

## **I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial**

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil

*O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.*

### **Entre louças, pianos, livros e impressos: A Casa Livro Azul**

Maria Lygia Köpke<sup>1</sup>

#### **Resumo**

Através do estudo das propagandas publicadas nos principais jornais da cidade e da leitura dos Memoriais Comemorativos de Aniversário da Casa Livro Azul, procura-se observar como a escrita e seus suportes vão se diversificando e penetrando numa sociedade que se moderniza e profissionaliza no final do século XIX e início do XX, em Campinas-SP. Busca-se também observar como os anúncios podem ser indicadores da construção e permanência desta nova consciência tipográfica que se consolida numa comunidade de consumidores ainda pouco familiarizada com tipografia, papelaria e livraria locais.

**Palavras-chave:** tipografias; livros; escrita; impressos.

Este artigo está baseado na minha dissertação de mestrado, defendida em 2004 na Faculdade de Educação da UNICAMP, cujos temas foram a leitura, os livros e os impressos em Campinas, no final do século XIX e no início do XX. A intenção era fazer um levantamento das histórias de leitura de mulheres, através de depoimentos e de histórias de vida. Entre os vários episódios relacionados às práticas e modos de ler, muitas das senhoras entrevistadas destacaram de suas lembranças os espaços onde adquiriam seus livros escolares e romances, antigas

---

<sup>1</sup> Mestre em Educação, pesquisadora do Grupo de Pesquisa Alfabetização, Leitura e Escrita (ALLE) da Faculdade de Educação – Unicamp-SP.

Bibliotecária da Escola Comunitária de Campinas – SP.

livrarias e papelarias que existiram e floresceram na sociedade campineira, no início do século passado: Casa Genoud, Casa Mascotte, Livraria Amêndola, *Casa Livro Azul*.

Deparei-me, então, com um cenário rico em espaços onde se praticava e buscava a leitura e com uma rede comercial em que circulavam papéis e impressos de todos os tipos. Eram associações literárias diversas, algumas bibliotecas particulares, tipografias e lojas de encadernação, cuja matéria prima eram os impressos e os papéis. As associações literárias eram patrocinadas por entidades beneficentes, grêmios e associações de profissionais que se reuniam para leituras e palestras culturais. Dentre todas, a *Casa Livro Azul* foi a que, desde o início, mais chamou atenção, pois foi, por diversas vezes, citada pelas depoentes. Ali, como nas demais lojas, aquelas mulheres iam comprar seus livros e materiais escolares e entusiasmavam-se com os papéis e cartões postais. Entre livros e romances, a loja vendia também, como era costume na época, cadernos, cartões, pianos, louças, material para escritório, caixinhas de música, bonecas de porcelana, brinquedos importados. Fazia encadernações e dourações e era, ainda, tipografia. Isto porque naquela época, nos primeiros anos de República e final de Império, dificilmente uma livraria poderia se manter apenas com a impressão e venda de livros, como afirmam os historiadores da leitura no Brasil, entre eles HALLEWELL (1985). As livrarias vendiam desde capas, galochas, guarda-chuvas e pílulas até livros, cadernos e armários variados.

Ali se reuniam também escritores, leitores, artistas, políticos. Fechado o expediente, havia diversos saraus musicais e literários, os *Concertinhos Livro Azul*, como eram chamados. Nas lembranças daquelas mulheres, *Ao Livro Azul* não era apenas uma casa comercial, era um ponto de encontro, de sociabilização de uma época. Pertenceu à família Castro Mendes por duas gerações, tendo sido inaugurada em 1876 e encerrado suas portas em 1958, após longos anos de serviço à população de Campinas.

Do estudo da história da leitura de mulheres nascidas no início do século XX, em Campinas, que era o projeto inicial, passei, então, ao estudo da importância e significado que teve a *Casa Livro Azul* para a cidade, em quase um século de existência. Para tanto, retomei as entrevistas, agora com frequentadores e descendentes dos antigos proprietários da loja. Consultei também diversas fontes impressas, vasculhando nos arquivos do Centro de Ciências Letras e Artes, do Centro de Memória e Arquivo Edgar Leuenroth da Unicamp, consultando os jornais *Gazeta de Campinas*, *Diário de Campinas*, *Correio Popular*, os *Almanaques para a Cidade de Campinas* e quatro *Memoriais Comemorativos de Aniversário da Casa Livro Azul*.

