

João Romano Torres e C.ia: hermenêutica social de uma editora¹

Em 29 de Outubro de 1885 era publicado o primeiro número d'*O Recreio, Publicação Semanal, Litteraria e Charadistica*, criado e dirigido por Ignacio Moreira. No número 26, de 9 de Agosto de 1886, na primeira página, sob o título “Expediente”, dá-se conta aos leitores e aos colaboradores que “d’este numero em deante toda a correspondencia deve ser dirigida a João Romano Torres, rua Nova de S. Mamede, aos Caldas, 26, 3.º - Lisboa” (p. 201). Para João Romano Torres, que acabara de adquirir a publicação, trata-se de um acto refundacional, que significará para o editor o início de um percurso editorial através do qual se dará origem a uma editora cuja actividade chegará ao último quartel do século seguinte, estabelecendo um catálogo que a tornou reconhecível e reconhecida no espaço do livro em Portugal. Desta editora se falará aqui apenas de um período situado entre o ano de 1885 e o fim da primeira década de 1900.

O percurso de João Romano Torres ilustra o carácter dinástico e familiar do universo do livro. Nascido em 1855 em Lisboa era filho de Lucas Evangelista Torres, um ex-estudante de medicina que tinha acabado por se dedicar ao trabalho de tipografia e edição, fundando em 1872 a casa tipográfica e editorial Lucas & Filho, de sociedade com Luiz Marcellino Torres, irmão de João. É na empresa Lucas & Filho que Lucas Evangelista Torres inicia nas artes tipográficas e no mundo literário os outros filhos: João, Manuel Lucas e Fernando Augusto. Esta dimensão familiar afigura-se como um dos elementos mais importantes para a compreensão das dinâmicas de gestão destas empresas, permitindo estratégias de sobrevivência e de entendimento que passavam, por exemplo, pela utilização dos mesmos espaços para oficina de composição e administração da actividade. As relações familiares possibilitavam igualmente fluxos de trabalho provenientes de encomendas no interior do universo de empresas de elementos da família.

Depois de uma primeira tentativa falhada, João Romano Torres enceta nova aventura editorial, adquirindo a referida revista *O Recreio*, nome com que baptiza a editorial com que começa a editar, logo em 1886. As publicações que foi dando à estampa surgem, contudo, com diversas chancelas, contemporâneas umas das outras: Typ. do Diccionario Universal Portuguez, Typographia do «Recreio», João Romano

¹ O meu profundo agradecimento a Telmo Clamote.

Torres – Editor. A pesquisa em curso sobre a editora não permitiu ainda apurar uma razão que possa explicar multiplicação simultânea de nomes editoriais que o editor apunha às suas publicações. O que se sabe é que a partir de 1907 a actividade de publicação do editor passa a ser feita de modo exclusivo com a chancela João Romano Torres & C.^a – Editores, que resulta de sociedade entre João e o filho Carlos Bregante Torres. Na entrada “Empresa Editora do Recreio”, constante no dicionário enciclopédico *Portugal*, editado justamente pela João Romano Torres, afirma-se que a partir desse momento a empresa editora «O Recreio» passa “a girar commercialmente” sob a nova firma.

A editora cedo se assumiu como chancela de vulgarização, publicando periódicos mensais, como a referida revista *O Recreio* (publicado entre 1885 e 1899), ou anuais, como *O Recreio: Almanach Litterario e Charadístico* (publicado nos anos de 1886 a 1890) ou o *Almanach dos Theatros* (cuja publicação se inicia em 1890 e prossegue por mais de duas décadas). Entre o início da actividade editorial n’*O Recreio*, em 1886, e o princípio da segunda década do século XX, João Romano Torres edita títulos de autores estrangeiros como Eugene Sue, Alexandre Dumas, Eugene Scribe, Ducray Duminil, Felix Pyat, Manuel Fernandez y Gonzalez, Enrique Perez Escrich, Ramon de Luna ou Ponson du Terrail. Fá-lo em traduções ou versões, frequentemente sem indicar quem as fez. Publica ainda livros de autores nacionais como Campos Júnior, César da Silva, Rocha Martins ou Artur Lobo d’Ávila. Nesses anos o editor também pontificou nos dicionários e nos livros enciclopédicos, de que se destacam títulos como *Portugal. Diccionario Historico, Chorographico, Heraldico, Biographico, Bibliographico, Numismatico e Artístico, Diccionario Universal Illustrado, Diccionario da Lingua Portugueza, Diccionario de Hygiene e Medicina* ou *A Historia de Portugal*.

