

A representação dos espaços em *Au Bonheur des dames*, de Émile Zola

Eduarda Araújo da Silva Martins¹

Resumo: Este artigo abordará o espaço na literatura, a partir da análise do romance *Au Bonheur des dames* (1883), do escritor naturalista francês Émile Zola (1840-1902). Para isso, buscaremos demonstrar como o espaço urbano e o espaço social (BRANDÃO, 2007) são representados na obra, refletindo, igualmente, sobre a percepção da cidade através dos sentidos (KANASHIRO, 2003; NEVES; SOBRAL, 2019). Sabendo que a estética naturalista é altamente referencial, discutiremos como a noção de real é compreendida teoricamente por Zola antes de se realizar no texto literário.

Palavras-chave: Émile Zola; *Au Bonheur des dames*; real; sentidos; espaço literário.

The representation of space in Emile Zola's *Au Bonheur des dames*

Abstract: This article will address space in literature, based on the analysis of the novel *Au Bonheur des dames* (1883), by the French naturalist writer Émile Zola (1840-1902). For this, we will seek to demonstrate how urban space and social space (BRANDÃO, 2007) are represented in the work, also reflecting on the perception of the city through the senses (KANASHIRO, 2003; NEVES; SOBRAL, 2019). Knowing that naturalistic aesthetics is highly referential, we will discuss how the notion of the real is theoretically understood by Zola before being realized in the literary text.

Keywords: Émile Zola; *Au Bonheur des dames*; real; senses; literary space.

Émile Zola é um dos nomes mais conhecidos do naturalismo francês por publicar a famosa série romanesca de 20 volumes intitulada *Les Rougon-Macquart* (1871-1893), através da qual faz um estudo naturalista, tendo como fio condutor a história fictícia de uma família durante o Segundo Império francês (1852-1870). Por meio de seu trabalho como escritor e de sua atuação na imprensa como forte defensor do naturalismo, publicando artigos que

¹ Eduarda Araújo da Silva Martins é Doutoranda em Letras Neolatinas na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com bolsa CAPES. Possui Mestrado em Letras Neolatinas (UFRJ) e Licenciatura em Letras Português-Francês (UFRJ).

E-mail: eduarda.araujosm@gmail.com.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8589-9574>.

fundamentaram essa estética, Zola se tornou, paulatinamente, reconhecido no campo literário francês (BOURDIEU, 1996), constituindo-se como referência para escritores do mundo inteiro.

O naturalismo é um movimento estético que tem como proposta a representação da realidade na busca de um maior efeito de real (BARTHES, 2004). Para causar esse efeito, o escritor observa atentamente a sociedade, a maneira de agir e de falar de grupos sociais, realizando anotações que são essenciais para a criação de seus romances. Estando, portanto, atento aos acontecimentos, Zola retratou, no décimo primeiro romance de sua saga, *Au Bonheur des dames (O Paraíso das Damas, 1883)*, o grande comércio de novidades que se estabeleceu em Paris, ainda no Segundo Império. Não é estranho pensar que as transformações pelas quais a cidade passou naquele período tenham chamado a atenção do escritor. Sobre isso, o diretor do jornal *Le Voltaire*, Jules Laffitte (1838-1904), declarou: “O Sr. Zola... desta vez, vai se dedicar a um estudo detalhado dos costumes do grande comércio de Paris, no qual ele pintará o quadro surpreendente e novo desses grandes bazares modernos que vêm, há alguns anos, transformando os hábitos parisienses” (*Le Voltaire*, Paris, 5 fev. 1880)².

Essas grandes lojas setORIZADAS, que vendiam de tudo, deram origem às hoje conhecidas lojas de departamento. As novidades introduzidas por elas atingiam, sobretudo, o público feminino, que era visto pelos comerciantes como uma clientela fiel e ansiosa por novos artigos (MITTERAND In: ZOLA, 1980 [1883], p. 513-514). O papel da mulher terá, portanto, lugar privilegiado na trama de Zola e será representado tanto pelas vendedoras quanto pelas clientes: “Na aparência, um romance de mulheres, em um espaço de mulheres, para mulheres. Na realidade, o quadro da exploração das mulheres, clientes e vendedoras, por homens, tirando delas prazer e proveito” (MITTERAND, 2001, p. 639)³. Nesse sentido, o romance pretende também ser uma imagem dessa

² “M. Zola... cette fois, va se consacrer à une étude fouillée des mœurs du grand commerce de Paris, où il peindra le tableau, saisissant et nouveau, de ces grands bazars modernes qui ont, depuis quelques années, transformé les habitudes parisiennes”. Esta e as demais traduções não referenciadas foram feitas pela autora deste artigo.

³ “En apparence, un roman de femmes, dans un espace de femmes, pour des femmes. En réalité, le tableau de l’exploitation des femmes, clientes et vendeuses, par des hommes, tirant d’elles plaisir et profit”.

sociedade em transformação, apresentando a exploração da mulher de diferentes classes. Para cumprir com a proposta do romance naturalista de uma representação fiel à realidade, Zola visitou assiduamente três grandes lojas (*Bon Marché*, *Louvre* e *Place de Clichy*) que sua esposa, Alexandrine Zola (1839-1925), frequentava, a fim de empreender um estudo do funcionamento desse comércio, realizando “um verdadeiro trabalho de enciclopedista” (MITTERAND, 2001, p. 642)⁴.

Assim, pretendemos neste artigo propor uma reflexão sobre a noção de real no trabalho do escritor naturalista. Analisaremos as “representações dos espaços” (a cidade de Paris e a loja de departamento *Au Bonheur des Dames*, que dá título ao romance) pelo viés do “espaço social” (BRANDÃO, 2007). Tendo em vista que o livro de Zola propõe representar o universo social que constitui o grande comércio, refletiremos sobre o impacto das grandes lojas sobre o pequeno comércio – tema sempre atual – a partir da descrição feita pelo escritor. Também nos debruçaremos sobre a representação dessa sociedade, pensando nas figuras ali inseridas. Para analisar as representações dos espaços, baseamo-nos nos estudos de Kanashiro (2003) e Neves e Sobral (2019), que discutem a noção de espaço e dos sentidos da cidade.

O real na estética naturalista

A estética naturalista apresenta uma forte preocupação com a descrição da realidade. Essa preocupação pode ser verificada nos textos em que Émile Zola fundamenta sua teoria sobre a literatura naturalista, como também nos estudos críticos publicados na imprensa. Muitos desses artigos foram reunidos e lançados em volume como é o caso dos que aparecem em *Mes Haines* (1866), *Le Roman expérimental* (1880), *Les Romanciers naturalistes* (1881), *Documents littéraires* (1881) *Le Naturalisme au théâtre* (1881), *Nos Auteurs dramatiques* (1881) e *Une Campagne* (1882). Embora esses textos diversos apresentem temas diferentes, em todos eles é possível observar uma forte preocupação com o efeito de real.

⁴ “un véritable travail d’encyclopédiste”.

Sem entrar no debate filosófico, Colette Becker define o real no *Dictionnaire des naturalismes* como aquilo que “não é uma criação da mente, o que é exterior, e cuja existência é imediatamente comprovada pela percepção” (BECKER, 2017, p. 801)⁵. Para os escritores naturalistas, há uma forte oposição entre a criação baseada na imaginação e a criação baseada na invenção que se apoia no real (BECKER, 2001). Essa oposição, no entanto, não é distributiva, ou seja, o fato de o romance naturalista buscar o real, não elimina a presença da criação. É o que se pode constatar no estudo “Le sens du réel” publicado nos folhetins do *Voltaire*, em 1878, que mais tarde foram reunidos com o título “Du Roman” e publicados em um único volume que com o título *Le Roman expérimental* (1881):

Insisto nesse declínio da imaginação porque nisso vejo a própria característica do romance moderno. [...] O romancista [naturalista] inventa ainda mais; inventa um plano, um drama; apenas, é uma ponta de drama, a primeira história surgida, e que a vida cotidiana sempre lhe fornece. Em seguida, na estruturação da obra, isso tem bem pouca importância. Os fatos só estão lá como desenvolvimentos lógicos das personagens. O grande negócio é colocar em pé criaturas vivas, representando diante dos leitores a comédia humana com a maior naturalidade possível. Todos os esforços do escritor tendem a ocultar o imaginário sob o real (ZOLA, 1995 [1881], p. 24).