À medida que manuseava e lia este conjunto significativo de documentos impressos e entrevistava pessoas, este lugar destacava-se como um espaço que parecia ter

desempenhado um papel importante para os frequentadores de seu tempo, para historiadores da cidade de Campinas, para leitores mais recentes. A pertinência em investigar este espaço foi se revelando mais forte quando, durante os primeiros trabalhos de pesquisa documental, vi que ainda não havia sido despertado nenhum interesse teórico e/ou histórico por ele.

### **A Casa Livro Azul - 1876-1958**

Por época do início do movimento republicano, Campinas se desenvolvia movida pela riqueza oriunda das lavouras e exportações de café. A cidade, que ainda era pequena, ostentava títulos de nobreza e a indústria dava seus primeiros passos. Havia também um grupo significativo de poetas, jornalistas, escritores e artistas que agitava a política, preparando o movimento que culminaria com a Proclamação da República em 1889.

Foi neste clima que foi fundada a *Casa Livro Azul*, em 1876, pelos srs. Roberto Alves e Antonio Benedito de Castro Mendes. A *Casa* começou num prédio da Rua Barão de Jaguará, no centro da cidade. Em 1888 a loja vendia pianos alemães, iniciando um comércio promissor em uma cidade que investia na educação cultural da maioria de seus habitantes. O negócio cresceu e se desenvolveu tanto, que a loja chegou a comercializar mil pianos, numa época em que o transporte e a circulação de mercadorias eram extremamente difíceis. Os pianos eram importados diretamente da Alemanha pela própria loja e percorriam um caminho cheio de tropeços e dificuldades até chegar a Campinas. Ao lado da comercialização intensa de pianos, a *Livro Azul* era, na época, apenas uma lojinha de encadernação, que executava também serviços de fabrico de caixas de papelão para chapéus e embalagem para tranças de cabelo de senhoras. Atendendo ao comércio local em ampla expansão, a loja ampliou seus negócios com a aquisição da primeira máquina impressora, destinada exclusivamente à impressão de cartões de visita.

Nesta mesma época, Castro Mendes e Roberto Alves criaram também uma pequena papelaria com estoque de artigos para escritório, para servirem aos pequenos estabelecimentos, que gradativamente iam proliferando pela cidade.

A loja, deste modo, tinha como seus primeiros clientes os novos comerciantes e industriais locais, que precisavam de livros de caixa para registro de vendas e compras, blocos de notas fiscais, acessórios de cartórios e outros artigos de escritório, numa sociedade que começava a se industrializar e modernizar, produzindo seus próprios objetos de consumo.

Por volta de 1886, ou seja, dez anos após sua inauguração, a *Livro Azul* já estava consolidada no comércio campineiro e efetuava sua segunda mudança de prédio, sempre para instalações maiores e com novos e melhores estoques de artigos para papelaria e escritório.

Pouco a pouco, as oficinas incorporaram mais máquinas impressoras e novas coleções de tipos importados das fundições norte-americanas e alemãs; aumentaram seu quadro com mais funcionários especializados (alguns estrangeiros), aprendizes e oficiais. E a papelaria, sua especialidade, passou a receber grandes sortimentos de mercadorias vindas diretamente da cidade do Rio de Janeiro e da Europa. Atendia a uma clientela diversificada, de estudantes, donas de casa e profissionais, que se avolumava cada vez mais, tanto pelo público escolar que crescia devido à abertura de novas escolas, como pelos profissionais, que se multiplicavam pelo crescimento e desenvolvimento da cidade. Sob esta perspectiva, a *Livro Azul*, já consolidada como tipografia e papelaria, tornou-se também livraria, atendendo a este público que, na época, em relação a outras cidades, não era pequeno.

Pelas fontes pesquisadas, pudemos constatar que, por volta de 1900, era o estabelecimento uma das mais importantes lojas de Campinas em seu ramo de negócios. Possuía uma variedade grande de brinquedos importados, louças finas e objetos para casa. Realizava trabalhos diversos em impressão e tipografia de todo tipo de cartões e convites. Ao final de cada ano, pelo Natal, Ano Bom e Reis, promovia exposições com bonecos articulados, que atraíam uma verdadeira multidão para suas vitrinas e que ficaram na memória de muitas famílias campineiras, conforme depoimento das mulheres entrevistadas no início da pesquisa.

