



Cuadernos de Ilustración y Romanticismo

Revista Digital del Grupo de Estudios del Siglo XVIII

Universidad de Cádiz / ISSN: 2173-0687

nº 24 (2018)

UNA APROXIMACIÓN COMPARADA A LA IMPRENTA POPULAR DEL SIGLO XVIII EN ESPAÑA E INGLATERRA: AGUSTÍN LABORDA Y CLUER DICEY*

Juan GOMIS COLOMA

(Universidad Católica de Valencia)

Antonio SERRANO DURÁ

(Universidad Católica de Valencia)

Recibido: 25-5-2018/ Revisado: 22-6-2018

Aceptado: 22-6-2018/ Publicado: 20-12-2018

RESUMEN: Este artículo trata de desarrollar un estudio comparado entre la literatura de cordel española y la «*street literature*» inglesa del siglo XVIII. Para ello, se analizan las carreras profesionales de dos de los impresores más importantes en la producción de pliegos sueltos y de «*chapbooks*»: Agustín Laborda y Cluer Dicey. Además de estudiar sus estrategias editoriales, se propone el análisis de sus respectivos surtidos de impresos populares, con el fin de establecer semejanzas y diferencias entre la cultura popular impresa inglesa y la española.

PALABRAS CLAVE: Literatura popular, cultura popular impresa, literatura de cordel, pliegos sueltos, *chapbooks*.

A COMPARATIVE APPROACH TO THE POPULAR PRESS IN 18TH-CENTURY SPAIN AND ENGLAND: AGUSTÍN LABORDA AND CLUER DICEY

ABSTRACT: This article aims to carry out a comparative approach between the Spanish «*literatura de cordel*» and the English street literature in the 18th century. It analyzes the professional careers of two of the most important printers in the production of «*pliegos sueltos*» and chapbooks: Cluer Dicey and Agustín Laborda. Besides studying their publishing strategies, the article aims to analyze the kind of prints they published, in order to establish similitudes and differences between the Spanish and English popular print culture.

KEYWORDS: Popular literature, popular print culture, *literatura de cordel*, *pliegos sueltos*, chapbooks.

* Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación HAR2014-53802-P, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

INTRODUCCIÓN

En el campo de estudio de la literatura popular impresa, se aprecia en los últimos años un renovado interés por adoptar una perspectiva europea en su análisis e interpretación, que supere las fronteras nacionales en pos de una comprensión global del fenómeno. Coloquios, publicaciones y redes de investigadores tratan de desplegar aproximaciones a la cultura popular impresa europea que abarquen la diversidad de géneros editoriales, estrategias de producción, circuitos de distribución o públicos lectores, que analicen los préstamos textuales (adaptaciones, traducciones) de relatos populares a lo largo y ancho del continente, o que lidien con las dispares taxonomías que la tradición investigadora de cada país ha construido en torno a su literatura popular.¹

Los estudios sobre la literatura de cordel española, quizá de forma más acentuada que los de otros países europeos, han adoptado un enfoque invariablemente nacional, siendo muy escasos los trabajos que establecen conexiones con otros géneros editoriales extranjeros (Botrel, 2000; Casas-Delgado, 2017). Este artículo pretende ser una contribución en este sentido, y nace del convencimiento de que la adopción de un enfoque comparado es necesario para afinar nuestra comprensión del género de cordel, insertada en el marco europeo.

Nos proponemos realizar una aproximación comparada a dos de los impresores populares más prolíficos del siglo XVIII en Europa: Agustín Laborda, activo en Valencia entre 1743 y 1776, y Cluer Dicey, que dirigió una imprenta en Londres entre 1740 y 1775. Laborda fue uno de los impresores de pliegos sueltos más importantes en la España del XVIII: Aguilar Piñal (1972) le otorga el primer puesto en la producción de romances durante dicho período, y diversos estudios han subrayado el volumen que adquirieron sus surtidos de «menudencias» (Gomis, 2015a y 2015b). Por su parte, Cluer Dicey ha sido señalado por la investigación como el principal impresor de *chapbooks* de la Inglaterra dieciochesca (Neuburg, 1969 y 1977). En estas páginas nos referiremos a las respectivas carreras profesionales de Laborda y Dicey, con el fin de establecer similitudes y contrastes entre sus exitosas estrategias editoriales. Asimismo, aplicaremos un enfoque comparado sobre sus surtidos impresos, utilizando para ello los catálogos que ambos publicaron para dar a conocer sus existencias.

Somos conscientes de las dificultades metodológicas que entraña una aproximación como la propuesta: la comparación entre dos impresores que trabajaron en contextos tan distintos a nivel social, cultural, económico y político como España e Inglaterra en el siglo XVIII, con marcos editoriales muy diferentes, y que además presentaban grandes disparidades entre sus respectivos estatus socioeconómicos, como veremos, plantea obvias complicaciones. Sin embargo, siendo como es una primera aproximación al tema, este trabajo asume los riesgos que conlleva adoptar dicha perspectiva, desde el convencimiento de que esta puede aportar nuevas luces al conocimiento de un objeto de estudio, la imprenta popular, que durante demasiado tiempo ha estado sujeto a los límites marcados por las fronteras nacionales.

¹ Cabe destacar el trabajo que en los últimos años ha desarrollado la red «*The European Dimensions of Popular Print Cultures*», dirigida por Jeroen Salman.

VALENCIA: AGUSTÍN LABORDA (1714-1776)

Agustín Laborda y Campo nació en Barbastro en 1714, hijo de Antonio Laborda y Gracia de Campo.² Hasta donde sabemos, su familia no tenía relación alguna con el mundo de la imprenta y la librería, de modo que Agustín tuvo que introducirse en la profesión por sus propios medios. Así, la siguiente noticia que tenemos de su vida lo sitúa en Valencia en 1743, ya como impresor. Su traslado a la ciudad levantina, cuya fecha ignoramos, formó parte del flujo de inmigración aragonesa que nutrió el espectacular crecimiento demográfico de Valencia durante el siglo XVIII.

A la altura de 1743, pues, Laborda era un impresor avecindado en Valencia. Ese año contrajo matrimonio con Francisca Granja, hermana del maestro impresor Cosme Granja.³ Este regentaba una imprenta en la plaza del Mercado y una librería ubicada en su propia casa, situada en la plaza de la Seo. Venía ejerciendo el oficio desde hacía diez años al menos, a juzgar por los colofones de sus publicaciones más tempranas conocidas.⁴ Ya desde sus primeros tiempos como impresor, Cosme incluyó entre sus surtidos la literatura de cordel,⁵ que fue ganando espacio en el conjunto de su producción conforme pasaron los años.

