

ROSCOCHER, MASSIMO; SALMAN, JEROEN;  
SALMI, HANNU (ED.) (2019)

[https://doi.org/10.14195/0870-4112\\_3-7\\_13](https://doi.org/10.14195/0870-4112_3-7_13)

## Crossing borders, crossing cultures. Popular print in Europe (1450-1900).

Berlin, Boston: Walter de Gruyter GmbH, 296 p.  
ISBN 978-3-11-063951-3

O livro *Crossing borders, crossing cultures* é o primeiro volume da colecção *Studies in Early Modern and Contemporary European History*, editada pelo Instituto Storico Italo-Germanico, e resulta de uma conferência internacional realizada em Trento, no mesmo Instituto, em 2017.

Os estudos aqui apresentados, reunidos em torno de quatro grandes temas – I. Media, Intermediality; II. Markets, Prices, and collections; III. Transnational approaches; IV. Genres and European bestsellers – são da autoria de: Daniel Bellingradt (“The dynamic of communication and media recycling in Early Modern Europe: popular prints as echoes and feedback loops”); Rebecca Carnevali (“Iconographies and material culture of illustrated cheap print from Post-Tridentine Bologna”); Andreas Würzler (“«Popular print in German» (1400-1800). Problems and projects”); Francesca Tancini (“The railway library and other literary rubbish that travels by the rail”); Goran Proot (“Shifting price levels of books produced at the Officina Plantiniana in Antwerp, 1580-1655”); Flavia Bruni (“Faraway, so close: frontier challenges for inter-national bibliographies”); Jean-François Botrel e Juan Gomis (“‘Literatura de cordel’ from a transnational perspective. New horizons for an old field of study”); Alice Colombo (“The transnational dimension of street literature. The nineteenth-century Italian repertoire”); Jordi Sánchez-Martí (“The printed popularization of the iberian books of chivalry across sixteenth-century Europe”); Julia Martins (“The afterlife of Italian secrets: translating medical

recipes in Early Modern Europe”); Niall Ó Ciosáin (“Popular print in unofficial languages. Ireland, Scotland, Wales, and Brittany”); Claudia Demattè (“The Spanish romances about chivalry. A Renaissance editorial phenomenon on Which «The sun never set»”); Elisa Marazzi (“Crossing genres: a newcomer in the transnational history of Almanacs”); Reinhart Siegert (“The greatest German book success of the eighteenth century. Rudolph Zacharias Becker’s ‘Noth-und Hülfsbüchlein’ (1788/1798) as the prototype of printed Volksaufklärung and its dissemination in Europe”); Rita Schlusemann (“A canon of popular narratives in six European languages between 1470 and 1900. The ‘Griseldis’-Tradition in German and Dutch”).

Na introdução ao volume que editam, Massimo Rospoche e Jeroen Salman lembram que, embora a cultura popular impressa tenha sido estudada intensamente desde a década de sessenta do século passado, o seu foco era sobretudo regional ou nacional, baseado na assunção de que a imprensa popular tinha um alcance geográfico limitado. Na verdade, ao dirigirem a edição das atas de um colóquio de 1991, com o título *Colportage et Lecture Populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles*, Roger Chartier e Hans-Jürgen Lüsebrink fazem notar que a ambição inicial do colóquio tinha sido pensar a “literatura popular” – conceito ele próprio discutido e substituído por “literatura de larga circulação” – num quadro de análise comparativa e numa perspetiva europeia e transnacional. Embora esta perspetiva tenha sido minoritária nos temas dos ensaios apresentados, diz-nos Lüsebrink (ver *Postface*) que ela esteve já, contudo, no centro dos debates.

As investigações mais recentes sugeriam, pois, que o tema deveria ser estudado numa perspetiva mais ampla, europeia, no entanto continuava a faltar uma análise transnacional. Em 2016, um grupo internacional de investigadores constituiu uma rede com vista a iniciar uma investigação que respondesse à seguinte questão: “how European was popular print culture in the period 1450-1900?” (p. 2).