Ao *Livro Azul* foi também a primeira casa na cidade a possuir o cinematógrafo. Quando Castro Mendes, em visita de negócios à Alemanha, teve contato com este aparelho, ainda novidade na cidade, interessou-se por ele e adquiriu uma máquina com algumas fitas para exposição. De volta à cidade, passou a exibi-las em um sobrado vizinho à *Livro Azul*, trabalho facilitado pela energia e luz elétrica que a loja já possuía.

Coelho Netto, em 1903, morava em Campinas e era professor do Ginásio Estadual. Frequentava a *Casa*, juntamente com outros intelectuais e artistas, e a convite de Castro Mendes, resolveu fundar um Clube para as reuniões literárias que aconteciam às noites. Surgiram então os *Concertinhos Livro Azul* em que tomavam parte os fregueses da casa, artistas, poetas e membros da elite campineira. Foi nesta ocasião que Coelho Netto escreveu a peça *Pastoral*, encenada no Teatro São Carlos, por insistência de Castro Mendes e com a participação dos membros do *Concertinho*. Segundo comentários de antigos frequentadores, foi um espetáculo que movimentou a sociedade e marcou época, tendo sido lembrado por muito tempo.

Em 1911, Cleso de Castro Mendes começou a tomar parte nos negócios da Casa, preparando-se para uma natural sucessão. Mais tarde, no ano de 1934, tornou-se então sócio da firma, que passou a girar com a razão social de Castro Mendes & Filho Ltda.

Nos anos de 1915 a 1923, Campinas se desenvolveu, seu comércio e sua indústria igualmente progrediram e muitas novas firmas se estabeleceram. As empresas de estrada de ferro, principalmente a Mogyana, para as quais a *Livro Azul* fornecia, tinham tido um aumento considerável no tráfego, tendo, portanto, aumentado suas solicitações de impressos, livros, etc. A loja foi ampliada e reformada para abrigar as novas máquinas, importadas da Alemanha, e assim dar vazão ao desenvolvimento da produção.

No período deste estudo - segunda metade do século XIX e primeiras décadas do século XX - segundo LAPA (1996), Campinas iniciou seu processo de modernização, que se caracterizou por um certo modo de viver, símbolos, costumes e usos buscados nos modelos europeus e norte-americanos. Não toda a população, mas certa camada da classe média e a aristocracia, se voltaram para as artes e para o consumo de certos objetos e padrões estrangeiros. A *Casa Livro Azul* é um símbolo deste tempo, pois representa esta idéia que se tem de Campinas nesta época.

### **A tipografia**

Neste artigo pretendo destacar como os proprietários desta loja anunciavam seus produtos e mercadorias nos jornais da cidade para uma sociedade ainda pouco familiarizada com uma tipografia, papelaria e livraria locais, e como a escrita foi penetrando e se tornando importante nesta comunidade em que industrialização e modernização andavam a passos acelerados.

Focando as propagandas publicadas nos jornais *Gazeta de Campinas e Diário de Campinas*, no período de 1876 a 1903, mas atentando especificamente para a história da leitura e da escrita, eu poderia me aproximar de algumas relações que os indivíduos da época tiveram com a cultura impressa e com determinados objetos culturais. Como os anúncios podem ser indicadores de uma construção e permanência de uma certa consciência tipográfica de uma comunidade de consumidores que parece ter desaparecido para nós, quando os materiais impressos tornaram-se objetos familiares, espalhados no nosso cotidiano doméstico e profissional, prontamente e de maneira fácil, adquiridos em qualquer canto de nossa cidade? Quis rastrear, principalmente nos anúncios, *como* os proprietários "vendiam" a imagem da *Casa*, destacando determinados aspectos que eles consideravam importantes para a sociedade da época, ora através da repetição de uma mesma idéia, de expressões, de um mesmo anúncio, ora do chamamento pela novidade de seus produtos.

Os anúncios, na época, diferiam muito dos que circulam na mídia escrita hoje em dia, quer pela linguagem, quer pelo seu conteúdo. A análise da primeira propaganda da *Casa Livro Azul* permite ao leitor observar que, além da divulgação das atividades e de sua localização, ela vem redigida em um texto razoavelmente longo para os modelos contemporâneos.