Es posible que Agustín Laborda se iniciara en el oficio en la imprenta Granja, donde pudo ser aprendiz y luego oficial. Es seguro que cuando se casó con Francisca no regentaba ningún taller, pues no conocemos publicaciones suyas anteriores a esta fecha, y sabemos que por entonces no gozaba de una situación económica especialmente próspera, ya que reconoció contar con un patrimonio cercano a las 500 libras. El matrimonio de un oficial de imprenta con la hermana, la hija o la viuda de su maestro era una de las vías más comunes de acceso a la propiedad de un taller (Moll, 1994: 143). Así que no es inverosímil plantear que, tras unos años de trabajo en la oficina de Cosme Granja, Laborda ingresara en la familia a través del enlace con la hermana de aquel.

Fuera así o no, lo cierto es que, a través de su matrimonio, Agustín consiguió dar un indudable salto adelante en su promoción profesional. En primer lugar, vio aumentar su patrimonio en más del doble con la dote que Francisca aportó al matrimonio, 750 libras, cantidad que en su mayor parte (555) correspondía al «valor y justiprecio de una librería, diferentes comedias, estampas, papel impreso y muebles de servicio de casa». Entre estos materiales impresos destacaban por su valor (285 libras) unas resmas de romances, estampas, comedias, historias y entremeses, lo que por un lado confirma que las «menudencias» ocupaban ya por entonces un lugar destacado en la producción de la imprenta Granja —de la que sin duda procedía la dote—, y por otro apunta hacia la orientación profesional que Laborda adoptaría progresivamente, centrada en la literatura de cordel.

En segundo lugar, el enlace con Francisca proporcionó a Laborda el acceso al negocio familiar. En 1743, además de la imprenta de la plaza del Mercado y la librería de la plaza de la Seo, Cosme Granja poseía otro taller en la calle Bolsería, próxima al Mercado.⁶ Es

² Según la información ofrecida por el padrón de Valencia de 1776 (Archivo Histórico Municipal de Valencia, Serie Padrón, legajo nº3 —barrio 2º del Mercado, manzana 384, casa 18—).

³ Véase Archivo del Reino de Valencia (ARV), Protocolos Notariales, nº 5638, ff. 5v-10.

⁴ Se trata de la obra de Carles Ros *Epítome del origen y grandeza del idioma valenciano*, publicada en 1734.

⁵ Como la *Relación histórica, y curioso romance, donde se declara la antigüedad de las fiestas centenares que celebró Valencia en el primero, segundo y tercero siglo de su Conquista por Don Jayme de Aragón. Compuesto por el estudiante Manuel Zúñiga* (1738), la *Loa general que mudando alguna cosa servirá para cualquier comedia, tanto que se aya de representar en algún lugar o villa, públicamente, como en casa particular* (1741), o la *Relación nueva El felice caminante del Licenciado Phelipe Abad* (1742).

⁶ Así lo demuestra el colofón del mencionado impreso *Loa general que mudando alguna cosa servirá para cualquier comedia* (1741): «en Valencia, por Cosme Granja, calle de la Bolsería».

posible que pusiera a su cuñado al frente de esta nueva oficina durante los años en que ambos fueron socios: cuatro publicaciones de 1746, todas ellas relativas al acceso al trono de Fernando VI, indican en su colofón «en la imprenta de Cosme Granja y Agustín Laborda». Pronto Agustín inició una senda independiente como maestro impresor, pues a partir de 1748 las publicaciones salidas de sus prensas aparecen firmadas por uno o por otro. Como mínimo a partir de ese año, Agustín Laborda y Francisca Granja fueron propietarios exclusivos del taller de la calle Bolsería, sobre el cual levantaría el impresor aragonés su fortuna.

Entre 1748, cuando se desprendió de la tutela de su cuñado, y 1776, año de su muerte, Laborda desarrolló una hábil estrategia editorial con la que cosechó un notable éxito profesional y económico. Lo interesante es que la base de este éxito fue la impresión de «menudencias de imprenta», cuyos simples formatos e ínfimos precios difícilmente podrían sugerir, a primera vista, que de su producción pudiera resultar el enriquecimiento económico. Sin embargo, el ejemplo de Agustín Laborda muestra cómo la literatura de cordel pudo constituir una empresa editorial muy lucrativa.

La especialización de Laborda como impresor popular fue progresiva: en sus primeros años combinó la publicación de pliegos sueltos con la de otras obras más voluminosas, que poco a poco fueron escaseando en el conjunto de su producción. Así, entre 1748 y 1759 publicó varios volúmenes de temática religiosa, tanto de órdenes regulares y congregaciones como de carácter doctrinal y devocional; también dio salida a obras para la práctica y aprendizaje del latín, así como algún título de la literatura clásica —en el pie de imprenta del *Q. Horatii Flacci Carmina* leemos: «Valentiae Contestanorum: apud Augustinum Laborda, 1752»—; finalmente, imprimió algunos textos de carácter jurídico. La edición de varias de estas obras corrió a cargo de los libreros Juan Antonio Mallén y Manuel Cavero, que en 1759 inauguraron, a instancias del ilustrado Gregorio Mayans, una efímera Compañía de Libreros e Impresores en Valencia (Franch y Mestre, 1984). El proyecto pretendía contribuir al progreso del mundo editorial valenciano, a través de una apuesta de signo humanista basada en la publicación de clásicos de la literatura latina. Entre los libreros e impresores que integraron la compañía no se encontraba Agustín Laborda, lo cual resulta significativo, por cuanto Mallén y Cavero le habían confiado la impresión de varios trabajos, y por tanto sería plausible suponer que le ofrecerían participar en el proyecto. Si esto fue así, la respuesta negativa de Laborda encajaría con el rumbo que por aquellos años —inicios de la década de los 60— había adoptado decididamente en su estrategia editorial, dejando de lado los costosos volúmenes y apostando por la impresión de romances, relaciones y estampas. Un proyecto como el de la Compañía de Libreros e Impresores, de altas aspiraciones culturales pero dudosos beneficios económicos —como en poco tiempo demostraría su extinción—, no podía resultar de interés para un impresor como Laborda.