Desde o princípio as publicações foram publicadas em fascículos e vendidas por assinatura, então uma prática comum, embora o comprador também pudesse adquirir as obras em volumes encadernados ou brochados. No fim de cada volume dava-se ao leitor, suposto coleccionador, as páginas para a colocação das estampas que ilustrariam a obra e que eram também oferecidas como brinde, recurso corrente na época e visível em múltiplas edições de João Romano Torres e também de Lucas Torres. As páginas das duas publicações *O Recreio* (a revista e o almanaque) farão assíduas e repetidas alusões e anúncios às obras publicadas pela editora, que não abriu mão de outras

estratégias de aumento de vendas. Veja-se o exemplo do anúncio, vindo a lume em 1888 nas páginas d'*O Recreio* (revista), à obra *O Cego da Fonte de Santa Catharina*, publicada semanalmente: “Todas as pessoas que obtiverem oito assignaturas realisaveis, terão direito a um exemplar grátis” (p. 64).

Estas e outras estratégias editoriais, isto é, decisões e práticas dos editores carregadas de intenção e com um determinado objectivo de inserção num domínio social mais vasto, o da produção cultural e da vida intelectual através do impresso, fazem parte do quotidiano da vida de um grupo que logrou a diferenciação e autonomia profissional justamente em oitocentos. Estas práticas estratégicas, ou traços de actividade bem reconhecíveis na edição de livros, exemplificam, ainda que de forma muito esboçada, o variado conjunto de modalidades que as editoras usavam para interpelar os leitores e suscitar o consumo do livro, prescrevendo géneros, temas e autores, e construindo um catálogo que sobrevivesse à rarefacção e ao desinteresse dos compradores.

Desta forma, o editor constitui um mercado, que procura manter e até alargar, considerando-se aqui mercado não apenas na sua dimensão de comercialização e circulação, mas uma actuação configuradora de uma audiência que queira aceder à cultura impressa por via dos conteúdos e títulos disponibilizados por esse editor. Assim, a acção editorial acaba por fazer emergir uma dimensão prescritiva no processo de constituição de mercado para os seus produtos, interpondo-se de modo activo e interventor na relação entre o campo do autor e o do leitor. Veja-se o aviso ao leitor deixado por João Romano Torres em 1904 no início do primeiro volume do referido dicionário enciclopédico *Portugal*, uma obra imaginada pelo editor e encomendada a dois redactores e que o editor não pretendeu “fazer para eruditos, que poucas novidades decerto aqui encontram, mas sim um dictionario, que embora propriamente de consulta o fosse tambem de vulgarisação”.

A situação da edição portuguesa de finais de oitocentos ilustra um universo do livro portador de ambivalências muito próprias. O potencial espaço de circulação do impresso, sobretudo do livro, é inquestionavelmente grande, agregando o espaço herdado do império falante de português, embora restrito essencialmente a círculos letrados, muito delimitados demograficamente. Este campo de possibilidades contrasta com o verdadeiro *petit monde* dos agentes do livro que já na época se concentrava em

Lisboa. Diversos agentes do campo do livro habitavam um círculo de sociabilidades familiares e profissionais pouco extenso, intercambiando favores e funcionando como recursos mútuos ao serviço da actividade editorial.

Apresentam-se a título de exemplo dois casos. O editor e também autor Francisco António de Matos era um dos colaboradores mais activos da revista e do almanaque *O Recreio*, neles deixando profusos textos, sendo ainda o director do *Almanach dos Theatros*, publicado por João Romano Torres. Este, João, publicitava nas páginas d'*O Recreio* os livros editados e escritos por aquele, Francisco António. Henrique Zeferino de Albuquerque, editor da época e cunhado de José Carcomo (que fez versões de romances estrangeiros para João Romano Torres), surgia como editor de obras bem divulgadas nas páginas da revista *O Recreio*. Tinha sido justamente Henrique Zeferino de Albuquerque quem acolhera na década de 1870 João Romano Torres, convidando-o para integrar o pessoal da sua oficina tipográfica, que João dirigiu durante vários anos.

Em espaço tão curto apenas se conseguem sinalizar alguns aspectos que podem iluminar o papel de uma casa editora e interpretar a sua actividade como actor participante na dinâmica cultural dos contextos sócio-históricos em que actua. Aqui, este exercício nasce fatalmente amputado. Trata-se, neste momento, de um quadro no qual a síntese não é ainda possível, na medida em que a pesquisa está a decorrer. Sendo assim, e partindo de elementos empíricos usados exemplificativamente, o propósito deste texto é o de sublinhar a importância de um conhecimento sobre uma editora e sobre a figura ou figuras que a corporizam assente na análise e compreensão dos mecanismos pelos quais se opera o carácter de intervenção editorial na cultura e na sua configuração e circulação.