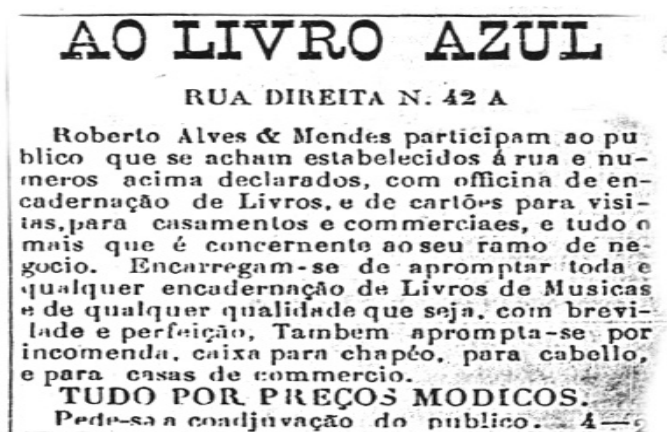


Figura 1: Primeiro anúncio da Casa Livro Azul

Em um único parágrafo e sem imagens, anuncia quem, onde e como oferecem e o que oferecem. Além disso, fica evidente que não é a loja que coloca à venda seus produtos e serviços de maneira impessoal, mas Roberto Alves & Mendes, pessoas provavelmente conhecidas naquela sociedade, que comunicam que a partir daquela data tornam-se comerciantes em um novo ramo de negócios.

O que podemos destacar neste anúncio em relação ao modo como os proprietários das primeiras tipografias anunciavam seus produtos para uma sociedade ainda pouco acostumada a produtos impressos nacionais ou locais? Ele sugere estarmos diante de uma cidade que deva ter uma quantidade significativa de livros a serem encadernados. Provavelmente porque ainda estamos em um tempo em que livros foram e são precariamente encadernados em brochuras, em edições menos luxuosas e mais econômicas ou vendidos de forma avulsa, quando não em folhetins. No entanto, para segmentos de leitores com posse e desejosos de ostentar livros como símbolo de cultura e de modernidade, a encadernação era um recurso que possibilitava uma conservação maior e exibições em bibliotecas particulares, ou mesmo em escritórios. SGARD afirma que desde a época de Gutemberg, o livro, por ser produção mais cara e mais elaborada, muitas vezes era substituído pelos folhetins nos periódicos, ou pelos folhetos avulsos, que poderiam ou não ser encadernados posteriormente. Isto fazia com que muitas tipografias optassem por esta forma de imprimir o livro e não pela

outra. Assim, *podemos dizer que na época da tipografia artesanal, o livro e o jornal têm histórias paralelas, pertencem ao mesmo mundo*<sup>2</sup>.

A primeira propaganda da *Casa Livro Azul*, além de apresentar o ramo de encadernação, destacava também a impressão de cartões de visitas, casamentos e comerciais. Segundo Pedro Vasquez (2003)<sup>3</sup> os cartões de visita, precursores dos álbuns de fotografias, tornaram-se um modismo no mundo todo, inclusive aqui no Brasil, onde foram impressos aos milhares, principalmente na década de 1860. As tipografias sempre imprimiram, além de livros, folhetos, cartões de visita, cadernos, santinhos, convites, periódicos, etc., e todo este material avulso circulava, tinha sua importância e era dado a ler. Vemos aqui a acumulação de serviços e produtos de uma tipografia que não pode sobreviver apenas da publicação de livros. Segundo CERTEAU (1996: 221-230), nos últimos séculos, a prática *escriturística define a iniciação por excelência em uma sociedade capitalista e conquistadora, distante daquela marcada pela oralidade ou manuscrita*, que se expande de forma padronizada e uniforme, a atender a um público maior e com diferentes necessidades, anunciando novas relações sociais e comerciais. A *Livro Azul* investe em melhoramentos neste segmento, colaborando para que a imprensa se torne popular, através dos cartões, calendários, folhetos, livros comerciais, cadernos, etc.

Mas o que também nos chama atenção, neste primeiro anúncio, é a oferta de produtos de boa qualidade (com perfeição), pronta entrega e tudo a preços módicos. Três aspectos que insistentemente aparecem em todos os demais anúncios localizados por mim, associados sempre à idéia de quantidade maior em menor tempo.