A estos primeros años en los que Agustín Laborda fue definiendo la línea editorial de su imprenta pertenece un precioso testimonio sobre el taller de la calle Bolsería, que lo describe en pleno funcionamiento. Nos referimos a la visita que en 1757 realizó a las librerías e imprentas de Valencia Teodomiro Caro de Briones, subdelegado del juzgado de imprentas (Archivo Histórico Nacional [en adelante AHN], *Consejos*, leg. 51633, exp. 12). Al presentarse en la oficina de Laborda, Caro de Briones encontró «varios libros de impresiones antiguas y algunos de moderna, sin expresión del año, y muchos surtimientos de estampas de madera, romances, relaciones e historietas, en papel ordinario». El subdelegado se interesó por las impresiones que en ese momento mantenían ocupadas a las dos prensas con las que contaba el taller:

Especialmente se halló en la prensa que se estaba tirando la primera parte de un *Romanze de las Indulgencias de la Missa*, del que se hallaban impresas las primeras páginas. Y, aviendo advertido dicho señor que el papel no era de la calidad del sellado, mandó parar dicha impresión y recoger un ejemplar del romanze en el estado que se hallaba y un pliego del papel que gastaba dicho Laborda. Asimismo se hallaron varios pliegos de la reimpression del *Concilio*, que estaba haciendo el mismo Laborda de cuenta de Simón Faure, librero, que estaba también parada de orden de su Señoría, por dudarse de la calidad del papel. Por lo que dicho señor mandó al referido Laborda pasase relación de todos los surtimientos de libros y papeles que tenía en sus oficinas, y que en adelante en todas las impresiones que se le permitiessen pussiese al principio, o al fin, su nombre y el año, arreglándose a lo que mandan las órdenes, de que estaba notificado.

Más allá de la laxitud con que Laborda se tomaba las disposiciones legales sobre la imprenta —como tantos otros maestros tipógrafos—, la cita describe con nitidez el cariz de su producción editorial en estos primeros años, con la publicación tanto de pliegos sueltos como de obras más voluminosas que le encargaban algunos libreros —en este caso, Simón Faure, otro de los integrantes de la Compañía de Libreros e Impresores—. Tal y como hemos dicho, esta alternancia fue siendo sustituida con el pasar de los años por la especialización de la imprenta Laborda en el género de cordel, cuya diversidad de materiales impresos trató de abarcar Agustín en su totalidad. Analizaremos esta estrategia editorial en el apartado dedicado al catálogo de surtido del taller de la calle Bolsería; por el momento, solo cabe añadir un último dato que ilustra la progresiva marginación de los libros en la producción del impresor de Barbastro: si entre 1748 y 1758 publicó un total de 14 ediciones de títulos que superaban las 50 páginas, durante los 17 años que transcurrieron desde entonces hasta su muerte, el número se redujo a 6.

Agustín Laborda demostró habilidad y determinación en su gestión, tanto en la política editorial como en el manejo de situaciones problemáticas con la competencia y la censura. En este último aspecto, cabe destacar el pulso que mantuvo durante casi 20 años con la hermandad de ciegos oracioneros de la *Vera Creu*, a la que en 1748 el rey Fernando VI otorgó el privilegio de venta de «gazetas, romances y demás papeles impresos de pliego y medio pliego» (Gomis, 2015). Al igual que sucedió en Madrid (Espejo, 1925; Botrel, 1973), la preeminencia conseguida por los ciegos en el comercio de «menudencias» derivó en una serie de pleitos que levantaron contra todo aquel impresor, librero o buhonero que no respetara su monopolio de venta. El choque entre Agustín Laborda y la cofradía de la *Vera Creu* fue especialmente enconado y se dilató durante todo el período de vigencia del privilegio, entre 1749 y 1767, lo que evidencia la posición principal que ostentaba Agustín en el comercio de pliegos de cordel de la ciudad: dado que era quien tenía más que perder con el monopolio desplegado por los ciegos, su resistencia fue mayor que la de otros impresores y libreros implicados. Así, en 1749 fue denunciado junto con su cuñado, Cosme Granja, Pedro Vidal, Francisco Lecha, José Alagarda, Juan Bautista González, Vicente Navarro y Vitoriano Andreu por transgredir el monopolio de venta, lo que motivó el registro de sus talleres y librerías, el embargo de los pliegos sueltos que tenían a la venta y una multa de tres libras respectivamente. Un año después se repitió la situación: el clavario de la hermandad denunció a los mismos profesionales —a los que añadió a Felipe Girona y a su hijo— por seguir vendiendo los impresos de pliego y medio pliego, lo que vino seguido de las consabidas multas y embargos.

Las dos sentencias que la cofradía de ciegos ganó en 1749 y 1750 frente a los impresores y libreros de Valencia fue seguida de un período de calma aparente entre ambas partes. Es

posible que los profesionales del libro cedieran a la presión de la hermandad, ofreciendo a los ciegos los pliegos sueltos que imprimían para la venta por las calles de la ciudad y dedicando buena parte de sus surtidos a la venta al por mayor, que distribuían por la geografía peninsular comerciantes a quienes la documentación define como «marchantes». Como veremos enseguida, Laborda destinaba al comercio «a la gorda» la mayoría de su producción. No obstante, renunciar a la venta al detalle que realizaba desde su propia imprenta en favor de los ciegos no debió satisfacerle en absoluto, y así, en 1765 fue de nuevo denunciado por aquellos, esta vez con la única compañía de Cosme Granja, por ser sorprendido vendiendo «romances, relaciones y coloquios». La denuncia se repitió en 1767, pero en esta ocasión la hermandad exhortó al intendente Andrés Gómez de la Vega, juez en los autos, a que ordenara el registro exhaustivo de los talleres de Laborda y Granja, pues tenían la mayor parte de sus surtidos «ocultos en una habitación superior, de donde los bajan para vender». Esta insistencia de los ciegos nos brinda una descripción del registro de la imprenta Laborda:

aviendo dexado en la entrada de la casa a Vicente Marí, alguacil, para que cuidase del papel que estava en la botiga de la entrada y el que se iría abajando, se constituyó [el escribano] en una habitación en donde estavan los romances y relaciones de a pliego y medio pliego, y hallándose presente Agustín Laborda se le dixo a éste se podría hir contando resma por resma, y respondió que se hiciesen a fardos del modo que allí estavan, y que contados se podría qualquier encautar de ellos, y en su vista aviendo hecho traer cordel para atarles, se empezaron a abajar, y atándoles se abajavan baxo, y concluido todo lo referido se contaron los fardos que avía, y se hallaron ser el de ciento veinte y ocho fardos, y aviéndose contado un fardo se halló haver cinco resmas, y computados unos con otros de consentimiento, parecer, dictamen y consentimiento de dicho Agustín Laborda, a cinco resmas cada uno, importavan todos los fardos seiscientas y quarenta resmas (AHN, *Consejos*, leg. 22655, exp. 1b, ff. 70v-71).

