

Revista eletrônica **Cadernos de História**  
publicação do corpo discente do Departamento de História da UFOP  
Ano I, n.º 2, setembro de 2006  
www.ichs.ufop.br/cadernosdehistoria  
ISSN 1980-0339

**BEACH, Sylvia. *Shakespeare & Company*: uma livraria na Paris do entre-guerras. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2004. 270 pág.**

**Felipe Matos**  
felipematos@hotmail.com

**Palavras-Chaves:** Sociabilidade intelectual – Shakespeare and Company – Sylvia Beach.

**Key words:** Intellectual sociability – Shakespeare and Company – Sylvia Beach.

Paris ainda é uma festa. Ao menos parece ser aos olhos de milhões de turista que anualmente freqüentam o país, capital mundial dos apaixonados, a cidade das luzes, uma das principais cidades turísticas do mundo. Da Torre Eiffel ao Champs-Èlysées, do Arco do Triunfo ao Centro Georges Pompidou, suas ruas e avenidas são tomadas diariamente por turistas de todo o mundo ansiosos por guardar na lembrança ou numa fotografia imagens e sensações de uma visita ao Museu do Louvre, Montamarte, do Panthéon, da Basílica de Sacré Cœur...

Às margens do rio Sena uma pequena casa comercial situada no número 37 da rue de la Bûcherie, ao lado da Catedral de Notre Dame vem atraindo a cada dia um número maior de curiosos um pouco diferente das habituais hordas de turistas. Trata-se de bibliófilos, fanáticos por livros, versados em literatura anglofônica, além de clientes comuns em busca de livros majoritariamente em língua inglesa à venda na *Shakespeare and Company*, livraria que funciona, desde 1951, como uma imitação criada por George Whitman da imortal *Shakespeare and Company* que Sylvia Beach criou em 1919. A própria Sylvia costumava visitá-la até pouco tempo antes de falecer, em 1962, oferecendo chás literários nas tardes de domingo.

Whitman recebeu a autorização para utilizar o nome da antiga livraria da Rue de l'Odéon, n.º 12, da própria Sylvia Beach, sua amiga pessoal, já que o empreendimento permaneceu com o espírito da Shakespeare and Co. ou seja, ajudar e divulgar escritores e a literatura escrita em inglês. E é em homenagem à livraria original que a editora Casa da Palavra, traduziu e lançou

*Shakespeare & Company – Uma livraria na Paris do entre-Guerras* (270 pág.), belo e saboroso livro de memórias escrito por sua criadora no final dos anos 50.

Por sua importância, a livraria de Sylvia Beach tornou-se uma livraria/monumento, um local de memória para aqueles que buscam contato com um dos mais importantes locais de sociabilidade intelectual e centro de circulação e expressão da literatura dos anos 20 e 30, ponto de encontro e endereço postal de alguns dos mais famosos nomes do mundo da literatura e das artes.

Nascida da Costa Leste dos Estados Unidos, em março de 1887, desde a infância o destino parecia colocar no caminho de Sylvia Woodbridge Beach algumas das mais famosas personalidades de seu tempo. Filha de um reverendo presbiteriano, Sylvia cresceu encontrando nas congregações de seu pai personagens como Grover Cleveland, James Garfield e Woodrow Wilson. De 1902 a 1904, Sylvia passou a temporada em Paris junto com sua família, retornando sozinha ao continente em 1907, vivendo dois anos em Madri. No final de agosto de 1916, já com a guerra em andamento, retornou a Paris disposta a estudar a poesia francesa e trabalhar com o jornalismo literário. Apesar de não satisfazer seus desejos, acabou amiga de poetas e escritores americanos que participaram da guerra como John Dos Passos, E. E. Cummings, Malcolm Cowley, Hemingway, entre outros.

Ao fundar sua livraria em 1919, inspirou-se na Maison des Amis des Livres, de Adrienne Monnier, amiga e futura amante de Sylvia, uma livraria especializada em obras francesas, salão de leituras favorito de André Gide, Paul Valéry, Paul Claudel, Jules Romains e Louis Aragon e excitante centro de aglutinação da vida cultural da cidade, no qual Erik Satie e Francis Poulenc faziam recitais, no fim da tarde.

Pensada nestes mesmos moldes, mas especializada em obras de língua inglesa, que a Shakespeare & Company acabou tornando-se uma ponte para a confecção e o estreitamento de uma rede de sociabilidades intelectuais entre o que havia de mais moderno na literatura em língua francesa e inglesa, pois com o fim da guerra e a desvalorização do franco, Paris encheria-se de americanos e ingleses com veleidades intelectuais e aspirações artísticas, muitos deles pousados em Montparnasse, o “Saint-Germain-des-prés daquele período”, como descreveu a própria Sylvia. Entre os “abonnés” da livraria encontrava-se André Gide, Paul Valéry, Simone de Beauvoir, Paul Robeson, George Gershwin, Thérèse Bertrand, Ezra e Dorothy Pound, Gertrude Stein e Alice B. Toklas, Sherwood Anderson, Hemingway, F. Scott Fitzgerald, William Bird,

George Antheil, Archibald MacLeish, W. B. Yeats e tantos outros que poderiam tomar emprestado os livros importados dos EUA e da Inglaterra mediante um pagamento semanal em torno de 28 francos.

Apadrinhada por Valery Larbaud, a primeira Shakespeare & Company foi inaugurada na rue Dupuytren, ali permanecendo por 20 meses, dando expediente das 9 da manhã ao meio-dia e das 14h às 19h, fechando apenas aos domingos e feriados. Foi ainda na rue Dupuytren que em 1920, durante uma das tertúlias literárias promovidas por Monnier que Sylvia vislumbrou emocionada entre as estantes um dos escritores que mais admirava, o autor de “Retrato do artista enquanto jovem” (“Dedalus”, em francês): o “grande James Joyce”, segundo Sylvia, ou simplesmente “James Joyce”, segundo o próprio escritor, suprimindo com modéstia o adjetivo.