A proposta que apresento é, por isso, mais um convite à problematização do papel social da edição de livros na edificação da cultura, logo na sua globalização. Esta proposta parte justamente da ideia de observatório de indivíduos e editoras que sejam estudados como casos, procurando discernir itinerários singulares e tentando elaborar hermeneuticamente uma narrativa na qual estes itinerários adquiram sentido no quadro da sua ligação aos contextos em que têm lugar e aos processos em que participam.

João Romano Torres e C.ia: social hermeneutics of a publishing house²

On the 29th October 1885, the first issue of *O Recreio, Publicação Semanal, Litteraria e Charadística* (proposed English translation: *The Playground, Weekly, Literary and Charades Publication*) was published, created and headed by Ignacio Moreira. On the 26th issue, issued on the 9th August 1886, in the front page, under the headline “Dispatch”, it is imparted with readers and collaborators that “from this issue forward, all correspondence should be addressed to João Romano Torres, Nova de S. Mamede street, at Caldas, 26, 3rd - Lisbon” (p. 201). For João Romano Torres, who had just acquired the publication, this was a re-foundational act, which will represent for this publisher the beginning of a publishing trajectory through which a new publishing house will emerge, whose activity will reach the final quarter of the next century, establishing a catalogue which made it recognizable and recognized in the book field in Portugal. This publishing house will be addressed here regarding only the period spanning from the year 1885 to the end of the first decade of the 1900s.

The trajectory of João Romano Torres illustrates the familial and dynastic character of the book universe. Born in 1855, in Lisbon, he was the son of Lucas Evangelista Torres, a former medical student who ended up devoting himself to typographical and publishing work, founding in 1872 the typographical and publishing house Lucas & Filho (Lucas & Son), in partnership with Luiz Marcellino Torres, João’s brother. It’s at the Lucas & Filho Company that Lucas Evangelista Torres introduces his other sons to the typographical arts and the literary world: João, Manuel Lucas and Fernando Augusto. This familial dimension stands out as one of the most important elements to grasp the management dynamics of these companies, allowing for strategies of survival, and arrangements that encompassed, for instance, the use of the same locations for printing and administrative purposes. Familial relations also allowed for work flows stemming from orders within the universe of companies belonging to members of the family.

After a first, and failed, attempt, João Romano Torres starts a new publishing venture, acquiring the aforementioned magazine *O Recreio*, brand with which he names his publishing house, right in 1886. The publications he starts printing emerge,

² I express my deepest gratitude to Telmo Clamote.

however, under different publishing seals, contemporary to each other: Typ. do Dicionario Universal Portuguez, Typographia do «Recreio», João Romano Torres – Editor. The research underway has not of yet been able to find a reason for this simultaneous mushrooming of publishing names. What is known is that from 1907 on, his publishing activity becomes exclusively issued under the name João Romano Torres & C.^a – Editores (João Romano Torres & Co – Publishers), which results from the partnership between João and his son Carlos Bregante Torres. In the entry “Publishing Company of The Playground”, featured in the encyclopaedic dictionary *Portugal*, published precisely by João Romano Torres, it is stated that, from that moment onwards, the publishing house O Recreio was commercially incorporated in the new firm.

The publishing house soon defined itself as a divulgation enterprise, publishing monthly periodicals, such as *O Recreio* (published between 1885 and 1899), or yearly ones, such as *O Recreio: Almanach Litterario e Charadistico* (proposed English translation: *The Playground: Literary and Charades Almanach*). Between his publishing activity start off with *O Recreio*, in 1886, and the beginning of the second decade of the twentieth century, João Romano Torres publishes titles from foreign authors, such as Eugene Sue, Alexandre Dumas, Eugene Scribe, Ducray Duminil, Felix Pyat, Manuel Fernandez y Gonzalez, Enrique Perez Escrich, Ramon de Luna, or Ponson du Terrail. He does so in translations or versions, often not identifying who’s responsible for them. He also publishes books from national authors, such as Campos Júnior, César da Silva, Rocha Martins, or Artur Lobo d’Ávila. On those years, the publisher was also prominent in dictionaries and encyclopaedic works, with such titles as *Portugal. Dicionario Historico, Chorographico, Heraldico, Biographico, Bibliographico, Numismatico e Artístico, Dicionario Universal Illustrado, Dicionario da Lingua Portuguesa, Dicionario de Hygiene e Medicina*, or *A Historia de Portugal*, standing out.