Frente a la condena impuesta por el intendente Gómez de la Vega, Agustín Laborda y Cosme Granja presentaron un recurso ante el Consejo de Castilla, que tras estudiar el caso consideró abusivo el modo en que se había aplicado la orden de 1748 y ordenó dejar «libre la venta de los papeles que se enumpcian por dichos impresores, así a estos como a todos los demás que se valgan de este medio o arbitrio para su manutención y subsistencia». Esta decisión puso fin al monopolio ejercido durante casi dos décadas por la hermandad de la *Vera Creu*, y liberó a Laborda de la presión de los ciegos durante sus últimos años.

Por aquel entonces, Agustín se había convertido en el indiscutible magnate del género de cordel en Valencia, y su progresiva consolidación en el negocio fue de la mano de un crecimiento constante de su posición socioeconómica. Podemos seguir sin dificultad los sucesivos pasos de su ascenso social. Así, poco después de la muerte de Francisca Granja, acaecida en 1762, Agustín Laborda contrajo matrimonio en segundas nupcias con María Vicenta Devis, quien tras la muerte de su esposo heredaría el negocio y dirigiría la imprenta durante más de cuatro décadas, entre 1776 y 1820. Según la información que dio en su testamento de 1776, Agustín contaba en el momento de su enlace con Devis con un patrimonio que ascendía «a unas tres mil nuevecientas libras, a saber, dos mil libras en dinero efectivo, ochocientas libras en el valor de la imprenta y sus ahínas, mil libras en caudal para su venta, y cien libras (todo moneda corriente) en muebles, ropa blanca y de color, y menaxe de casa» (ARV, *Protocolos Notariales*, nº 7109, f. 83). Considerando

que el patrimonio de Laborda al contraer su primer matrimonio era de 500 libras, que aumentaron a 1250 tras su enlace con Francisca Granja, constatamos que sus bienes se triplicaron durante esos 20 años (de 1743 a 1763). De hecho, dos años más tarde, en 1765, su próspera situación le permitió comprar el inmueble de la calle Bolsería, que hasta entonces tenía en arrendamiento, por 3300 libras (Archivo de Protocolos Notariales del Real Colegio Seminario de Corpus Christi de Valencia, nº 7372, ff. 159-162v). Su antiguo propietario, don Nicolás Peris de Liaño y Granados, marqués de Castellfort, reconoció haber recibido dicha cantidad «del referido Agustín Laborda y Campo en especie de oro de la mejor calidad». Finalmente, el inventario de bienes que se realizó tras la muerte del impresor, sucedida el 12 de marzo de 1776, permite confirmar que el éxito profesional y económico no abandonó a Laborda durante sus últimos 10 años: el patrimonio que dejó a su esposa e hijos ascendía a 9374 libras, 9 sueldos y 11 dineros. De esta cantidad, la partida más sustanciosa, solo por detrás del valor del inmueble de la calle Bolsería —fijado en 3500 libras—, correspondía al stock de impresos almacenados en el taller, valorados en 2171 libras.

Esta última cifra, además de ilustrar lo lucrativo que podía resultar el negocio de las «menudencias de imprenta», es significativa para aproximarnos al volumen de producción de Agustín Laborda. Se trata de un tipo de información esquiva para el investigador, por cuanto depende del hallazgo de fuentes de archivo como inventarios post mortem o registros de imprentas y librerías, pero que sin embargo resulta fundamental para comprender los niveles de difusión de los impresos. Afortunadamente, en el caso de Laborda contamos con una variada documentación, correspondiente a diversos momentos de su trayectoria profesional, que da algunas respuestas a esta complicada cuestión. Así, la primera información sobre el volumen de los surtidos de impresos manejados por el tipógrafo aragonés la ofrece la dote que Francisca Granja aportó al matrimonio en 1743, que incluía más de 100.000 pliegos sueltos (romances, comedias, entremeses, historias y estampas) valorados en 287 libras. No cabe duda de que este nutrido fondo editorial permitió a Laborda contar con una base sólida desde la que desplegar su estrategia de producción masiva de «menudencias». Cuando, 20 años después, Agustín se casó con María Vicenta Devis, 1000 libras de un total de 3900 correspondían a surtidos de venta, según la información aportada por el propio Laborda. Aunque es difícil hacer una estimación del número de impresos a los que equivalía esta suma, si tenemos en cuenta que el valor de los 100.000 pliegos de la dote de Francisca eran 287 libras, no resultaría arriesgado afirmar que ahora la cifra superaba los 300.000.

Los sucesivos registros de la imprenta Laborda realizados al hilo de las denuncias que interpuso la hermandad de ciegos aportan también valiosa información sobre los niveles productivos del taller. Interesa especialmente el minucioso registro de 1767, pues incluyó la estancia superior donde, al parecer, Agustín almacenaba la mayor parte de su fondo editorial. Las 640 resmas de romances que el alguacil Agustín Redondo halló allí equivalen a 320.000 pliegos sueltos, que Laborda tenía listos para la venta.

Finalmente, el inventario post mortem de 1776 arroja cifras igualmente elevadas: 397 resmas de estampas negras, 27 de estampas iluminadas y 662 de «romances, relaciones, historias, comedias, entremeses y algunos papeles sueltos», que alcanzaban en total los casi 550.000 impresos.

Estas cantidades de varios centenares de miles de pliegos sueltos que asoman, repetidamente, en fuentes variadas correspondientes a distintas fases de la vida profesional de Agustín Laborda, son reveladoras de las dimensiones del género de cordel, que los estudios han sugerido desde tiempo atrás pero que en raras ocasiones ha contado con evidencia documental. Resulta sorprendente que Laborda alcanzara estos niveles productivos

desde un pequeño taller de provincias, compuesto de tan solo dos prensas, pero solo así se comprende el enriquecimiento que le proporcionó la impresión de «menudencias»: solo una producción masiva podía multiplicar la rentabilidad de unos impresos cuyo bajo precio ofrecía un magro beneficio por ejemplar vendido. No es, pues, exagerado afirmar que Agustín Laborda levantó en Valencia un emporio del género de cordel, contribuyendo de modo destacado a su intensa difusión entre la sociedad española del siglo XVIII.