Este livro pretende, assim, contribuir para um problema maior: a história da comunicação europeia. Nesse sentido, a noção de *popular print* usada neste volume não é a de um produto claramente definido e sim, antes, usada como “spectrum in a dynamic popularization process”. Daí todo o cuidado em evitar

oposições rígidas ou demasiado radicais entre leituras e leitores populares e de elite. Daí também os ângulos de abordagem serem múltiplos e o âmbito dos géneros compreendidos muito amplo: *broadsheets, pamphlets, almanacs, prose novels, ballads, penny prints, history prints, newspapers, jest books...* Para além da adaptação, disseminação e translação de géneros contemplam-se ainda as estruturas transnacionais de produção, distribuição e consumo, porque o estudo dos preços, dos mercados e das estratégias comerciais apela igualmente à combinação duma história do livro mais tradicional com as metodologias dos *estudos translacionais*.

A preocupação com os instrumentos metodológicos e conceptuais é uma constante ao longo do volume, refletida desde logo na primeira parte, dedicada à abordagem da cultura impressa “from a wide, media-theoretical perspective, focusing on the interaction between print and other media” (p. 2) e que integra o impresso, o oral, o acústico, o performativo, o manuscrito e o visual num mais amplo sistema de comunicação multimédia. Por outro lado, as abordagens transnacionais demonstram a enorme mobilidade de textos baratos que são traduzidos, adaptados, reciclados e realocados em diferentes meios de comunicação e suportes materiais. Constituem-se assim fluxos de temas e de tópicos que não respeitam fronteiras e por isso exigem os instrumentos e os métodos de uma história conectada.

Entre muitos outros casos, atente-se na dimensão europeia dos livros ou romances de cavalaria. Enquanto os primeiros livros do género (impressos na Península Ibérica na década de noventa do século XV) tinham como clientes alvo os leitores da elite, com o passar do tempo os mesmos textos foram comercializados para leitores mais populares, atingindo uma larga circulação entre estratos sociais que estavam claramente abaixo do nível da elite do ponto de vista social, económico e cultural. O problema não é novo e tinha sido considerado já há muito por Roger Chartier, mas Jordi Sánchez-Martí examina os vários processos adotados por impressores e editores, através da Europa, que contribuíram para a popularização deste género, antes elitista, durante o século XVII. As estratégias usadas em Espanha, Itália, França e Inglaterra passavam pelo formato, tipo de papel, ilustrações e preço, criando *bestsellers* (ver também o texto de Claudia Demattè).

Igualmente exemplificativo é o caso dos *livros de segredos*, compilação de receitas para o dia a dia da vida doméstica, desde receitas de perfumes e cosméticos até simples remédios. Estas compilações não eram novas, circulavam manuscritas na Europa desde a antiguidade tardia. Contudo, com o aparecimento da imprensa, a sua circulação intensificou-se. Segundo Julia Martins os livros de segredos impressos têm origem na Itália com a publicação do *Dificio di ricette*, todavia rapidamente se tornaram um fenómeno pan-europeu, assim que foram traduzidos em várias línguas. Tendo objetivos sobretudo utilitários e de natureza prática, eles podem em alguns casos dirigir-se também a um leitor especializado como, por exemplo, o estudante de medicina. De qualquer forma, as várias estratégias comerciais adotadas fazem com que a sua popularidade se prolongue e continuem ainda a ser impressos no século XIX. Estes livros eram, por conseguinte, dirigidos a leitores heterogéneos em termos de literacia, classe social e género. Igualmente diversificados eram também os modos de leitura e consumo, que não são uniformes como bem lembra Roger Chartier (leitura silenciosa, em voz alta, individual, coletiva...). Torna-se portanto necessário alertar, também aqui, para a inutilidade de oposições demasiado rígidas entre leitores de elite e leitores populares, entre cidades e campo, livros caros e baratos.

Cruzando fronteiras nacionais, historiográficas e linguísticas, o livro *Crossing borders, crossing cultures* contempla múltiplas abordagens, metodologias, fontes e questões pretendendo, com esta primeira visão à escala europeia, estimular futuras investigações comparativas e transnacionais sobre a imprensa popular. Mas, mais latamente, o livro será útil a todos os que se interessam pela realidade e pelo conceito de *cultural translation*.

Num momento internacional de particular incerteza quanto a realidades e conceitos como os de mercado e fronteiras, identidades, hibridação e circulação cultural, é urgente compreender estes fenómenos também no passado.

ISABEL FERREIRA DA MOTA

*ifmota@fl.uc.pt*

*Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras*

<https://orcid.org/0000-0001-9743-2739>