, George Eliot, the Brontës, Carlyle e Ruskin. São elas, a “Classics” (de 1905), antiga “New Century Library”, a “World’s Classics”, a “Pocket Classics” e a “Everyman’s Library”. Tais coleções alcançaram um gigantesco número de exemplares vendidos e um dos principais fatores foi a adoção de várias dessas obras por colégios ingleses (Steinberg, 1969: 358).

Nos anos 1930, surge a principal contribuição britânica para a história da edição de brochuras: a editora Penguin, fundada por Allen Lane. Ele era diretor de uma editora de livros capa dura chamada The Bodley Head, de propriedade de John Lane³⁶.

Allen Lane, em visita a Agatha Christie, sentiu falta de livros bons para ler no trem (já que procurara e só encontrara ficção barata ou livros de escritores vitorianos nas bancas de estações). Daí surge a idéia de criar uma coleção de livros baratos.

Lane queria editar escritores mais novos. Sua idéia não tinha sido bem vista na The Bodley Head, pois ninguém queria saber de trabalhar com produtos baratos (Manguel, 2001: 168-9). Mas como a empresa estava passando por maus bocados, devido à quebra da bolsa de Nova York em 1929, acabou aceitando e abraçando a idéia (Schmoller, 1974: 297; Davis, 1984: 26).

Os primeiros dez livros, no formato 111x181³⁷ mm, foram lançados em 30 de julho de 1935³⁸. Em 2005, a editora comemora os seus 70 anos de existência. Davis (1984: 26-7), lista os títulos: *Ariel* (de André Maurois), *A Farewell to Arms* (de Ernest Hemingway), *Poet’s Club* (de Eric Linklater), *Madame Claire* (de Susan Ertz), *The Unpleasantness at the Bellona Club* (de Dorothy L. Sayers), *The Murder on the Links* (de Agatha Christie), *Twenty-Five* (de Beverly Nichols), *Gone to Earth* (de Mary Webb), *Carnival* (de Compton Mackenzie) e *South Wind* (de Norman Douglas)³⁹. Em outubro de 1935, foram publicados mais dez títulos e, a cada ano, até a Segunda Guerra, eram publicados cerca de cinquenta e, com o tempo e com o sucesso desses dez

³⁶ Um dos livros diz que John Lane era seu primo (Davis, 1984:25.) e outro diz que era seu irmão (Bonn, 1989: 8).

³⁷ Três itens coincidem com “The Albatross Modern Continental Library”. O formato era idêntico e o logo também era um animal que remetia ao nome da editora. Além disso, Lane também adotou uma cor diferente de capa para cada assunto (laranja para ficção, verde para crime e mistério, magenta para viagem e aventura, azul escuro para biografia etc.) (Schmoller, 1974: 294, Davis, 1984: 28).

³⁸ “O livro de massa nasceu na Inglaterra, em 1935, com os “Penguin books”, a 6 pence. Desenvolveu-se durante e após a última guerra. A sua tiragem raramente é inferior a várias dezenas de milhares de exemplares, e o preço nunca excede o salário de uma hora de trabalho. [...] Podem-se considerar como suas antecessoras: a ‘Bibliothèque des Chemins de Fer’ da Chaix e depois da Hachette em Paris (1852), e a ‘Universal Bibliothek’ de Reclam em Leipzig (1867)” (Labarre, 1981: 103).

³⁹ Schmoller cita um artigo de George Orwell falando sobre a coleção de Lane. O autor acha que ela é ótima para a literatura, mas péssima para os negócios. É uma vantagem para o leitor e uma desvantagem (um desastre) para o editor, para o autor e para o livreiro (Schmoller, 1974: 300; Manguel, 2001: 170-1). Pena que o autor não viveu para constatar que seus livros venderam, nesta coleção, mais de 600.000 exemplares até a década de 1970.

primeiros livros, a editora passou a publicar novas séries e coleções, inclusive livros mais luxuosos (Schreuders, 1981: 10).

Preocupado com os limitados e inconstantes pontos de venda (as livrarias), Lane percebeu que deveria ampliar a oferta de seus livros, colocando-os nos lugares mais inusitados. Assim, conseguiu negociar com uma rede de lojas britânica chamada Woolworth's⁴⁰ e como tinha os direitos de comercializá-los inclusive na Grã-Bretanha e em outros países de língua inglesa, conseguiu imprimir grandes tiragens e, conseqüentemente, reduzir o preço de capa⁴¹.

Iniciada a Segunda Guerra, Lane, com muita sorte, prosperou, criando mais duas coleções. A Penguin conseguiu manter um bom estoque de papel numa época que esse produto era artigo raro. Assim, nos três primeiros anos de guerra, ela alcançou o monopólio editorial europeu e vendeu, nesse período, 25 milhões de livros (Davis, 1984: 29) e, até hoje, é uma das principais editoras inglesas.