LONDRES: CLUER DICEY (1715-1775)

La trayectoria de la familia Dicey en el mundo editorial inglés se inició con William y Elizabeth Dicey, hijos de Thomas Dicey y Elizabeth Cluer. William (1690-1757) fundó en 1719 el *St Ives Mercury*, periódico que apenas perduró unos meses. Tras este primer fracaso, William, ya con cierta experiencia en el negocio de los impresos, se asoció con Robert Raikes para fundar el *Northampton Mercury* en 1720 (Stoker, 2014). Esta vez William tuvo mayor fortuna y el *Northampton Mercury* disfrutó de una gran demanda, especialmente en la zona central del país. La sociedad Dicey-Raikes no parece haber sido muy duradera y a partir de 1725 William pasó a ser el único propietario del periódico.

Entretanto, su hermana Elizabeth (1671-1736) había contraído matrimonio con John Cluer, un editor e impresor de renombre activo en *Bow Churchyard*, Londres, desde 1710. Tras la muerte de su cónyuge en 1728, Elizabeth pasó a estar al cargo del negocio hasta el final de sus días (1736), tras un segundo matrimonio de cinco años con Thomas Cobb, también impresor y socio de John Cluer años atrás. Con el fallecimiento de Elizabeth, su próspero negocio pasó a manos de su hermano William, todavía instalado en Northampton. De esta manera, gracias a sus lazos familiares, William Dicey expandió su negocio a la capital y se encontró, repentinamente, dirigiendo una imprenta sólida y fructífera en la metrópoli londinense. En poco tiempo, el negocio se convertiría en uno de los emporios de impresos populares más importantes de todo el país a lo largo de la centuria. La imprenta Dicey prosperó al calor del crecimiento de una Londres que se alzaba como gran capital europea, superando incluso a París. El incremento demográfico del país, especialmente en la capital, y una economía boyante propiciaron una época de auge de la *street literature* inglesa, que los Dicey supieron aprovechar magistralmente.

Es en este punto cuando cobra protagonismo una de las figuras clave en el devenir de la firma familiar. Cluer Dicey (1715-1775), hijo y sucesor de William, ejerció como impresor en el negocio familiar desde 1732, a la temprana edad de 17 años. Una vez adquirida cierta experiencia en el oficio, en torno a 1740, su padre decidió ponerle a cargo de la oficina de *Bow Churchyard*, labor que cumplió con eficiencia. Tras la muerte de su padre en 1756, Cluer tomó el mando del negocio familiar y continuó con la edición del *Northampton Mercury*, con la producción incesante en la imprenta de *Bow Churchyard* y, como veremos, con un jugoso negocio de medicinas que estaba en el seno de la familia desde tiempo atrás. Por esas fechas, los Dicey ya se habían ganado una reputación en la ciudad y sus servicios debían ser conocidos por gran parte de la población, como demuestra la descripción que James Boswell hizo en su diario sobre su visita a una de las imprentas de Cluer en el año 1763:

Fui a *Bow Church*, el verdadero templo del ciudadano campechano. Me llené de pensamientos agradables. Y debo mencionar que hace unos días fui a la vieja imprenta de los Dicey en *Bow Church-yard*, mantenida por la familia durante ochenta años. Allí estaban, llevados al mundo de la literatura, *Jack and the Giants*, *The Seven Wise Men of Gotham* y otras historias que me hicieron disfrutar en mis

años de niñez, de la misma forma que ahora lo hace *Rasselas*. Observé el panorama con un gratificante sentimiento de nostalgia al encontrarme exactamente donde todos mis antiguos amores habían sido impresos (Caudle, 2006: 290).⁷

El progreso de la firma posibilitó que en 1754 los Dicey establecieran una segunda imprenta en Londres, esta vez en *Aldermary Churchyard*, a poco más de 50 metros de distancia de su primer taller. El nuevo negocio de *Aldermary* fue comandado, sin embargo, por un socio minoritario, Richard Marshall, más tarde socio igualitario y propietario de la imprenta desde 1770.

La firma Dicey fue probablemente la más exitosa de toda la centuria dieciochesca en Inglaterra. Sin embargo, a diferencia de la imprenta Laborda, como ya hemos mencionado la familia no centró su negocio únicamente en la producción de impresos populares: si bien el alto ritmo de impresión de *chapbooks*, *ballads* y demás «menudencias» fue una de las claves de su éxito profesional y económico, desarrollaron otras dos actividades que les proporcionaron también grandes beneficios. Por un lado, la propiedad del *Northampton Mercury*, y por otro la comercialización de medicinas patentadas.

En cuanto a sus negocios editoriales, desde 1754 los Dicey contaban con las dos imprentas en Londres ya mencionadas, destinadas a la producción masiva de impresos de diversa índole. Tal y como veremos al analizar su catálogo de surtido, abarcaron una gran variedad de formatos y temáticas para satisfacer una gran diversidad de gustos y necesidades, y por tanto un público amplio y heterogéneo, incluyendo el infantil —tal y como subraya la cita de Boswell—. La actualización de los surtidos de impresos por parte de los Dicey era constante: nuevos títulos engrosaban de forma continua su fondo editorial mientras otros que habían perdido el favor del público eran relegados. La ubicación de sus oficinas londinenses respondía, asimismo, a la necesidad de tener contacto cercano con las preferencias del público lector: si la imprenta de la Bolsería dirigida por Laborda se situaba junto a la plaza del Mercado de Valencia, el principal nudo de comercialización de pliegos sueltos de la ciudad, los talleres de *Bow Churchyard* y *Aldermary Churchyard* estaban ubicados en los alrededores de la Catedral de San Pablo, uno de los principales puntos de venta de *street literature* en el Londres del siglo XVIII.