From the beginning, the publications were published in instalments and sold by subscription, a common practice back then, although the works could also be acquired in binding or paperback volumes. At the end of each volume the reader, presumed collector, was presented with pages for the placement of pictures which would illustrate the work, which were also offered (a current feature at the time), and found in multiple

editions from João Romano Torres and also Lucas Torres. The pages of both *O Recreio* publications (the magazine and the almanac) will display frequent and repeated hints and adverts to the works published by the house – which would also resort to other strategies to increase sales. Take for instance the advert, found in 1888, on the pages of *O Recreio* (magazine), for the work *O Cego da Fonte de Santa Catharina* (proposed English translation: *The Blind Man of Saint Catharina's Fountain*), published weekly: “Everyone who obtains eight valid subscriptions, will earn a free copy”(p. 64).

These, and other publishing strategies, i.e., intentful decisions and practices by publishers with the purpose of inscribing themselves into a wider social domain, that of cultural production and intellectual life through print, are part of the everyday activity of a group that managed to differentiate itself and achieve professional autonomy in the 1800s. These strategic practices, familiar traits in book publishing, exemplify, even if in sketch only, the plural set of ways publishing houses resorted to appeal readers and promote the diffusion of books, prescribing genres, themes and authors, and constituting a catalogue that would survive readers’ scarcity and lack of interest.

In this way, the publisher constitutes a market, which he seeks to stabilize and even expand, the market being deemed not only in its commercial traits, but constituting an audience seeking to access print culture through works and contents made available by that publisher. Thus, publishing activity ends up ascribing a prescriptive dimension to the process of constituting a market for its products, stepping in actively and purposefully in the relation between authors and readers. Take, for instance, the note to reader, written in 1904 by João Romano Torres, and disclosed in the beginning of the first volume of the encyclopaedic dictionary *Portugal* – a work thought of by the publisher and commissioned to two writers – where he clarifies he did not intend to “do it for scholars, who surely would find few novelties herein, but as a dictionary that, although intended for consultation, would also be for divulgation”.

The situation of Portuguese publishing in the late 1800s shows a book universe pervious to some quite particular ambivalences. The potential circulation space of printing, especially books, is unquestionably large, encompassing the linguistic legacy of the Portuguese-speaking Empire, although restricted to learned circles, quite limited demographically. This field of possibilities stands in contrast to the *petit monde* of book agents which, at the time, was already concentrated in Lisbon. Several agents of this

field inhabited a narrow circle of familial and professional sociabilities, exchanging favours and operating as mutual support of the publishing activity.

Consider some examples. Publisher, and also author, Francisco António de Matos, for instance, was one of the more active collaborators of the magazine and almanac *O Recreio*, contributing extensively with texts, while also being director of the *Almanach dos Theatros* (proposed English translation: *Theatres' Almanac*), published by João Romano Torres, who in the pages of *O Recreio* advertised the books published and written by the former. Henrique Zeferino de Albuquerque, publisher at the time, and brother-in-law to José Carcomo (who did versions of foreign novels for João Romano Torres), comes to the fore as publisher of works widely publicised in the pages of *O Recreio*. Him, Henrique Zeferino, who was the one to invite João Romano Torres in the 1870s to join the staff of his printing office, which João ran for several years.

In this limited space, one can only signal some aspects that may illuminate the role played by a publishing house and interpret its activity as an actor taking part in the cultural dynamics of the socio-historical contexts in which he is engaged. Here, that exercise is necessarily further constricted, stemming from an ongoing research whose framework still makes it impossible to offer a synthesis. Given that, resorting to some exemplary empirical elements, the purpose of this text is to underscore the importance of grasping a publishing house and the figure(s) that spring life into them through the analysis and comprehension of the mechanisms whereby the specificity of the publishing activity in culture, in its configuration and circulation, unfolds.

The proposal I put forth is, thus, more of an invite to problematizing the social role of book publishing in the formation of culture, and therefore in its globalization. This proposal sets off from the idea of studying individuals and publishing houses as cases, as if in an observatory, seeking to discern singular itineraries and to hermeneutically put together a narrative in which these itineraries gain added sense in the frame of their connection to the contexts in which they take place, and of the processes they are part of.