Nesse trecho, Zola indica ao mesmo tempo uma limitação da imaginação no romance naturalista, mas também, uma abertura para outro tipo de criação. Todo romancista precisa criar um plano, o enredo e seus personagens – e isso está na ordem da invenção –, mas é o real que vai fornecer informações para sua obra. Zola entende a impossibilidade de se reproduzir o real com exatidão e essa impossibilidade estaria justamente ligada ao fato de o romance ser uma criação. No entanto, é através de um método científico de documentação, observação e experimentação, que o romancista pode alcançar o efeito de real de maneira mais verossímil: “A verdade tem um som sobre o qual estimo que não nos poderíamos enganar. As frases, os parágrafos, as páginas, o livro inteiro devem soar a verdade” (ZOLA, 1995 [1881], p. 28). O naturalismo reivindica, assim, um

⁵ “[...] n’est pas une création de l’esprit, ce qui est extérieur, et dont l’existence est immédiatement prouvée par la perception”.

estatuto de ciência sem renunciar à ficção (TORTONESE In: GOSELIN-NOAT; DUFIEF, 2002, p. 183).

A busca pela verdade para se produzir o efeito de real é constante para o escritor naturalista, mas ela é sempre falha, pois, por mais que se tente, não é possível fazer uma cópia da realidade. A própria circularidade presente na obra Zola, realizada pelo procedimento da *mise-en-abyme* ou do metadiscorso, por exemplo, é incompatível com a ideia de *mimesis* do real e comprova que, na obra literária, deparamo-nos com a verdade do autor (PITON-FOUCAULT In: BARJONET; MACKÉ, 2018) ou, para usar o termo de Zola, com o seu “temperamento”. Essa reflexão já aparece em 1864, quando o escritor lança a sua *teoria das telas* (*théorie des écrans*) em uma carta enviada ao amigo Antony Valabrègue (1844-1900). Nessa carta, Zola reflete sobre o processo de criação de uma obra de arte e sobre a marca pessoal do artista, isto é, o *temperamento*. Para ele, no processo de criação, o temperamento define se os objetos observados estão mais ou menos próximos da realidade.

Inicialmente, permito-me uma comparação um pouco arriscada: Toda obra de arte é como uma janela aberta para a criação. No entanto, entre o olho do espectador e a criação, há embutido no vão da janela um tipo de Tela transparente através da qual se percebem os objetos mais ou menos deformados, sofrendo alterações mais ou menos sensíveis em suas linhas e cores. Essas alterações resultam da natureza da própria Tela. Não temos mais a criação exata e real, mas a criação modificada pelo meio por onde passa sua imagem (ZOLA, 2021 [1864], p. 603-604).

A *teoria das telas* propõe, portanto, que o real é percebido pelo escritor através de uma tela mais ou menos translúcida. Segundo Zola, há três tipos de tela: uma clássica, uma romântica e uma realista. Todas elas deformariam a realidade, “mentiriam”; no entanto, a tela realista seria o resultado mais próximo a almejar:

Em uma obra, vemos a criação através de um homem, através de um temperamento, de uma personalidade. A imagem que se produz sobre essa Tela de nova espécie é a reprodução das coisas e das pessoas que estão do outro lado, e essa reprodução, que não poderia ser fiel, mudará todas as vezes em que uma nova Tela se interpuser entre nosso olho e a criação [...]. A realidade exata é, portanto, impossível em uma obra de arte. Um tema pode ser rebaixado ou idealizado. No fundo, é a mesma coisa. Há

deformação do que existe. Há mentira (ZOLA, 2021 [1864], p. 603-604).

Como o próprio Zola afirma, “a realidade exata é [...] impossível em uma obra de arte” (ZOLA, 2021 [1864], p. 604), mas o escritor naturalista consegue alcançar o efeito de real, pois a tela através da qual ele percebe os objetos seria “um vidro liso, muito transparente, sem ser muito límpido, fornecendo imagens da maneira mais fiel que uma Tela possa fornecer” (2021, p. 607). Por outro lado, aquele escritor que vê através da tela clássica ou romântica percebe o mundo de maneira bem mais distorcida: “a Tela clássica é, em síntese, uma lente de aumento que desenvolve as linhas e, ao fazê-lo, bloqueia as cores” (2021, p. 606); já a tela romântica é “um prisma com uma potente refração que quebra todo raio luminoso e o decompõe em um espectro solar ofuscante” (2021, p. 607). A preocupação estética de Zola consiste em distanciar-se do romance idealista (SEILLANT, 2011), que mascara a realidade e se perde na imaginação.

Assim, a busca do escritor naturalista pelo efeito de real, por meio da observação da sociedade e da documentação dos fatos, afastou o romance naturalista das representações das imagens idealizadas, presentes nos romances idealistas, e das imagens atenuadas e incompletas da tela clássica. Por isso, seu trabalho é sempre em busca da “verdade”. Ainda no texto “Le sens du réel”, Zola aponta uma série de operações que o romancista deve efetuar para construir sua obra:

Quase todos [os romancistas naturalistas] estabelecem suas obras a partir de notas, tomadas longamente. Quando estudaram com um cuidado escrupuloso o terreno onde devem caminhar, quando se informaram em todas as fontes e têm em mãos os múltiplos documentos dos quais necessitam, somente nesse momento decidem escrever. O plano da obra lhes é trazido por esses próprios documentos, pois acontece de os fatos se originarem logicamente, este antes daquele; estabelece-se uma simetria, a história se compõe de todas as observações recolhidas, de todas as notas tomadas, uma puxando a outra, pelo próprio encadeamento da vida das personagens, e a conclusão nada mais é que uma consequência natural e inevitável (ZOLA, 1995 [1881], p. 24-25).

A documentação é uma das maiores qualidades de um escritor moderno, segundo Zola. Esse procedimento foi amplamente utilizado por ele para compor

seus romances; e os dossiês preparatórios que deixou constituem uma inesgotável fonte de pesquisa.

Para escrever *Au Bonheur des dames*, o escritor reuniu informações sobre as grandes lojas de departamento (PAGÈS; MORGAN, 2016). Entre 1853 e 1870, Paris passou por um grande processo de modernização, liderado por Napoleão III e dirigido pelo barão Haussmann (1809-1891). O projeto previa o alargamento de ruas, a regulamentação de fachadas dos prédios, a criação de espaços verdes, o estabelecimento de redes de esgotos e de abastecimento de água. Preocupava-se com questões envolvendo a mobilidade urbana. Apesar dos inúmeros problemas gerados por essa iniciativa altamente dispendiosa, o grande comércio encontrou terreno fértil para seu estabelecimento. Grandes lojas cresceram rapidamente. O *Bon Marché*, dirigido por Aristide Boucicaut (1810-1877), ocupou pouco a pouco toda a quadra limitada pela rua da Babylone, rua du Bac, rua de Sèvres e rua Velpeau. O *Louvre*, outro grande comércio de novidades, dirigido por Alfred Chauchard (1821-1909), estabeleceu-se à margem da nova rua de Rivoli. Muitos estabelecimentos comerciais se beneficiaram das novas vias que ligavam os bairros, permitindo que parisienses vindos de diferentes pontos da cidade chegassem com maior facilidade aos centros comerciais (MITTERAND In: ZOLA, 1980 [1883], p. 513-514). Em sua pesquisa de campo, Zola visitou esses estabelecimentos, conversou com os vendedores, com os responsáveis pelo comércio e até com os arquitetos. O escritor também fez listas de tecidos, da composição das vitrines, das bancas que expunham os produtos, da decoração. Para entender mais sobre os detalhes arquitetônicos, consultou o arquiteto Franz Jourdain, aquele que projetará a loja *La Samaritaine*, e que lhe deu informações sobre a estrutura de um grande comércio moderno (MITTERAND, 2001, p. 632-642). Segundo Henri Mitterand, “O mundo dos grandes magazines nunca foi auscultado tão de perto. Zola nunca se havia dedicado a uma pesquisa tão aprofundada sobre a sociedade de seus romances” (2001, p. 641)⁶.