Junto a la producción de *chapbooks*, el *Northampton Mercury* completaba la estrategia editorial de los Dicey: la familia supo explotar la amplia circulación del periódico, que cubría el área de los *Midlands* y contaba con lectores incluso en la zona de *Yorkshire* (Hadley, 1920: 34). Con su habitual habilidad para palpar la demanda, los Dicey supieron explotar, por ejemplo, el sensacionalismo de las noticias sobre crímenes. Solían incluir breves relatos efectistas en el periódico para después imprimir suplementos especiales para el fin de semana con precios independientes, como se puede observar en un ejemplar que indica: «*The true account of this quarrel will be published next Saturday, and sold by the Men that carry the News*» (Hadley, 1920: 14). El *Northampton Mercury*, además, no sólo generaba beneficios a través de las ventas y suscripciones, sino que al mismo tiempo era utilizado para publicitar los impresos disponibles en los talleres de Londres y, de especial manera, el suculento negocio de las medicinas.

Sin duda, otra de las claves del éxito de la carrera editorial de los Dicey fue una imponente red de distribución que les permitió llegar hasta los lectores del último rincón del

⁷ *I went to Bow Church, the true central temple for the bluff citizens. I had many comfortable ideas. And here I must mention that some days ago I went to the old printing-office in Bow Church-yard kept by Dicey, whose family have kept it fourscore years. There are ushered into the world of literature Jack and the Giants, The Seven Wise Men of Gotham, and other story-books which in my dawning years amused me as much as Rasselas does now. I saw the whole scheme with a kind of pleasing romantic feeling to find myself really where all my old darlings were printed* (traducción propia).

país. Una red de distribución que se fundamentaba en los llamados «agentes», pero que no habría prosperado sin la ardua labor de los *postboys* (repartidores de periódicos) y los *pedlars* y *hawkers* (buhoneros) que distribuían sus productos impresos. En primer lugar, los agentes eran habitualmente libreros bien establecidos en ciudades y puntos estratégicos de la geografía inglesa. Gracias a la información ofrecida en los pies de página de sus obras podemos conocer algunas de las ciudades en las que los Dicey contaban con agentes: Aylesbury, Birmingham, Coventry, Cambridge, Derby, Leeds, St. Albans, St. Ives y Newcastle, entre otras, a las que habría que añadir Londres y Northampton, los centros de operaciones de los Dicey. Todos estos agentes, que compraban los impresos al por mayor, vendían sus obras a buhoneros que continuaban con la cadena de diseminación. Al mismo tiempo, los Dicey también se servían de sus repartidores de periódicos para vender no solo copias del *Northampton Mercury*, sino también *chapbooks* y medicinas en las localidades más pequeñas y alejadas. Y no debemos olvidar, claro, que numerosos *pedlars* compraban impresos directamente de las oficinas de los Dicey, tanto en Londres como en Northampton. Gracias a diversas entradas en el *Northampton Mercury*, sabemos que la red de distribución de los Dicey también incluía Cork, Dublín, Edimburgo, Bridgnorth, Brighton, Chard, Chester, Doncaster, Exeter, Hull, Lancaster, Leominster, Liverpool, Louth, Manchester, Newport, Plymouth, Sherborne, Swansea, Taunton, Worcester, Yarmouth y York. Esta red de distribución fue consecuencia del *boom* del comercio editorial en todo el país tras el fin de la *License Act* en 1695, ley que durante años había prohibido la impresión de cualquier obra en las provincias. Por último, cabe añadir que la red de distribución de los Dicey no se limitaba al territorio de las islas, sino que cruzaba el Atlántico: a través de agentes en Amsterdam comerciaban con Silvanus Gardner, de Boston, y hacían envíos regulares de mercancías a Filadelfia y Newport.

La segunda rama comercial de la familia Dicey era el negocio de las medicinas patentadas, actividad en la que se iniciaron con anterioridad a la profesión impresora: Thomas Dicey, padre de William y Elizabeth y abuelo de Cluer, se dedicó a vender uno de los primeros remedios patentados en Gran Bretaña, el llamado «*Daffy's Elixir*», inventado por Thomas Daffy en 1647. Los Dicey eran propietarios de las *Dr. Bateman's Pectoral Drops*, y también estaban autorizados para vender el *Daffy's Elixir* y hasta otros 15 remedios para la salud. Tanto las *Dr. Bateman's Pectoral Drops* como el *Daffy's Elixir* eran vendidos al por mayor y al por menor, y distribuidos por toda Inglaterra y por las colonias americanas. Se afirmaba, y al parecer era una creencia muy asentada, que estas gotas, prácticamente milagrosas, podían curar múltiples dolencias físicas tanto en adultos como en niños. Un simple resfriado, fiebre, irritaciones en la piel, reuma, la gota, problemas de asma, cólicos, dolor en las articulaciones o en el estómago, e incluso dificultades a la hora de mantener relaciones sexuales: prácticamente todo mal podía ser aliviado con la simple adquisición e ingestión de estas «medicinas». Diversos análisis químicos posteriores han demostrado que el famoso *Daffy's Elixir* era, en realidad, un laxante compuesto fundamentalmente de alcohol.

Tras heredar el negocio de las patentes de su padre y su abuelo, Cluer demostró la misma habilidad para la gestión de las medicinas que para la labor editorial, llegando a imprimir una guía para la correcta toma de las gotas, así como un documento de 64 páginas con testimonios y experiencias de 245 personas que habrían experimentado las propiedades del brebaje. La guía se podía comprar en las oficinas de los Dicey, mientras que el documento que incluía los testimonios, titulado «*An Abstract of a Treatise of the Virtues of Dr. Bateman's Pectoral Drops*», podía ser consultado de forma gratuita por cualquier persona interesada en adquirir el producto. Los testimonios incluían fecha, lugar y nombre de los sanados, y además eran publicados de forma regular en el *Northampton*

Mercury, con el claro objetivo de persuadir al consumidor sobre la fiabilidad y eficacia del remedio.