Com todo o êxito comercial obtido pela Penguin, só faltava Lane conquistar uma última, mas gigantesca, fatia do mercado “English-spoken”: os Estados Unidos. Assim, em julho de 1939, contratou o jovem economista Ian Ballantine e abriu uma filial em Nova York, que vai funcionar de 1941 a 1948. Dois anos depois, Kurt Enoch (que fora editor de “The Albatross Modern Continental Library”) também vai trabalhar nessa filial norte-americana, ao lado do editor Walter Pitkin Jr.. A partir de 1941, a Penguin se beneficia da venda de livros para o governo norte-americano. Só que essas vendas não eram para alunos da rede pública e sim para a Army Library Service (Serviço de Biblioteca do Exército), ou seja, para os soldados nos *fronts* da Segunda Guerra Mundial. Mas a Penguin americana não fará o mesmo sucesso da matriz britânica, visto que não chegou a durar nem dez anos⁴².

Para Robert Scarpit, “O livro Penguin não pretendia ser um livro de massa. Não sem um certo esnobismo, seus diretores tentaram por muito tempo recusar esse papel e

⁴⁰ Conta-se que o proprietário da rede de lojas, Mr. Clifford Prescott, achou a idéia de vender livros um pouco estranha, mas na hora que Lane estava com ele, chega Mrs. Prescott e acha a idéia interessante e convence o marido a arriscar. Assim, Lane conseguiu fazer com que a coleção fosse vendida em cada filial da Woolworth's em toda a Grã-Bretanha (Davis, 1984: 27; Manguel, 2001: 169).

⁴¹ Os livros eram vendidos a 6 pence e a expressão “sixpence” acabou, inclusive, lembrando a coleção (Schreuders, 1981: 9). “Os Penguins originais de Allen Lane, de 1935, na Inglaterra, eram vendidos através da cadeia de lojas da Woolworth a seis *pence*: doze vezes menos que os seis *shillings* que então se cobravam por um romance encadernado” (Hallewell, 1985: 560-1).

⁴² Esse fracasso é justificado pela crescente profissionalização dos editores norte-americanos. A partir dos anos 1940, vão surgir várias editoras com coleções de brochuras a preços acessíveis e farão o *lobby* para a Penguin cair fora. A história é contada incansável e detalhadamente em *Two-bit culture: The paperbacking of America*, de Kenneth C. Davis, Boston, Houghton Mifflin Company, 1984.

talvez não estivesse realmente entre as suas intenções a de desempenhá-lo⁴³. Mas o homem propõe e a história dispõe” (Escarpit, 1976: 13).

Conclusão

Em 1974, a editora inglesa Longman completou seus 250 anos. Comemorou editando uma importante – e pouco divulgada – obra, intitulada *Essays in the history of publishing in celebration of the 250th anniversary of the House of Longman – 1724-1974*. É composta de vários artigos sobre a história do livro na Europa, mas o que me chamou a atenção foi o escrito por Hans Schmoller – “The paperback revolution”.

Schmoller levanta dados de diversas coleções editadas a partir do final do século XIX para, despretenciosamente, criar um termo que, a meu ver, pareceu bastante exato para definir a movimentação e o interesse do mercado editorial europeu da época: a Revolução da Brochura.

O termo não é utilizado pelos historiadores da cultura e do livro, mas me parece bastante oportuno, uma vez que define bem o que o mercado editorial mundial adotaria de formato e acabamento de livros a partir do século XX – a brochura.

As experiências aqui relatadas mostram o sucesso de um tipo de livro que comumente chamamos de livros de bolso, embora seu tamanho tenha ajudado a formação de algo mais importante nas coleções: seu preço.

Os empresários estavam preocupados em vender mais e, como não parece segredo de estado, parece que a melhor fórmula é mesmo vender barato. Temos hoje, no Brasil, experiências bastante importantes como, por exemplo, a de Ivan Pinheiro Machado, da L&PM, dos livros da editora Nova Cultural e da recém-lançada coleção de bolso da Companhia das Letras, que se caracteriza pelos mesmos princípios: capa, papel e formato padronizados para, no final, termos livros a preços acessíveis.

⁴³ Segundo Escarpit: “Encontra-se num prospecto das edições Penguin de 1964 e a seguinte declaração, marca de uma presunção característica: ‘Não é que se trate de uma produção para a massa. Os 11 milhões de Penguin vendidos no Reino Unido em um ano representam apenas a compra de um Penguin por um inglês em cinco. Os Penguin são feitos para uma minoria (relativamente elevada) que é uma minoria de elite!’” (Escarpit, 1976: 13).