Como se pode notar, o romance naturalista tem como referência o homem e a sociedade. Buscaremos analisar na próxima seção como essa referencialidade é trabalhada por Zola em *Au Bonheur des dames*. Para isso, buscaremos

⁶ “Jamais le monde des grands magasins n’a été ausculté d’aussi près. Zola ne s’est encore jamais livré à une recherche aussi approfondie sur la société de ses romans”.

examinar as passagens que se debruçam sobre a descrição da loja que dá título ao livro, constituindo a paisagem urbana de Paris. Tendo em vista que o romance naturalista busca representar a sociedade por meio de observações precisas, traremos a discussão de pesquisadores que trabalham com a noção de “espaço” na literatura, pensando mais especificamente na “representação do espaço” urbano e na sua percepção através dos sentidos (KANASHIRO, 2003; NEVES; SOBRAL, 2019). Os sentidos, sobretudo, o olfato, a visão e a audição, são privilegiados pelo naturalismo, já que permitem que o homem perceba o que acontece nos meios que os circundam e constituem. Estudos vem sendo desenvolvidos sobre a sensibilidade olfativa de Zola (SOLDA, 2000), a importância da visão (LAMETH, 1992; DROST, 1992) e o lugar do som (PETROVSKA, 1972; VITI, 2009) na obra naturalista. É através dos sentidos que o escritor apresenta sua percepção do mundo, criando um maior efeito de real.

Os espaços em *Au bonheur des dames*

Segundo Luis Alberto Brandão (2007), no artigo “Espaços literários e suas expansões”, há, ao menos, quatro modos de se analisar o espaço na literatura. Ele os divide da seguinte maneira: 1) a representação do espaço; 2) o espaço como forma de estruturação textual; 3) o espaço como focalização; 4) o espaço da linguagem. O primeiro representa o espaço como uma categoria existente no universo extratextual. No segundo, o espaço é apresentado no texto literário a partir da suspensão da temporalidade e do efeito de simultaneidade. O terceiro, no entanto, indica um ponto de vista ou perspectiva, ao passo que, no quarto modo, há um afastamento da perspectiva representacional, e se propõe que a linguagem seja também espaço, já que possui sua própria materialidade. Entendemos que a obra de Zola que analisamos representa os espaços, sobretudo, segundo os modos 1 e 3, pois, como foi visto, ao se preocupar com o real, o autor busca representar no texto literário o que é observado e documentado por ele.

Segundo o primeiro modo, são atribuídas aos espaços características “físicas e concretas” nas quais o escritor apresenta os cenários, ou seja, os “lugares de pertencimento e/ou trânsito dos sujeitos ficcionais e recurso de contextualização da ação” (BRANDÃO, 2007, p. 208). No caso de *Au Bonheur des dames*, a cidade de Paris e a loja de departamentos são os espaços principais

nos quais a trama se desenrola. No entanto, uma vez que o espaço é a representação “refratada” do real, como o próprio Zola afirma na *teoria das telas* (ZOLA, 2021 [1864], p. 604), ele não pode ser um lugar neutro, embora se pretenda objetivo, mas ao ser transposto para o romance, ele passa por uma interferência do escritor (seu temperamento) e essa (refr)ação pode construir diversos sentidos. Portanto, a representação dos espaços no texto naturalista também representa a conjuntura histórica, econômica e cultural e traz informações sobre o “espaço social”. Através do universo do comércio em *Au Bonheur des dames*, Zola pôde ilustrar a diversidade da sociedade francesa moderna do século XIX, composta por trabalhadores, pela burguesia e a alta sociedade em suas relações (MITTERAD, 2001, p. 632). O escritor resume em algumas palavras o plano do romance no qual se pode observar como essa sociedade será representada por ele:

Do lado financeiro e comercial, a criação do monstro, dominado pela rivalidade das duas lojas e pelo triunfo da maior esmagando o bairro; e do outro, o lado da paixão, do amor, dado por meio de uma intriga feminina uma pequena operária pobre de quem eu conto a história e que conquista Octave pouco a pouco. *Todo o romance se resume nisso*, definitivamente. O duplo movimento: Octave fazendo sua fortuna através das mulheres, explorando a mulher, especulando com sua vaidade; e, ao final, quando ele triunfa, sendo ele mesmo conquistado por uma mulher, que não fez nenhum cálculo para isso, que o conquistou por sua força de mulher (citado por MITTERAND in ZOLA, 1980, p. 517, grifos nossos)⁷.

Como já indica Zola, podemos analisar a “representação do espaço” – que corresponde ao modo 1, visto acima – em dois níveis: a representação do espaço físico, ou seja, a oposição entre o grande e o pequeno comércio de Paris, que se dá metonimicamente por meio das descrições desses estabelecimentos; e a representação social, proposta por Zola através das vendedoras e das clientes. Assim, o romance dá palco à mulher, representando a vendedora, que pertence à

⁷ “D’un côté financier et commercial, la création du monstre, dominé par la rivalité des deux magasins et par le triomphe du grand écrasant le quartier ; et de l’autre le côté passion, l’amour, donné par une intrigue de femme, une petite ouvrière pauvre dont je raconte l’histoire et qui conquiert Octave peu à peu. *Tout le roman est là*, décidément. Le double mouvement: Octave faisant sa fortune par les femmes, exploitant la femme, spéculant sur sa coquetterie, et à la fin, quand il triomphe, se trouvant lui-même conquis par une femme, qui n’y a mis aucun calcul, qui l’a conquis par sa force de femme”.

classe trabalhadora e sofre com sua condição, e a cliente, que pertence à burguesia ou à alta burguesia e que também é explorada pelo mecanismo perverso do capitalismo. É interessante observar, contudo, a ironia criada por Zola ao levar o ambicioso Octave Mouret, que vê a figura feminina como uma oportunidade para alcançar sempre maiores ganhos financeiros, a se apaixonar por uma trabalhadora, cujo relacionamento não lhe garante retorno pecuniário nem prestígio social.

O terceiro modo (o “espaço como focalização”) previsto por Brandão diz respeito, em sentido mais estrito, à “definição da instância narrativa: da ‘voz’ ou do ‘olhar’ do narrador”; em sentido mais amplo, trata-se do desdobramento de todo discurso verbal em enunciado e enunciação, ou seja, do que é dito e da ação de dizer: “Assim, o espaço se desdobra em espaço observado e espaço que torna possível a observação. Observar pode equivaler a mimetizar o registro de uma experiência perceptiva. Por essa via é que se afirma que o narrador é um espaço, ou que se narra sempre de um lugar” (BRANDÃO, 2007, p. 211).

Percebemos que “a representação dos espaços” e “o espaço como focalização” se completam no romance, pois para representar os espaços, ou seja, os lugares por onde os personagens circulam na trama, é preciso que o escritor dê voz ao narrador. Assim, embora Zola tenha inicialmente observado, pesquisado e documentado os dados da realidade, ao escrever o romance, delega sua voz a um narrador. No romance naturalista, a descrição dos espaços é, geralmente, feita pelo ponto de vista de um narrador-observador, ou seja, o escritor vai transpor para o romance sua “experiência perceptiva”, através da “mimetização”.

Au Bonheur des dames se inicia com a chega da personagem Denise a Paris com seus irmãos (Pépé e Jean). Eles caminham pela cidade à procura do tio, proprietário de uma pequena loja, chamada *Le Vieil Elbeuf*.⁸ Ao percorrermos as ruas de Paris, os jovens se deparam com uma grande loja cujo nome dá título ao romance. Embora a loja *Au Bonheur des dames* tenha sido uma criação de Zola, ela tem como referência dados da realidade, a começar por sua localização: “Era, na esquina da rua da Michodière e da rua Neuve-Saint Augustin, um

⁸ Elbeuf se refere a uma comuna francesa do departamento Seine-Maritime, situado na Normandia.

estabelecimento de novidades cujos mostruários brilhavam em notas vivas naquelas doce e pálida manhã de outubro. Acabavam de badalar as oito horas na Igreja de Saint-Roch” (ZOLA, 1980 [1883], p. 29).⁹ Essas ruas (rua de la Michodière, rua Neuve-Saint-Augustin) localizam-se à margem direita do rio Sena, próximo à Igreja Saint-Roch, e são lugares conhecidos pelos parisienses. O grande comércio de novidades é também um espaço frequentado pela população, o que traz o efeito de real para o texto.