Sirvan como muestra para ilustrar la popularidad de estas medicinas las 696 ediciones del *General Advertiser* que publicitaron el *Daffy's Elixir* entre 1740 y 1759. Del mismo modo, hasta un total de 1400 anuncios fueron publicados en 41 periódicos diferentes entre 1740 y 1770,⁸ la mayoría durante los primeros 20 años, proclamando los efectos casi milagrosos de dichas gotas. Debemos tener en cuenta que una botella del *Daffy's Elixir* costaba un chelín y seis peniques, mientras que una botella de las *Dr. Bateman's Drops* se podía comprar por un chelín, según se anunciaba en el *Northampton Mercury*: «*Men carry that carry the News carried bottles of Bateman's drops, retailing at one shilling each*».⁹ Es decir, que el precio medio de estas medicinas oscilaba entre los 12 y 18 peniques por botella. 18 peniques era la cantidad que los Dicey ingresaban por la venta al por mayor de 360 *slip-songs* o 180 *ballads*, mientras que un lector particular podía comprar hasta 18 *histories* por ese precio en diferentes establecimientos de la ciudad. Sin duda, las medicinas constituyeron una extraordinaria fuente de ingresos que debió sobrepasar con creces los beneficios obtenidos por el comercio de *chapbooks* y del *Northampton Mercury*. De hecho, el propio Cluer pidió en un momento dado a su padre que le liberara de la carga que suponía gestionar la imprenta de Londres, ya que tenía demasiado trabajo con el negocio de las medicinas, y argumentaba en su favor que el negocio editorial proporcionaba en comparación reducidos beneficios (Stoker, 2014: 116).

En el ámbito personal, Cluer contrajo matrimonio con María Nutshawe en 1738, con quien tuvo cinco hijos: William —murió antes de cumplir dos meses—, Charlotte, Thomas, Sarah Ann y Elizabeth. En 1765, Cluer adquirió *Claybrooke Hall*, una lujosa villa cerca de Northampton (Macaulay, 1791). La portentosa vivienda, un signo más de la opulencia del negocio familiar, sería el lugar escogido por Cluer para escapar del bullicio de Londres poco antes de morir en 1775, a los 60 años.

La compra del inmueble es un claro indicio de los extraordinarios beneficios que Cluer obtuvo de sus negocios, sobre los cuales, sin embargo, no hay demasiadas fuentes localizadas por el momento. El análisis de documentación de archivo sobre su gestión editorial sería necesaria, como en el caso de Laborda, para extraer datos concretos sobre niveles de producción y beneficios. Sin embargo, hasta donde sabemos, todos los registros del negocio de los Dicey han desaparecido, incluyendo los del *Northampton Mercury*. No obstante, sí que conocemos los testamentos de William y Cluer, que aportan datos que nos confirman el éxito de sus operaciones. El testamento de William muestra cómo dejó 500 libras para la compra de una renta vitalicia para su hijo Robert (Public Record Office [en adelante PRO], PROB 11/829), que fallecería meses después que su padre. En cuanto a Cluer, la presencia en el testamento de *Claybrooke Hall*, la casa señorial que compró a Thomas Byrd en 1765 en Claybrooke Parva, Leicestershire, es, como se ha indicado, una prueba irrefutable del nivel de riqueza del que disfrutaba el impresor al final de sus días. Cluer también poseía dos granjas en Little Claybrooke y otras propiedades no especificadas en Stoke Newington (Londres). Además, en su testamento, Cluer donaba la descomunal cantidad de 5.000 libras a su hija Sarah Anne (PRO, PROB 11/1012). Para calibrar el peso de esta cifra, podemos apoyarnos en el estudio de Robert Hume (2014) sobre el valor del dinero y los salarios en la Inglaterra del siglo XVIII, según el cual solo un 3% de la población ingresaba una cantidad igual o superior a 200 libras al año, mientras

⁸ El acceso a estas copias digitalizadas de periódicos ha sido posible gracias al valioso portal ECCO (*Eighteenth Century Collections Online*).

⁹ *Northampton Mercury*, 4 de julio de 1720 («Los hombres que llevan las noticias llevan botellas de las gotas de Bateman, vendiéndolas al por menor por un chelín la unidad»). Traducción propia).

que cerca del 80% de la población no alcanzaba las 60 libras anuales. Por tanto, la cantidad que Cluer dejó a su hija era una auténtica fortuna.

Al ser Thomas su único hijo varón, se convirtió en sucesor de Cluer y continuó con el negocio familiar. El *Northampton Mercury* perteneció a la familia Dicey durante todo el siglo XIX, mientras que la imprenta de *Aldermay* fue dirigida por John Marshall, hijo de Richard Marshall, tras la muerte de este, y perduró hasta 1806, cuando fue trasladada a *Fleet Street*.

DICEY Y LABORDA, DOS MAGNATES DE LA IMPRENTA POPULAR

Las semblanzas que hemos trazado de Cluer Dicey y Agustín Laborda permiten subrayar paralelismos y contrastes entre sus carreras profesionales, lo cual resulta interesante porque una aproximación comparativa como la planteada puede contribuir a mejorar nuestra comprensión de la imprenta popular del XVIII. Tal y como hemos indicado al inicio de estas páginas, somos conscientes de las dificultades que entraña un intento de análisis comparado entre dos contextos distantes entre sí no solo geográficamente, sino por obvias diferencias sociales, culturales, económicas y políticas. Ahora bien, también pensamos que este enfoque puede iluminar aspectos que, o por demasiado obvios o por demasiado ajenos, quedan en la sombra cuando el estudio se aferra al terreno conocido, circunscrito a los límites nacionales.

Cluer Dicey y Agustín Laborda accedieron a la propiedad de sus imprentas de modos bien distintos: el primero ingresó en el negocio de la mano de su padre, quien tras unos años de aprendizaje lo puso al frente del taller de *Bow Churchyard*; el segundo no contaba con ninguna conexión familiar en el oficio, así que se inició en el mismo en solitario y recurrió al matrimonio con la hermana de un maestro impresor para impulsar su promoción profesional. Si Cluer asumió la dirección de la imprenta por encargo de su padre en torno a 1740, tres años más tarde se producía el enlace entre Agustín y Francisca Granja y este accedió a la gestión de la oficina de la calle Bolsería. Por otro lado, la naturaleza de las empresas que uno y otro dirigían era también distinta: mientras que Laborda tenía la impresión de «menudencias» como su única dedicación, los Dicey combinaban la edición de *street literature* con la dirección del *Northampton Mercury* y con la comercialización de los brebajes medicinales, que al parecer proporcionaron a la familia gran parte de su fortuna. El hecho de que Cluer pidiese (en vano) a su padre dejar la gestión de la imprenta para concentrarse en el negocio de los elixires, además de subrayar lo lucrativo de este comercio, revela un desapego hacia el oficio tipográfico que Agustín nunca hubiera podido permitirse.