Referências bibliográficas

- ARBEITSGRUPPE TASCHENBUCHVERLAGE (hers.). *Das Taschenbuch-Lexikon : über 150 Stichwörter rund ums Taschenbuch*. Frankfurt am Main: Verlag der Buchhändler-Vereinigung GmbH, 1998.
- BONN, Thomas L. *Heavy traffic and high culture: New American Library as literary gatekeeper in the Paperback Revolution*. Carbondale: Southern Illinois University Press, 1989.
- CHARTIER, Roger. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Editora UnB, 1994.
- COLLIN, P. H. *Dictionary of printing and publishing*, 2ª ed. Cambridge: Peter Colling Publishing, 1997.
- CRAIG, James. *Produção gráfica*. São Paulo: Mosaico/Edusp, 1980.
- DAVIS, Kenneth C. *Two-bit culture: The paperbacking of America*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1984.
- EISENSTEIN, Elizabeth L. *A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa Moderna*. São Paulo: Editora Ática, 1998.
- ENOCH, Kurt. "O livro brochado: um fenômeno editorial do século XX" in: STEINBERG, Charles S. (org.). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo: Cultrix, 1972.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. "Bildung als Konsumgut. Analyse der Taschenbuch-Produktion" in: ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Einzelheiten I – Bewußtseins-Industrie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1962.
- ESCAPIT, Robert. *A revolução do livro*, Editora da FGV/INL-MEC: Rio de Janeiro, 1976.
- FEBVRE, Lucien & MARTIN, Henry-Jean. *O aparecimento do livro*. São Paulo: Editora Unesp/HUCITEC, 1992.
- FERREIRA, Orlando da Costa. "Para uma introdução ao estudo do produto bibliográfico". in: *Revista do Livro*, Rio de Janeiro: n. 35, 1968.
- HALLEWELL, Laurence. *O livro no Brasil*. São Paulo: T. A. Queiroz/Edusp, 1985.
- KNAPP, Wolfgang. *O que é Editora*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- LABARRE, Albert. *História do livro*. São Paulo/Brasília: Cultrix/INL-MEC, 1981.
- LANGE, Wilhelm H. *Das Buch im Wandel der Zeiten*. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag GmbH, 1951.
- MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MARTIN, Henry-Jean. *The history and power of writing*. Chicago: The University of Chicago Press, 1994.
- MCLUHAN, Marshall. *Meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.
- MCMURTRIE, Douglas. *O livro: impressão e fabrico*. 3ª ed. Lisboa: Serviço de Educação/Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.
- SCHMOLLER, Hans. "The paperback revolution" in: BRIGGS, Asa (ed.). *Essays in the history of publishing in celebration of the 250th anniversary of the House of Longman – 1724-1974*. Londres: Longman, 1974
- SCHREUDERS, Piet. *Paperbacks, U.S.A.: a graphic history – 1939-1959*. San Diego: Blue Dolphin, 1981.
- STEINBERG, S. H. *Five hundred years of printing*. 2ª ed. Londres: Penguin Books, 1969.
- TODD, William Burton & BOWDEN, Ann. *Tauchnitz International Editions in English, 1841-1955: a bibliographical history*. Nova York: Bibliographical Society of America, 1988.
- UNSELD, Siegfried. *O autor e seu editor*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara Koogan, 1986.
- VOSS, Walter Adolfo. "Aspectos dimensionais do assim chamado livro de bolso" in: *Estudos Leopoldinenses*, ano 13, v. 13, n. 44, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo: 1978.
- WELLERSHOFF, Dieter. "Literatura, mercado e indústria cultural" in: *Humboldt*, São Paulo: n. 22, ano 10, 1970.
- ZIERMANN, Klaus. *Der deutsche Buch und Taschenbuchmarkt 1945-1995*. Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess, 2000.

- Nos sculos XVII e XVIII ouve um grande espírito de curiosidade cientfica, que se pode assistir na Europa em grandes dimensões.
- Também surgiu o método experimental ou cientfico , que dizia que nada era verdadeiro sem ser confirmado pela razão e. Contra-revolução, espírito público e opinião no sul da Europa (sculos XVIII e XIX), Lisboa, 2009, CEHCP, Iscte, IUL, pp.83-107. Research Interests Na segunda metade do sculo XIX, a revolução dos transportes, a separação entre tempo livre e tempo de trabalho e as primeiras folgas pagas estiveram na origem de uma nova realidade social, as férias. De início acessíveis a muito poucos, a viagem e a vilegiatura  elementos estruturantes das férias - difundiram-se lentamente na sociedade europeia. O comboio e o pacote eram os meios de transporte preferidos pelos turistas para visitar Portugal. Exorcista: Edicao de 40 Aniversario (Em Portugues do Brasil). William Peter Blatty. 4.9 out of 5 stars 732. XIX Joseph Lister que desenvolveu métodos antissépticos que aplicados em cirurgias e no tratamento de pacientes em hospitais reduziram em muito a taxa de mortalidade. Pela sumária biografia ao final informa-se que a autora  americana com doutorado em história da ciência e da medicina na Universidade de Oxford, Inglaterra. O livro  super interessante! Mostra como eram os hospitais e as salas de cirurgias na Inglaterra Vitoriana. D também uma ideia da realidade sanitária em Londres e arredores tem trechos que impressionam.