Os espaços (cidade e lojas) por onde os personagens transitam (“representação do espaço”) existem no romance através da mimetização (“espaço como focalização”). A “focalização do espaço” se dá por meio da “percepção” do escritor que a traduz para o texto literário através da enunciação. Essa percepção se dá por meio de múltiplos sentidos e esses sentidos estarão presentes no enunciado e contribuem para um maior efeito de real no romance. Percebemos no trecho acima que, no início do romance, a chegada dos três personagens vindos do interior a Paris é multissensorial, já que as cores “vivas” dos mostruários da loja naquela “pálida manhã de outubro” são percebidas concomitantemente às badaladas do sino da igreja e às sensações de cansaço e confusão provocadas por sua chegada a Paris. Segundo Milena Kanashiro no artigo “A cidade e os sentidos: sentir a cidade”, “um ser humano percebe o mundo simultaneamente através de todos os sentidos” (2003, p. 157). A primeira sensação indicada por Zola no romance através do narrador é a tátil, sentida depois da viagem que os irmãos realizam no assento “duro” do vagão de trem.

Denise tinha vindo a pé da estação Saint-Lazare, onde tinha desembarcado com os seus dois irmãos de um trem proveniente de Cherburgo, depois de uma noite passada no duro assento de um vagão de terceira classe. Trazia Pépé pela mão, e Jean a seguia, todos três alquebrados pela viagem, desorientados e perdidos no meio da vasta Paris, com o nariz levantado em direção às casas, perguntando a cada cruzamento onde ficava a rua de la Michodière, onde morava o tio Baudu. Mas, quando

⁹ “C’était, à l’encoignure de la rue de la Michodière et de la rue Neuve-Saint-Augustin, un magasin de nouveautés dont les étalages éclataient en notes vives, dans la douce et pâle journée d’octobre. Huit heures sonnaient à Saint Roch [...]”.

finalmente ela desembocou na praça Gaillon, a jovem deteve-se subitamente tomada de surpresa (ZOLA, 1980 [1883], p. 29)¹⁰.

Segundo Neves e Sobral, “apesar de o tato não ser em si uma emoção, seus elementos sensoriais induzem alterações neuronais, glandulares, musculares e mentais que, combinadas, denominamos emoção” (2019, p. 54). Nesse sentido, a viagem deixa seus corpos “alquebrados” e, associada à sua caminhada na cidade desconhecida, deixa-os “desorientados e perdidos”. Para retratar a Paris moderna, Zola insere, por contraste, personagens oriundos do interior no centro dessa grande cidade que se está urbanizando, com longas ruas, bulevares e praças que os fazem sentir dentro de um labirinto, promovendo diferentes sensações, nem sempre agradáveis. A cidade é um espaço simbólico e comunicativo, no qual os diferentes sentidos (visual, tátil, olfativo, auditivo) percebem o meio ambiente (SOBRAL; NEVES, 2019, p. 49). No entanto, o sentido que parece predominar no romance é o visual, até porque a loja busca seduzir a mulher através de sua arquitetura e das mercadorias expostas das vitrines. O momento em que Denise se encontra diante da fachada da grande loja pela primeira vez, revela como a personagem foi captada visualmente:

Denise meneou a cabeça. [...] e essa loja, encontrada bruscamente, essa casa enorme para ela, enchia-lhe o coração, retinha-a, emocionada, interessada, esquecida de todo o resto. Na parte que dava para a praça Gaillon, a porta alta, toda de vidro, subia até o mezanino, no meio de um emaranhado de ornamentos, cobertos de dourado. Duas figuras alegóricas, duas mulheres rindo, com o colo nu e projetado, desenrolavam o letreiro: *O Paraíso das Damas*. Depois, as vitrines prolongavam-se, ladeavam a rua da Michodière e a rua Neuve-Saint-Augustin, onde ocupavam, além do prédio da esquina, quatro outros prédios, dois à esquerda, dois à direita, comprados e reformados recentemente. Era uma extensão que lhe parecia sem fim, na fuga da perspectiva, com as bancas do andar térreo e os espelhos sem aço do mezanino, atrás dos quais se via toda a vida interior dos balcões (ZOLA, 1980 [1883], p. 30)¹¹.

¹⁰ “Denise était venue à pied de la gare Saint Lazare, où un train de Cherbourg l’avait débarquée avec ses deux frères, après une nuit passée sur la dure banquette d’un wagon de troisième classe. Elle tenait par la main Pépé, et Jean la suivait, tous les trois brisés du voyage, effarés et perdus, au milieu du vaste Paris, le nez levé sur les maisons, demandant à chaque carrefour la rue de la Michodière, dans laquelle leur oncle Baudu demeurait. Mais, comme elle débouchait enfin sur la place Gaillon, la jeune fille s’arrêta net de surprise”.

¹¹ “Denise hocha la tête. [...] et ce magasin, rencontré brusquement, cette maison énorme pour elle, lui gonflait le cœur, la retenait, émue, intéressée, oublieuse du reste. Dans le pan coupé

Os sentidos aguçados no personagem, em grande parte, foram percebidos pelo escritor que, no processo de criação da obra, os transfere para Denise. É comum na obra de Zola que as primeiras imagens de uma paisagem sejam filtradas pela percepção de um personagem que entra em cena; assim, o narrador delega sua posição de observador ao personagem (MITTERAND, 2001, p. 818-819). A primeira descrição da grande loja de departamentos (“representação do espaço”) é motivada pelo olhar de Denise (“focalização do espaço”) que, andando perdida pelas ruas de Paris com seus irmãos, depara-se com a grandiosidade de *Au Bonheur des dames* e seus apelos aos sentidos. O que predomina na apresentação inicial da loja é o sentido visual, que revela os detalhes grandiosos da fachada, a extensão do prédio ao longo das ruas, as vitrines, que desencadeiam a emoção e a sensação de “interesse” de Denise, introduzindo um dos temas que será abordado pelo escritor: o modo como o comércio de novidades seduz e explora a mulher, independentemente de sua classe social. Esses aspectos podem ser entendidos na paisagem urbana como o “atrator” que direciona o olhar do sujeito dentro da cidade: “O atrator anula provisoriamente o movimento do olho exercendo um poder que une olhar e coisa”, ou seja, “o atrator puxa o olhar de quem vê” (SOBRAL; NEVES, 2019, p. 52). Ao longo do romance, percebe-se que a vitrine será, na loja *Au Bonheur des dames*, o grande elemento sedutor das clientes: “A partir das imagens visuais, sonoras, dos atratores, das vitrines, vamos construindo o sentido urbano por meio de nossos sentidos” (2019, p. 52). É através do sentido visual, ainda, que são construídas as relações de “espaço, distância, textura, luz, cor, forma, contraste e todas as demais formas de apreensão do espaço arquitetônico” (KANASHIRO, 2003, p. 157). As descrições que se seguirão ao longo do romance vão se deter neste último aspecto:

Tinham envidraçado os pátios, transformados em *halls*; e escadarias de ferro elevavam-se do andar térreo, pontes de ferro

donnant sur la place Gaillon, la haute porte, toute en glace, montait jusqu’à l’entresol, au milieu d’une complication d’ornements, chargés de dorures. Deux figures allégoriques, deux femmes riantes, la gorge nue et renversée, déroulaient l’enseigne: *Au Bonheur des Dames*. Puis, les vitrines s’enfonçaient, longeaient la rue de la Michodière et la rue Neuve-Saint-Augustin, où elles occupaient, outre la maison d’angle, quatre autres maisons, deux à gauche, deux à droite, achetées et aménagées récemment. C’était un développement qui lui semblait sans fin, dans la fuite de la perspective, avec les étalages du rez-de-chaussée et les glaces sans tain de l’entresol, derrière lesquelles on voyait toute la vie intérieure des comptoirs” (ZOLA, 1980 [1883], p. 30).

tinham sido lançadas de um extremo ao outro, nos dois andares. O arquiteto, por acaso inteligente, um rapaz apaixonado pelos novos tempos, só utilizou a pedra para os subsolos e os pilares de canto, depois tinha montado toda a ossatura em ferro, colunas suportando o conjunto das vigas e das travas. Os sustentos das abóbadas, as divisórias das distribuições interiores eram de tijolos. Por toda a parte tinha havido um aproveitamento do espaço, o ar e a luz entravam livremente, o público circulava à vontade [...]. Era a catedral do comércio moderno, sólida e leve, feita para uma população de clientes (ZOLA, 1980 [1883], p. 280-281)¹².