A insistência na qualidade dos trabalhos, na elegância e na legibilidade, torna-se uma relação a ser construída com seus possíveis consumidores. De um lado, não parecia haver, naquele momento, para aquela sociedade, a possibilidade de aquisição de produtos impressos com qualidade para suas práticas cotidianas, quer para consumo pessoal, quer para negócios. De outro, também a qualidade do impresso estava associada a uma produção imposta pelo velho continente e agora, portanto, os anúncios deveriam convencer seus consumidores da capacidade de se obter, através de maquinaria importada, um material de requinte, de luxo, de beleza. De qualquer maneira, os anúncios insistiam em uma descrição minuciosa das qualidades de seus produtos, mais do ponto de vista da materialidade do objeto do que de suas utilidades. Não é o produto que é novo nesta sociedade, é a qualidade da produção local, o luxo e a beleza possíveis a partir de maquinário vindo do exterior.

---

<sup>2</sup> Sgard, 1990/1984, apud André Belo, 2002, p. 85.

<sup>3</sup> [www.itaucultural.org.br](http://www.itaucultural.org.br). Site acessado em 04/11/2003.

A imprensa, aqui colocada como prática recém instalada, recebe da *Livro Azul* investimentos e melhoramentos de forma a torná-la necessária e imprescindível. A escrita, ao registrar ideais, relações comerciais e sociais em diferentes objetos - cartões postais, cartões de visita, cartões comerciais, livros, cadernos, calendários, folhetos, folhetins-, estabelece diferentes práticas que passam a ser incorporadas ao dia a dia desta sociedade.

Deste modo, a *Livro Azul*, como representante deste mundo escriturístico e moderno, inova, cresce e progride, acreditando que imprimir com clareza e precisão, de forma rápida e barata, e em grande quantidade, seria uma modernidade oferecida pelas novas impressoras, a este novo mundo que apenas iniciava seus passos nas novas tecnologias da comunicação escrita.

### **A papelaria**

É por meio da papelaria, espaço e catálogo dos objetos necessários à escrita, que se é introduzido neste mundo novo de objetos até então provavelmente desconhecidos, ou pouco familiares para a população em geral. É na papelaria que se encontram as tintas, as penas, as canetas, os lápis, borrachas e diferentes tipos de papéis e todas as coisas necessárias para a escrita. Se, com a tipografia, a loja dá sustentação a um mundo impresso que se torna necessário, com a papelaria são os suportes e instrumentos da escrita cursiva que estão à disposição desta sociedade. Para uma prática escriturística, segundo CERTEAU (2000), há necessidade de um espaço físico próprio, preparado para tal: uma folha em branco, uma pedra, papiro, uma tela de computador; e, ainda, alguns instrumentos necessários: canetas, lápis, penas, tintas, teclado, estiletes. A *Livro Azul* oferece, através de seus anúncios, estes suportes: blocos de notas, papéis, cadernos e envelopes e alguns instrumentos que pontuaram um tempo, mas que hoje já foram superados e se encontram empoeirados em guardados de antigas famílias, ou esquecidos em museus: tinteiros de mesa, tinteiros de viagem, penas, mata-borrão, carteiras escolares e pesos para papéis.

Em propaganda na *Gazeta de Campinas*, no ano de 1882, datada de 25 de outubro, a *Livro Azul* já passa a se apresentar como "loja de papel e livros" anunciando aos seus clientes um completo sortimento de papéis e livros em branco:



Que livros seriam estes, destacados na chamada “loja de papel e livros”? Que tipo de livros seriam vendidos ali? Diferentemente do que vemos hoje, os livros que se apresentam aqui, pelo texto da propaganda, não são livros de se ler, são “em branco”, são de escrever: cadernos. São suportes da escrita, aparatos necessários a uma sociedade industrial, burocrática, moderna, em que a prática escriturística se faz presente, se torna concreta, se materializa. São livros de todos os formatos, para colégio, para empreiteiros de obras, para diferentes registros e anotações nas relações comerciais e trabalhistas. Nota-se aí

**Figura 2: Loja de papel e livros** a emergência de uma certa burocratização da escrita, que passa a exigir diferentes tipos de papéis e instrumentos: livros, ou cadernos, específicos para contabilistas; de compra e venda para o comércio; de controle de estoque para empresas; de ponto para os empreiteiros. O que sobressai, então, aqui, é o registro da escrita comercial e não da leitura. Tanto é que há também, bem especificado, no anúncio, “normas de escripta”, para regularização de um jeito legítimo de uso da escrita, uma modalidade que passa a ser regulada e reguladora das relações entre os indivíduos e que substitui a oralidade.