Muitos consideram este trivial encontro entre estantes de livros um dos momentos cruciais para o curso da literatura moderna. Além de incentivar novos talentos e estreitar as relações entre os intelectuais franceses e a literatura anglo-saxônica, Beach tomou a si a missão de publicar Ulisses, missão esta que muitos já haviam preterido por razões morais, por considerarem o livro de Joyce muito obsceno. A própria Sylvia acabou confundida durante muitos anos como uma editora de publicações eróticas, apesar de ter sido durante sua carreira – por opção - editora de um único autor, o que já lhe dava muito trabalho.

Com o perfeccionismo de Joyce, muitos linotipistas e revisores foram quase à loucura com o autor mudando e acrescentando palavras, frases e parágrafos inteiros a cada prova que lhe chegava às mãos. Sylvia uma operação de busca atrás de leitores em potencial do livro nos dois lados do atlântico, o que se revelou uma árdua tarefa devido ao preconceito sofrido pela obra “indecente” que Joyce havia escrito. Para se ter uma idéia, apenas na década de 1930 que Ulisses pôde ser impresso nos Estados Unidos, quando a censura sobre ele foi banida. Suas primeiras edições francesas tiveram que literalmente ser “contrabandeadas” para os EUA e Inglaterra, numa louca operação, como nos conta Sylvia neste seu livro de memórias.

Desta obstinação de Sylvia Beach, que buscou subscritores, cuidou das despesas pessoais de Joyce e de sua família, contratou dezenas de linotipistas para engrossar a equipe gráfica de Maurice Darantière, em Dijon, onde o livro foi impresso; nasceu o que muitos consideram o romance moderno mais lido e aclamado do mundo. Até hoje a "Joycemanía" se espalha por todos os continentes e o "Bloomsday" é o eixo central dos eventos organizados em homenagem ao escritor irlandês, que há um século escolheu o exílio em Paris para fugir da rigidez da sociedade

irlandesa do início do século XX. De Nova York a Tóquio, de Sidnei a Paris, de São Paulo a Trieste, dezenas de cidades ao redor do globo promovem suas próprias festividades do Bloomsday, cujas celebrações incluem seminários, conferências, leituras, filmes, improvisações e montagens teatrais, sempre comemorado no dia 16 de junho, dia em que, em 1904, Stephen Dedalus e Leopold Bloom iniciaram suas jornadas épicas por Dublin em *Ulisses*.

Contudo, como já dissemos, a livraria de Beach não se eternizou apenas pela edição do livro que revolucionou a técnica do romance. Se Paris foi a capital mundial da república das letras, a Shakespeare and Company bem que poderia ter sido a sede desta república. A livraria tornou-se centro de um círculo cultural que serviu para os literatos buscarem os objetos de suas estâncias, o material para sua produção e seu ponto de consagração. Pois certamente a livraria não foi apenas um impotante locus de sociabilidade como também uma estância social que proporcionava um capital – menos econômico e mais social - àqueles que buscavam mobilidade e ascensão no meio cultural através das relações pessoais e dos laços de amizade e cooperação que foram sendo estabelecidos entre as estantes da livraria, seja nos saraus literários, na edição de livros, numa leitura legitimadora para novos autores ou a publicação de alguma obra numa das inúmeras revistas literárias em que Sylvia, mas principalmente Adrienne Monnier, estavam sempre envolvidas.

Tanto a livraria tornou-se um campo de concorrência pelo capital social e simbólico que após sua consolidação no mercado local deixou de ser freqüentada pelo casal Gertrude Stein-Alice B. Toklas talvez desgostosas por terem que entregar o cetro para o casal Sylvia Beach-Adrienne Monnier que tomaram conta da Rive Gauche. A justificativa oficial para o rompimento teria sido a “decepção” de Stein com a publicação por parte de Beach de *Ulisses*. Pois o mundo das artes também possui estas mundanidades, já que proporciona tanto para os freqüentadores quanto para o estabelecimento esta visibilidade social que tantos perseguem e poucos admitem.

Após estes anos de efervescência veio a Depressão, o crack de Wall Street, o retorno de muitos expatriados aos EUA, o fim das mesadas e a diminuição do fluxo de turistas. Tudo contribuindo para um incipiente movimento de vendas na livraria, que só não fechou as portas por ter em seu círculo de amigos clientes – mais uma vez as redes de sociabilidades agindo - como Gide, Hemingway, T.S. Eliot, Valéry e George Antheil.

A Shakespeare & Co. tentou resistir mesmo à ocupação nazista na França, mantendo-se aberta para meia dúzia de gatos pingados. Sylvia só a fechou em definitivo quando, em 1941, um

oficial alemão ameaçou confiscar o estoque de livros da livraria após a recusa de Beach em vender o exemplar de *Finnegans Wake* autografado por Joyce, exposto permanentemente na vitrine.

Mais que depressa, depositou seu estoque em lugar seguro, fechou as portas e passou o ponto, tornando-se imortal. Um eterno porto seguro para escritores, intelectuais e clientes comuns. Pova o imaginário de bibliófilos e amigos do livro que buscam hoje em Paris a imitação de George Whitman da Shakespeare and Company. Em sua homenagem, George deu à filha o prenome de Sylvia Beach. Ela é quem hoje cuida do local, que mantém em seu interior um memorial dedicado à escritora, editora, animadora cultural, patronesse e livreira fundadora da "Stratford-On-Odéon".