O trecho nos apresenta um novo espaço da loja, que foi construído após a aquisição de pequenos comércios contíguos que não resistiram aos baixos preços praticados pela loja vizinha. Zola representa, portanto, o crescimento do grande magazine à custa do esmagamento do pequeno e antigo comércio de Paris. Nesse ponto, o escritor precisa burlar a limitação cronológica e histórica imposta por ele mesmo aos *Rougon-Macquart*, caindo no anacronismo – aspecto exigido pela criação literária. Na época em que a ação do romance se passa, ou seja, entre outubro de 1864 e fevereiro de 1869, o ritmo de crescimento do grande comércio não havia ainda acontecido de maneira tão acelerada; além disso, o impacto do surgimento das grandes lojas de departamento não pulverizou tão rapidamente o pequeno comércio (MITTERAND in ZOLA, 1980 [1883], p. 514-515) como foi apresentado no romance. O escritor abriu mão, portanto, do aspecto temporal mais preciso em prol do desejo de representar a expansão comercial vivenciada e documentada por ele nos últimos 20 anos. A descrição vista na citação acima, na qual prevalece o sentido visual, revela a base arquitetônica inovadora da nova loja. O plano de uma loja moderna erguida em uma ossatura de ferro, enviado por Frantz Jourdain a Zola – seguindo a proposta estética do movimento Art Nouveau –, contribuiu para a representação do estabelecimento de Octave Mouret. Percebemos, portanto, que o esforço de Zola estará sempre voltado para causar o efeito de real em seus romances, em detrimento de uma perfeita

¹² “On avait vitré les cours, transformées en halls ; et des escaliers de fer s’élevaient du rez-de-chaussée, des ponts de fer étaient jetés d’un bout à l’autre, aux deux étages. L’architecte, par hasard intelligent, un jeune homme amoureux des temps nouveaux, ne s’était servi de la pierre que pour les sous-sols et les piles d’angle, puis avait monté toute l’ossature en fer, des colonnes supportant l’assemblage des poutres et des solives. Les voûtains des planchers, les cloisons des distributions intérieures, étaient en brique. Partout on avait gagné de l’espace, l’air et la lumière entraient librement, le public circulait à l’aise [...]. C’était la cathédrale du commerce moderne, solide et légère, faite pour un peuple de clientes”.

aproximação da realidade. E esse efeito se dá, sobretudo, através do mecanismo da descrição.

A metáfora da “catedral”, no trecho acima, também não é ingênua; ela sugere não só a grandiosidade do ambiente, que pode ser comparado à arquitetura de uma igreja, mas também à substituição da religião pelo capitalismo ou, antes, da igreja pelo espaço comercial, sobretudo no que diz respeito à frequência e ao fervor femininos. Ainda em outras passagens, Zola descreve com grande riqueza de detalhes esse grande palácio de ferro e vidro que esmaga, paulatinamente, o pequeno comércio ao seu redor. À medida que *Au Bonheur des dames* se expande, do outro lado da rua, a boutique do tio de Denise, *Le Vieil Elbeuf* (que já traz o adjetivo “velho” no nome), parece se degradar cada vez mais:

Eles levantaram a cabeça, voltaram-se. Então, diante deles, por cima do homem gordo, notaram um letreiro verde, cujas letras amarelas estavam desbotadas pela chuva: *O Velho Elbeuf, tecidos e flanelas, Baudu, sucessor de Hauchecorne*. A casa, revestida com uma camada de antiga cal enferrujada, apagada no meio dos grandes palacetes Luís XIV da vizinhança, só tinha três janelas na fachada; e essas janelas, quadradas, sem persianas, eram simplesmente guarnecidas por uma estrutura de ferro, duas barras em cruz. Mas, no meio dessa nudez, o que mais impressionou Denise, cujos olhos ainda estavam repletos das bancas claras do *Paraíso das Damas*, foi a butique do andar térreo, esmagada pelo teto, sobrepujada por um mezanino muito baixo, com vãos de prisão, em meia-lua. Um madeirame da cor do letreiro, de um verde-garrafa que o tempo havia nuançado de ocre e de betume, sustentava à direita e à esquerda duas vitrines profundas, negras, poeirentas, onde se distinguiam vagamente peças de tecido amontoadas. A porta aberta parecia dar para as trevas úmidas de um porão (ZOLA, 1980 [1883], p. 34)¹³.

¹³ “Ils levèrent la tête, se retournèrent. Alors, juste devant eux, au-dessus du gros homme, ils aperçurent une enseigne verte, dont les lettres jaunes déteignaient sous la pluie: *Au Vieil Elbeuf, draps et flanelles, Baudu, successeur de Hauchecorne*. La maison, enduite d’un ancien badigeon rouillé, toute plate au milieu des grands hôtels Louis XIV qui l’avoisinaient, n’avait que trois fenêtres de façade; et ces fenêtres, carrées, sans persiennes, étaient simplement garnies d’une rampe de fer, deux barres en croix. Mais, dans cette nudité, ce qui frappa surtout Denise, dont les yeux restaient pleins des clairs étalages du *Bonheur des Dames*, ce fut la boutique du rez-de-chaussée, écrasée de plafond, surmontée d’un entresol très bas, aux baies de prison, en demilune. Une boiserie, de la couleur de l’enseigne, d’un vert bouteille que le temps avait nuancé d’ocre et de bitume, ménageait, à droite et à gauche, deux vitrines profondes, noires, poussiéreuses, où l’on distinguait vaguement des pièces d’étoffe entassées. La porte, ouverte, semblait donner sur les ténèbres humides d’une cave” (ZOLA, 1980 [1883], p. 34).

Mais uma vez, o sentido que predomina na descrição é o visual, através do qual podemos opor esse pequeno e apertado espaço ao da grande loja de departamentos. A partir da percepção dos três irmãos, informada pelo narrador no *incipit* do romance, observamos os contrastes em relação à cor, à luz e à forma entre a loja de Mouret e a pequena boutique do tio Baudu. Enquanto a primeira representa a modernidade, através da ossatura de ferro, seguindo a inovação industrial e artística do Art Nouveau, a segunda representa uma arquitetura ultrapassada. Se na primeira há luz e espaço amplo, onde a clientela circula livremente entre os produtos devidamente etiquetados com preço, dispostos linearmente, formando caminhos similares a ruas, ou disponíveis em bancas na entrada da loja, captando a atenção dos transeuntes, na outra há pouca iluminação, o que impede a identificação dos produtos que se amontoam indistintamente. Se na loja da frente havia “notas vivas” que chamavam a atenção da cliente e dos passantes, nesta as cores do letreiro e a carpintaria estão desbotados pelo tempo. Percebemos, assim, as *relações topológicas* – que dizem respeito ao sentido de localização do corpo no espaço – (KANASHIRO, 2003, p. 157) estabelecidas pelos dois espaços, ou seja, Zola descreve a sensação espacial de amplidão provocada pelo *Bonheur des dames* em contraste com o estreitamento na tradicional loja *Au Vieil Elbeuf*. O escritor nos apresenta no comércio de Baudu uma entrada pouco convidativa devido a seu espaço estreito, úmido e escuro. O adjetivo “úmido”, utilizado por Zola, nos remete ao sentido tátil e complementa a sensação de desconforto e asfixia gerada pela visão da antiga loja.