Nesta propaganda, o texto ainda se refere aos diversos tipos de papéis, construindo, junto com outros anúncios, a imagem de uma papelaria de grande sortimento, diversidade e qualidade de seus produtos. Há destaque para os tipos de papel, “de todas as qualidades e formatos”, mas enfatizando que não são quaisquer materiais, são de luxo: “ricas caixas para presentes” e “impressão de luxo”. Os papéis são nomeados, especificados: papel flume, papel hollanda, papel de linho, detalhados em número de linhas, em denominações, em tamanhos para diferentes finalidades, causando estranheza ao leitor de hoje. Tanto detalhamento na variedade de ofertas de papéis também indica que o ato de escrever está diretamente vinculado aos suportes de escrita, ao seu uso, a sua finalidade, a um específico leitor.

Com o desenvolvimento de todos os setores da vida urbana, com a chegada dos imigrantes europeus e a troca do trabalho escravo pelo assalariado, ampliaram-se e multiplicaram-se os usos e práticas com a escrita, tanto no ramo da tipografia, como no da papelaria. E a *Casa Livro Azul* contribuiu para isso comprando, investindo, importando máquinas, para produzir, divulgar, multiplicar uma ordem, escrever uma história, instalar uma

nova organização nas relações entre os homens, no campo profissional e pessoal, estabelecendo diferentes usos que passam a ser incorporados no dia-a-dia desta sociedade.

### A livraria

Como livraria apenas, a *Livro Azul* raramente se mostrava em seus anúncios. Neste período analisado (1876-1906), encontrei apenas quatro anúncios de livraria, sendo que, destes, apenas um destacava exclusivamente a venda de livros. Os livros apareciam sempre ao lado de outros impressos, dos serviços de encadernação e do material de papelaria e escritório. Que lugar o livro ocuparia nesta cidade? Que leitores seriam estes? O que leriam? Como se relacionariam com este material?

A *Casa Livro Azul* não destacava nos livros que anunciava uma linha editorial, promovendo autores já consagrados da literatura brasileira ou portuguesa. Os autores novos que surgiam, principalmente locais, tinham suas publicações impressas pela livraria sob encomenda, publicações estas até reeditadas algumas vezes. Também não possuía um projeto definido ligado à formação do leitor, que o chamasse para lançamentos de livros, de novos autores ou que destacasse em suas propagandas temas específicos para homens, ou para mulheres, como faziam algumas editoras do Rio de Janeiro ou mesmo São Paulo, como pude observar em outros anúncios de livrarias. Que livros, então, teria ela oferecido a esta sociedade, além dos cartões, recibos, circulares, memorandos, livros em branco e de faturas? Que livros venderia?



Figura 3: Anúncio da livraria

O anúncio acima, de 07 de novembro de 1903 (*Cidade de Campinas*), em meio aos destaques dados aos livros em branco, aos impressos, aos presentes, e às tintas, ao foro, aos

baleiros, é o único a colocar na chamada, com letras em tamanhos maiores, a exclusividade do ramo: livraria. Não mais loja de livros e papéis e nem os nomes dos proprietários como em tantas propagandas vistas. Nesta se lê: *um ramo que vae merecendo da casa muita atenção*.

O ano da propaganda (1903), talvez seja significativo, pois foram, nesta época, fundados o Centro de Ciências, o Instituto Agrônômico e várias associações culturais, de literatura, artes e ciências em Campinas. Nesta propaganda há menção aos diversos tipos de livros que podem ser encontrados na loja: de ciencias, letras, artes, litteratura e grande quantidade de livros para o ensino primário e secundário. Mas o anúncio não fornece mais pistas nem maiores detalhes como índices de títulos, listas de autores ou mesmo qualidades de impressão e encadernação, aspectos tão importantes e tão intensamente anunciados em momentos anteriores da loja. O que esta propaganda destaca são as especificações no campo de interesse dos leitores. Livros dirigidos a um público mais adulto, que provavelmente já estudou fora de Campinas, aqueles filhos da elite cafeeira que faziam sua formação superior na Europa (livros de ciências, letras e artes). Anteriormente, nos outros anúncios encontrados, estes leitores não eram mencionados, mas agora surgem, talvez devido também ao desenvolvimento das novas e modernas tecnologias: iluminação, transportes públicos, cinema, máquinas elétricas, redes telefônicas, etc., talvez já organizados em sociedades e associações literárias. Este anúncio também destaca igualmente a existência de livros para o ensino primário e secundário, indiciando, deste modo, um outro público leitor: o escolar. Público esse que parecia se avolumar com a criação de escolas públicas e do ensino regular e gratuito.