Assim, as descrições comparativamente vistas das duas lojas também revelam *relações topoceptivas*, que dizem respeito “às relações de estruturação do espaço dos campos visuais, incluindo direcionamento, impedimento ou mirante” (KANASHIRO, 2003, p. 157). Nota-se, por exemplo, que enquanto a grandiosidade de *Au Bonheur des dames* permitia inclusive visualizar um ponto de fuga no horizonte (“a fuga da perspectiva”), a pequena loja *Au Vieil Elbeuf* apresentava diversos impedimentos à visão, dentre eles a escuridão e o teto baixo. Essa imagem degradada e degradante da loja do tio Baudu vai se intensificando à medida que *Au Bonheur des dames* cresce, já que, ao longo da narrativa, Mouret vai adquirindo os estabelecimentos vizinhos, até a aniquilação final do pequeno

comércio: “À medida que o *Paraíso das Damas* se ampliava, parecia que o *Velho Elbeuf* encolhia” (ZOLA, 1980 [1883], p. 254).¹⁴; “[...] depois da entrada de Baudu num asilo, o *Velho Elbeuf* estava fechado, murado como um túmulo [...]” (ZOLA, 1980 [1883], p. 450).¹⁵ Logo, o romance antecipa de certa maneira como o grande comércio, que reúne vários produtos a preços mais em conta num mesmo espaço arquitetônico, interferirá na paisagem de Paris, sendo também responsável pelo fechamento das pequenas lojas, especializadas em apenas uma área ou produto, o que, conseqüentemente, afetou a vida dos pequenos comerciantes que, sem fonte de renda, mudam de condição social.

Para criar o romance, Zola se inseriu naquele meio social e conheceu os mecanismos de funcionamento do comércio, que são descritos através da voz do narrador, ou seja, pelo “espaço como focalização”: “Esse comércio baseava-se agora na renovação contínua e rápida do capital, que devia circular sob a forma de mercadorias o maior número de vezes possível no mesmo ano” (ZOLA, 1980 [1883], p. 108).¹⁶ O princípio do grande comércio era vender barato para vender muito e “se o antigo comércio, o pequeno comércio agonizava, era porque não podia enfrentar a luta dos preços” (ZOLA, 1980 [1883], p. 109)¹⁷.

De fato, o pequeno comércio não conseguiu concorrer com os preços, nem com a variedade de produtos oferecidos pelo *Bonheur de Dames*. Não foi sem lutar, no entanto, que as butiques fecharam. Zola demonstra em seu romance a batalha travada pelo pequeno comércio representado por Robineau, vendedor de tecidos, e pelo vendedor de guarda-chuvas, Bourras. A loja deste último era colada à loja de Mouret, que fazia constantes propostas de compra da pequena butique, às quais Bourras rejeitava peremptoriamente. Decidido a não desistir de seu negócio, o vendedor de guarda-chuvas reformou sua loja, criou uma nova mercadoria, baixou o preço e aumentou a qualidade do artigo, sem sucesso:

Entretanto, como na loja de Robineau, a campanha contra o *Paraíso das Damas* abriu-se na loja de Bourras. Ele acabava de

¹⁴ “À mesure que le *Bonheur des Dames* s’élargissait, il semblait que le *Vieil Elbeuf* diminuât”.

¹⁵ “[...] depuis l’entrée de Baudu dans une maison de retraite, le *Vieil Elbeuf* était fermé, muré ainsi qu’une tombe”.

¹⁶ “Ce commerce était basé maintenant sur le renouvellement continu et rapide du capital, qu’il s’agissait de faire passer en marchandises le plus de fois possible, dans la même année”.

¹⁷ “Si l’ancien commerce, le petit commerce agonisait, c’était qu’il ne pouvait soutenir la lutte des bas prix”.

lançar a sua invenção, o guarda-chuva godê, que mais tarde ia popularizar-se. Porém, o *Paraíso* aperfeiçoou imediatamente o invento. Então, a luta travou-se no plano dos preços (ZOLA, 1980 [1883], p. 247)¹⁸.

Quando o pequeno comércio apostava no baixo preço da mercadoria, *Au Bonheur des Dames* baixava ainda mais o valor daquele mesmo artigo – ainda que não obtivesse lucro naquele produto específico, o que seria compensado pela venda de outros produtos. Essa estratégia fazia com que a clientela se voltasse para a grande loja de departamentos. Os pequenos comerciantes não aguentaram competir com tal esquema, até porque não tinham variedade de produtos com os quais pudessem lucrar, como fazia a loja de Mouret. Pouco a pouco, o antigo comércio foi sendo massacrado e engolido pela loja de departamentos.

Uma estratégia usada pelo grande comércio, nos modos capitalistas, foi o uso da publicidade: “A grande força, era sobretudo a publicidade. Mouret chegava a gastar por ano 300 mil francos em catálogos, anúncios e cartazes” (ZOLA, 1980 [1883], p. 282).¹⁹ O grande comércio também se serviu fortemente da imprensa como veículo de divulgação. O século XIX foi marcado pelo grande desenvolvimento técnico e tecnológico da imprensa, que possibilitou seu crescimento. É nessa época que os anúncios publicitários passam a ser publicados nas páginas dos periódicos (MARTIN In: KALIFA *et alii*, 2011, p. 1041-1047). O aumento e a especialização das editoras também auxiliaram na divulgação do grande comércio que mandava imprimir os catálogos de suas lojas.

Assim, a loja é associada no livro a um “monstro” que devora dia a dia o pequeno comércio de Paris. Ao final do romance, a prima de Denise, Geneviève, falece. Temos mais uma vítima desse grande comércio de novidades. A morte da filha de Baudu simboliza o desaparecimento de toda uma classe de comerciantes. Em uma passagem do livro, todos os representantes desse antigo comércio vão prestar suas condolências a Baudu:

¹⁸ “Cependant, comme chez Robineau, la campagne contre le *Bonheur des Dames* était ouverte chez Bourras. Il venait de lancer son invention, le parapluie à godet, qui plus tard devait se populariser. Du reste, le *Bonheur* perfectionna immédiatement l’invention. Alors, la lutte s’engagea sur les prix”.

¹⁹ “La grande puissance était surtout la publicité. Mouret en arrivait à dépenser par an trois cent mille francs de catalogues, d’annonces et d’affiches”.

Todas as vítimas do monstro encontravam-se ali, Bédoré e irmã, os comerciantes de malhas da rua Gaillon, os vendedores de peles Vanpouille irmãos, o vendedor de bibelôs Deslignières e os comerciantes de móveis Piot e Rivoire; até a senhorita Tatin, vendedora de roupas íntimas, e o luveiro Quinette, varridos há muito pela falência, haviam-se empenhado em vir, uma de Batignolles, o outro da Bastilha, onde tinham arrumado emprego (ZOLA, 1980 [1883], p. 425)²⁰.

O funeral de Geneviève simboliza a morte desse pequeno comércio especializado, que se contrapõe às variedades do grande magazine. A metáfora do monstro não é recente na obra de Zola: ela aparece nos Halles em *Le Ventre de Paris* (1873), no alambique em *L'Assommoir* (1877) e, na sequência, também surge personificando a mina em *Germinal* (1885). Sua existência se constrói sobre o mito do Minotauro e do labirinto, muito utilizada na época para denunciar o desenvolvimento do capitalismo. A escrita mítica e alegórica de Zola é, na verdade, uma maneira de representar a complexidade do mundo moderno, cujas reprodução e compreensão exatas são impossíveis (BECKER et alii, 1993, p. 281). Além de massacrar o pequeno comércio, a loja também é erigida como um labirinto que perturba e deixa Denise perdida, assim como havia sido a cidade de Paris, no início do romance:

Sentia-se perdida, muito pequena dentro do monstro, na máquina ainda em repouso, tremendo de medo de ser pega pela agitação que já fazia vibrar as paredes. E a imagem da loja do *Velho Elbeuf*, sombria e estreita, aumentava ainda mais para ela a vasta loja, mostrava-a dourada de luz, semelhante a uma cidade, com seus monumentos, suas praças, suas ruas, onde lhe parecia impossível encontrar seu caminho (ZOLA, 1980 [1883], p. 81)²¹.

O procedimento usado por Zola é a *mise-en-abyme*, que traz o efeito de replicação. A ideia da cidade como labirinto é também reproduzida pela loja de

²⁰ “Toutes les victimes du monstre étaient là, Bédoré et sœur, les bonnetiers de la rue Gaillon, les fourreurs Vanpouille frères, et Deslignières le bimbélotier, et Piot et Rivoire les marchands de meubles ; même Mlle Tatin, la lingère, et le gantier Quinette, balayés depuis longtemps par la faillite, s'étaient fait un devoir de venir, l'une des Batignolles, l'autre de la Bastille, où ils avaient dû reprendre du travail chez les autres”.

²¹ “Elle se sentait perdue, toute petite dans le monstre, dans la machine encore au repos, tremblant d'être prise par le branle dont les murs frémissaient déjà. Et la pensée de la boutique du Vieil Elbeuf, noire et étroite, agrandissait encore pour elle le vaste magasin, le lui montrait doré de lumière, pareil à une ville, avec ses monuments, ses places, ses rues, où il lui semblait impossible qu'elle trouvât jamais sa route”.

departamento. Por outro lado, a loja de Octave Mouret parece ser uma metonímia da modernização de Paris. As imagens dessa loja, percebidas visualmente por Denise, substituem paulatinamente a paisagem da antiga Paris e permitem a apreensão do espaço urbano que está em transformação. Por outro lado, o contraste entre a nova e a velha Paris representam os mecanismos do comércio. Logo, a representação do comércio e a denúncia social feita por Zola no romance conduzem à representação do espaço físico como estruturante das relações dos sujeitos.

Além de descrever as estratégias do grande comércio, Zola representou, sobretudo, a classe trabalhadora. Para isso, em sua pesquisa de campo, visitou os lugares de sociabilidade dos vendedores: “os vendedores do Bon Marché frequentam um círculo onde tocam música, cantam e recitam versos” (MITTERAND, 2001, p. 641).²² O interesse dos funcionários pela música será representado pelo personagem Lhomme que, ao final do romance, liderará uma grande orquestra que expressa, mais uma vez, a grandeza da loja *Au Bonheur des Dames*: “Lhomme tinha cento e vinte músicos sob a sua direção, o sonho da sua vida estava realizado. E uma grande festa foi dada nas lojas, um concerto e um baile, para apresentar a música do *Paraíso* à clientela, ao mundo todo” (ZOLA, 1980 [1883], p. 412).²³ Por outro lado, as investigações de Zola revelam que esses mesmos funcionários tinham uma rotina dolorosa, sobretudo as mulheres, que sofriam com a pobreza, a disciplina, o cansaço, a fome, a perseguição dos colegas, a solidão (MITTERAND, 2001, p. 641). Tudo isso, será representado pela personagem Denise:

Nessa noite Denise dormiu mal. Desde que entrara para o *Paraíso das Damas* o dinheiro era a sua cruel preocupação. Continuava a trabalhar por comissão, sem salário fixo; e, como as outras empregadas da seção a impediam de vender, ela só conseguia pagar a pensão de Pépé graças às clientes menores que

²² “les vendeurs du Bon Marché fréquentent un cercle où ils font de la musique, chantent, disent des vers”.

²³ “[...] Lhomme avait cent vingt musiciens sous sa direction, le rêve de sa vie était réalisé. Et une grande fête fut donnée dans les magasins, un concert et un bal, pour présenter la musique du Bonheur à la clientèle, au monde entier”.

as colegas lhe deixavam. Era para ela uma miséria negra, a miséria em vestido de seda (ZOLA, 1980 [1883], p. 163)²⁴.

A loja *Au Bonheur des dames*, além de espaço representado, exerce o papel de um personagem. Zola utiliza a metáfora da “máquina” (de ferro) para se referir à grande loja. Essa “máquina” está em constante funcionamento. Esse funcionamento só é possível devido às suas engrenagens, representadas pelos funcionários:

Ele [Mouret] sentia a seus pés a máquina pôr-se em movimento, se aquecer e reviver, desde as caixas onde o ouro soava, desde as mesas onde os empregados se apressavam para empacotar as mercadorias, até às profundezas do subsolo, no serviço do despacho, que se enchia com os embrulhos descidos, e cujo estrondo subterrâneo fazia vibrar a casa (ZOLA, 1980 [1883], p. 135)²⁵.

Se os funcionários representam a engrenagem dessa grande máquina, os clientes contribuem para o seu funcionamento deixando dinheiro e movimentando a engrenagem. O cliente do sexo feminino é quem fornece a energia para a máquina funcionar, sendo igualmente explorado: “Tinha chegado a hora do movimento formidável da tarde, quando a máquina superaquecida conduzia a dança das clientes e lhes arrancava da carne o dinheiro” (ZOLA, 1980 [1883], p. 146).²⁶ Toda a loja foi erigida, pensado na mulher: “o modelo empresarial das lojas de departamento tinha como principal objetivo tornar a compra algo prazeroso e fácil de ser realizado” (ROCHA; FRID; CORBO, 2016, p. 108). Essa aparente preocupação em agradar à clientela, no entanto, estava diretamente ligada ao desejo de que ela deixasse todo o seu dinheiro ali:

A única paixão de Mouret era dominar a mulher. Ele a queria como rainha na sua casa, ele havia construído esse templo para ela, para tê-la à sua mercê. Era essa a sua tática, embriagá-la com

²⁴ “Cette nuit-là, Denise dormit d’un mauvais sommeil. Depuis son entrée au *Bonheur des Dames*, l’argent était son cruel souci. Elle restait toujours au pair, sans appointements fixes ; et, comme ces demoiselles du rayon l’empêchaient de vendre, elle arrivait tout juste à payer la pension de Pépé, grâce aux clientes sans conséquence qu’on lui abandonnait. C’était pour elle une misère noire, la misère en robe de soie”.

²⁵ “Il [Mouret] sentait, à ses pieds, la machine se mettre en branle, s’échauffer et revivre, depuis les caisses où l’or sonnait, depuis les tables où les garçons de magasin se hâtaient d’empaqueter les marchandises, jusqu’aux profondeurs du sous-sol, au service du départ, qui s’emplissait de paquets descendus, et dont le grondement souterrain faisait vibrer la maison”.

²⁶ “L’heure était venue du branle formidable de l’après-midi, quand la machine surchauffée menait la danse des clientes et leur tirait l’argent de la chair”.

tentações galantes e traficar com os seus desejos, explorar a sua febre [...] Para evitar o cansaço da subida dos andares às senhoras mais delicadas instalou dois elevadores forrados de veludo. Depois, ele abriu um buffet, onde ofereciam gratuitamente bebidas e biscoitos, e uma sala de leitura, uma galeria monumental, decorada com grande luxo, onde chegou a fazer exposições de quadros. Mas sua ideia mais profunda era, na mulher sem vaidade, conquistar a mãe através dos filhos; ele não perdia nenhuma força, especulava sobre todos os sentimentos, criava seções para os meninos e para as meninas, parava as mães no caminho, oferecendo aos bebês gravuras e balões. Um golpe de gênio esse brinde dos balões, distribuído a todas as compradoras, uns balões vermelhos de borracha ostentando em letras garrafais o nome da loja, e que, segurados por um fio, viajando no ar, passeavam pelas ruas uma propaganda viva! (ZOLA, 1980 [1883], p. 281)²⁷.

A estratégia do grande comércio era conseguir a todo custo seduzir a mulher, ora através do conforto com a criação de salas de leitura ou o serviço de bufê, ora através dos filhos com a criação de seções infantis para meninos e meninas. Outra estratégia usada abundantemente pelo comércio de variedades foi o uso de propagandas. O trecho destaca como o brinde dado às crianças foi uma estratégia bem-sucedida, já que eles promoviam a propaganda da loja durante o trajeto de volta para casa. Os agrados dispensados à mulher e a seus filhos, como se pode ver, têm apenas um objetivo: a venda. Assim, a mulher ganha lugar central em seu romance, porque o grande comércio a coloca nessa posição. A loja se torna um atrativo sobretudo para a mulher burguesa, que é captada pela beleza e pelo conforto do estabelecimento, pela variedade e bom preço dos produtos e até pela atenção especial dirigida a seus filhos. Assim, Zola recria literariamente os mecanismos do capitalismo desenvolvidos do século XIX por meio do comércio.