Encontrei também, em outros anúncios, além dos livros escolares, ou os diretamente ligados a um público das ciências, das artes, da literatura, um outro tipo (de livros) que parecia exigir uma propaganda que ressaltasse as qualidades materiais do objeto-livro e que atendesse a uma outra comunidade de leitores. É o que podemos verificar no anúncio de 17 de março de 1886 (*Gazeta de Campinas*) que destacava como novidade: *ricos livros de horas marianas e missais*, ricamente encadernados em velludo, pérola, marfim e tartaruga, com incrustações de prata, todos próprios para um presente de valor. Eram livros para rezar, ricos livros religiosos, presentes de valor porque adequados a uma sociedade religiosa (católica) e porque encadernados com materiais caros, próprios de uma época, no final do século XIX.

Dos livros ligados à ficção, a *Livro Azul* imprimiu e publicou obras de diferentes gêneros, sem uma linha editorial definida, como pude constatar por uma lista de publicações da *Casa Livro Azul*, fornecida pelo Centro de Memória da Unicamp-SP. O estabelecimento parece ter desempenhado um significativo papel na publicação, ainda que esparsa, de alguns gêneros (poesias, biografias, memórias, romances, gramáticas, descrições de viagens, almanaques,

revistas) e autores locais, como *Estrellas Errantes* de Francisco Quirino dos Santos, *Pastoral de Coelho Netto*, e do Sr. Vitruvio Marcodes, o *Cardeal*.

Percebe-se, pela ênfase dada a alguns aspectos e pela quantidade de propagandas destinadas a cada ramo, que a *Livro Azul* se destacou mais como impressora de publicações oficiais e regionais, ligada a atender aos interesses da comunidade local, financeira, administrativa, política e religiosa e como papelaria, a oferecer o que tinha de mais moderno e requintado ligado aos grandes centros dentro e fora do país. No ramo de livraria, centrou-se em publicações de interesses locais, muitas vezes sem receber honorários pelos trabalhos de impressão e, provavelmente, não foi a principal fornecedora dos inúmeros livros que compuseram as bibliotecas e salas de leitura existentes no período, mesmo tendo entre seus fregueses vários membros destas sociedades.

Nos documentos analisados por mim, em cada um e no todo que eles formam, a imagem que se pode construir desta casa é a de um local moderno, requintado e movimentado pelos ares culturais, políticos e intelectuais. Uma casa que alimenta e é alimentada pelos anseios e interesses de uma sociedade que cresce, se urbaniza, industrializa e quer ser vista como moderna.

#### **Crédito das ilustrações:**

Figura 1 - Fonte: Gazeta de Campinas - Campinas, 24/11/1876.

Figura 2 - Fonte: Gazeta de Campinas - Campinas, 25/10/1882.

Figura 3 - Fonte: Cidade de Campinas - Campinas, 07/11/1903.

#### **Bibliografia:**

BELO, André. **História & livro e leitura**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. (História &..reflexões).

CERTEAU, M . **A invenção do cotidiano**. Petrópolis. Vozes, 1996.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

EISENSTEIN, Elizabeth L. **A revolução da cultura impressa**: os primórdios da Europa moderna. São Paulo: Ática, 1998. p.41.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. São Paulo: T.A. Queiroz, Editora da Universidade de São Paulo, 1985.

LAPA, José Roberto do Amaral. **A cidade**: os cantos e os antros: Campinas 1850-1900. São Paulo: EDUSP, 1996.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922). São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, EDUSP, FAPESP, 2001.

MENDES, Antonio Benedicto de Castro. **Casa Livro Azul. 1876-1946**. Memorial comemorativo do 70º aniversário da sua fundação, 14 de novembro de 1876. Campinas: Casa Livro Azul, 1946.

MENDES, José de Castro. **História de Campinas**. Campinas: Correio Popular, 1968, Suplemento.

VASQUEZ P., [www.itaucultural.org.br](http://www.itaucultural.org.br). Site acessado em 03/11/2003.