²⁷ “Mouret avait l’unique passion de vaincre la femme. Il la voulait reine dans sa maison, il lui avait bâti ce temple, pour l’y tenir à sa merci. C’était toute sa tactique, la griser d’attentions galantes et trafiquer de ses désirs, exploiter sa fièvre. [...] Déjà, voulant éviter la fatigue des étages aux dames délicates, il avait fait installer deux ascenseurs, capitonnés de velours. Puis, il venait d’ouvrir un buffet, où l’on donnait gratuitement des sirops et des biscuits, et un salon de lecture, une galerie monumentale, décorée avec un luxe trop riche, dans laquelle il risquait même des expositions de tableaux. Mais son idée la plus profonde était, chez la femme sans coquetterie, de conquérir la mère par l’enfant; il ne perdait aucune force, spéculait sur tous les sentiments, créait des rayons pour petits garçons et fillettes, arrêtaient les mamans au passage, en offrant aux bébés des images et des ballons. Un trait de génie que cette prime des ballons, distribuée à chaque acheteuse, des ballons rouges, à la fine peau de caoutchouc, portant en grosses lettres le nom du magasin, et qui, tenus au bout d’un fil, voyageant en l’air, promenaient par les rues une réclame vivante!”

Considerações finais

O romance *Au Bonheur des dames* compõe o ciclo maior de romances naturalistas de Émile Zola, *Les Rougon-Macquart*, integrando, portanto, a proposta estética do escritor. Nele, percebemos que a representação do espaço urbano pode ser lida através dos sentidos dos personagens, sobretudo o visual, mas também o tátil, o auditivo, etc. Esse procedimento não causa estranheza, tendo em vista que a base do romance naturalista é a observação e a descrição da realidade. Assim, podemos perceber as tentativas do escritor em criar o efeito de real, recriando em seu romance o surgimento do grande comércio e o declínio do pequeno comércio. O fato é que a oposição entre o espaço da loja *Au Bonheur des Dames* e o espaço do pequeno comércio constrói uma metáfora estruturante das mudanças urbanas ocorridas em Paris na segunda metade do século XIX e marcam o contraste entre a moderna e a antiga Paris. Concomitantemente, o romance acaba revelando o funcionamento do capitalismo no comércio, demonstrando as relações conflitantes entre empregador e empregados assim como as estratégias comerciais em busca do lucro por meio da sedução dos clientes.

Referências

- BARTHES, Roland. O efeito de real. *O rumor da língua*. Trad. Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2004, p. 181-190.
- BECKER, Colette. Imagination, Invention, Logique, Expérience: retour sur l'esthétique zolienne. *Excavatio*, vol. 16, p. 8-15, 2001.
- BECKER, Colette; GOURDIN-SERVENIÈRE, Gina; LAVIELLE, Véronique. *Dictionnaire d'Émile Zola; sa vie, son œuvre, son époque suivi du Dictionnaire des Rougon-Macquart*. Paris: Robert Laffont, 1993.
- BECKER, Colette; DUFIEF, Pierre-Jean (Dir.). *Dictionnaire des naturalismes*. Paris: Honoré Champion, 2017. 2 vol.
- BRANDÃO, Luis Alberto. Espaços literários e suas expansões. *Aletria*, vol. 15, p. 207-220, jan.-jun. 2007.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

DROST, Wolfgang. Zola critique d'art et romancier: vision artistique et technique expressionniste. *Les Cahiers Naturalistes*, n. 66, p. 33-46, 1992.

KANASHIRO, M. a Cidade e os sentidos: sentir a cidade. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 7, p. 155-160, jan.-jun. 2003.

LAMETH, John. Zola et la photographie naturaliste. *Les Cahiers Naturalistes*, n. 66, p. 275-284, 1992.

MARTIN, Marc. La publicité. In: KALIFA, Dominique; RÉGNIER, Philippe; THÉRENTY, Marie-Ève; VAILLANT, Alain. *La civilisation du journal*; histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle. Paris: Nouveau Monde, 2011, p. 1041-1047.

MITTERAND, Henri. Zola: l'homme de *Germinal* (1871-1893). Tome II. Paris: Fayard, 2001.

NEVES, Tiago Tavares das; SOBRAL, Gustavo Leite. Os sentidos da cidade. *Verso e Reverso*, vol. 33, n. 82, p. 49-57, 2019.

PAGÈS, Alain; MORGAN, Owen. *Guide Émile Zola*. Paris: Ellipses, 2016.

PETROVSKA, Marija. Les sons et le silence dans les romans de Zola (*L'Assommoir*, *Germinal*, *La Bête humaine*). *Romance Notes*, vol. 14, n. 2, p. 289-298, 1972. <http://www.jstor.org/stable/43803507>. Acesso em 10 nov. 2021.

ROCHA, Everardo; FRID, Marina; CORBO, William. *O paraíso do consumo: Émile Zola, a magia e os grandes magazines*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

PITON-FOUCAULT, Émilie. La parabole des aveugles dans *Les Rougon-Macquart*. Les personnages étendard du naturalisme dans l'impasse. In: BARJONET, Aurélie; MACKÉ, Jean-Sébastien. *Lire Zola au XXI^e siècle*. Paris: Classiques Garnier, 2018, p. 229-246.

SEILLANT, Jean-Marie. *Le roman idéaliste dans le second XIX^e siècle: littérature ou "bouillonde veau"?* Paris: Classiques Granier, 2011.

SOLDA, Pierre. *Les Odeurs dans l'œuvre romanesque d'Émile Zola jusqu'au Docteur Pascal*. Thèse (Doctorat en littérature française et comparée), Université Michel de Montaigne-Bordeaux III, Bordeaux, 2000. 442f.

TORTONESE, Paolo. Métaphore ou modèle? Notes sur 'Le roman expérimental'. In: GOSSELIN-NOAT, Monique; DUFIEF, Anne-Simone. *La Représentation du réel dans le roman: mélanges offerts à Colette Becker*. Paris: Oséas, 2002, p. 181-197. <http://www.archives-zoliennes.fr/dev/wp-content/uploads/2017/09/181-Tortonese.pdf>. Acesso em 7 jun. 2018.

VITI, Robert. Son, parole et silence dans *Le Ventre de Paris. Les Cahiers Naturalistes*, n. 83, p. 75-82, 2009.

ZOLA, Émile. *Mes Haines: causeries littéraires et artistiques*. Paris: Charpentier, 1879 [1866]. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k215335v>. Acesso em 14. nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Le Roman expérimental*. 5^e édition. Paris: Charpentier, 1881. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k113130k>. Acesso em 14. nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Documents littéraires: études et portraits*. Paris: Charpentier, 1881.

ZOLA, Émile. *Nos Auteurs dramatiques*. Paris: Charpentier, 1881. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k2153367>. Acesso em 11. nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Les Romanciers naturalistes*. Paris: Charpentier, 1881. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k215334g>. Acesso em: 14 nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Le Naturalisme au théâtre: les théories et les exemples*. Paris: Charpentier, 1881. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56259279>. Acesso em 14. nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Une Campagne*. Paris: Charpentier, 1903 [1882]. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k3184500>. Acesso em 14. nov. 2021.

ZOLA, Émile. *Au Bonheur des dames*. Préface par Jeanne Gaillard; note et édition par Henri Mitterand. Paris: Gallimard, 1980 [1883].

ZOLA, Émile. *Do Romance: Stendhal, Flaubert e os Goncourt*. Trad. de Plínio Augusto Coelho. São Paulo: Imaginário/Edusp, 1995 [1881] (Col. Críticas Poética).

ZOLA, Émile. Carta de Émile Zola à Antony Valabrègue. Trad. Pedro Paulo Catharina e Eduarda Martins. *Matraga*, vol. 28, n. 54, p. 601-609, set.-dez. 2021 [1864]. <https://doi.org/10.12957/matraga.2021.62098>. Acesso em 13. nov. 2021.

Recebido em: 15 de novembro de 2021.

Aceito em: 14 de dezembro de 2021.