Sin embargo, estos dispares orígenes y situaciones no impidieron a uno y otro desarrollar una ambiciosa estrategia editorial basada en los impresos de amplia difusión y consistente en tres claves: una producción masiva, una renovación permanente de los surtidos y una red de distribución expansiva.

Sobre los niveles de producción, por el momento no tenemos la fortuna de contar con una documentación de archivo sobre Cluer Dicey similar a la referida a la imprenta Laborda. Los centenares de miles de pliegos sueltos que asoman en cartas de dote, registros policiales e inventarios post mortem del impresor de Barbastro nos permiten una aproximación más precisa al volumen editorial de la literatura de cordel en la España del siglo XVIII, que alcanzaría así unas cifras de producción y difusión muy elevadas. No obstante, aunque a día de hoy no conocemos fuentes similares para Cluer Dicey, el hecho de que, como veremos a continuación, el catálogo que publicó en 1764 indicara los

precios de algunos de sus impresos populares por resmas de 960 ejemplares, apunta a una producción de niveles similares, si no superiores, a los que protagonizó Laborda.

En cuanto a la diversidad y cantidad de los surtidos de impresos, en el siguiente apartado analizaremos el interés que tanto Cluer como Agustín mostraron por abarcar el mayor número de tipologías textuales y materiales, tratando de satisfacer a públicos heterogéneos y expandiendo y diversificando, de este modo, su mercado.

En tercer lugar, una de las claves del éxito que disfrutaron ambos impresores con la venta de «menudencias» fue, sin duda, contar con una extensa y densa red de distribución. Como hemos apuntado en el caso de los Dicey, los «agentes», libreros de otras ciudades y pueblos, cumplían un papel fundamental como compradores al por mayor de los impresos salidos de *Bow* y *Aldermay Churchyards*, así como nudos de difusión de los ejemplares en sus respectivas localidades. Junto a los «agentes», buhoneros como los *pedlars*, *hawkers* y *postboys* posibilitaron la diseminación de los títulos a lo largo y ancho del territorio británico. En el caso de Agustín Laborda, el modelo de distribución era similar: por un lado, contaba con los profesionales del libro distribuidos por la geografía peninsular quienes, en base a la información ofrecida por catálogos como el que analizaremos a continuación, hacían pedidos de surtido al por mayor. En el inventario post mortem de Laborda se ofrecen los nombres de algunos de estos «agentes», que le adeudaban distintas cantidades de dinero por «remesas de diferente surtido»: Andrés de Sotos, de Madrid, Pedro Pérez, de Cádiz, José Villanueva, de Játiva, Vicente Orient, de Cuenca, y Félix de Casas, de Málaga. Por otro lado, la red de distribución de Laborda se nutría también de los llamados «marchantes», comerciantes que compraban impresos al por mayor para venderlos por todo el reino, así como de pequeños buhoneros de diverso tipo, y desde luego no reducidos a los ciegos.

Uno de los signos más evidentes del poder de distribución de los Dicey es la comercialización de sus productos en el mercado americano. Podríamos pensar que en este aspecto, como en otros, la gestión de Cluer se distinguió de la de Agustín. Sin embargo, quizás tal impresión resultara precipitada, pues no es inverosímil plantear la posibilidad de que Laborda destinara parte de su producción al comercio transatlántico. Tal y como ha demostrado Pedro Rueda (1999 y 2012), entre otros, durante los siglos modernos existió un dinámico comercio de libros entre España y el territorio colonial americano, que con toda probabilidad incluyó resmas de pliegos de cordel. Así lo confirman datos como el siguiente: en 1608 Juan Adame de Santa Ana, vecino de Sevilla, registró en Cartagena un lote de menudencias que incluía 400 estampas, 400 coplas de todas suertes y 300 libros «pequeños de vidas de santos y humanos» (Archivo General de las Indias, Contratación, 1151C).¹⁰ Si Laborda participó en el comercio americano, este hecho arrojaría nueva luz a sus ingentes índices de producción, que no estarían en consecuencia destinados en su totalidad al mercado peninsular —lo que, teniendo en cuenta las elevadas tasas de analfabetismo del período, sería difícil de entender—, sino también al público colonial. Quizás el mencionado Pedro Pérez, de Cádiz, ejercía de agente de Laborda para gestionar los envíos de sus remesas de «menudencias», aunque nos estamos moviendo en el puro terreno de la especulación, y para salir de él se precisarían investigaciones que exploren esta línea. En cualquier caso, no se puede descartar la posibilidad de que Agustín, al igual que Cluer, contara con un mercado americano para sus impresos.

El resultado de la óptima gestión con que ambos impresores condujeron sus negocios fue la prosperidad económica que disfrutaron al final de sus vidas, aunque ciertamente el estatus socioeconómico de uno y otro fuera a todas luces distinto. La plasmación más

¹⁰ Agradecemos a Pedro Rueda su amabilidad al facilitarnos esta información.

evidente de ese desnivel es la inversión inmobiliaria que ambos realizaron precisamente el mismo año, en 1765. Laborda adquirió el establecimiento de la calle Bolsería, que hacía las veces de taller y de morada: se componía de una botiga y trasbotiga, donde se ubicaba el negocio de imprenta y librería, una estancia que se empleaba como sala de estar y alcoba principal, un cuarto contiguo con una cama, una tercera habitación con cuatro lechos, y una cocina. Aunque el acceso a esta propiedad representó para Laborda un punto culminante de su ascenso social —su valor representaba más del tercio del total de su patrimonio al final de sus días—, es evidente que el inmueble de la calle Bolsería no es de ningún modo equiparable a la lujosa mansión de *Claybrooke Hall* adquirida por Cluer para su solaz durante la vejez, como casa de recreo. La disparidad de ambas propiedades en términos arquitectónicos, suntuarios y de uso —una utilizada como domicilio y taller, otra concebida para huir del tráfico londinense— es elocuente sobre la distancia que mediaba entre los niveles de vida de uno y otro impresor. Los múltiples y exitosos negocios de la familia Dicey —y en especial el comercio de remedios—, que bien podría ser retratada como una sociedad capitalista, explican esta diferencia de estatus socioeconómico, que sin embargo no debe oscurecer el hecho de que Agustín Laborda cosechó un indudable éxito con su pequeño negocio de «menudencias», de modo que a su muerte contaba con un patrimonio casi 20 veces superior al que poseía cuando contrajo su primer matrimonio.

La producción de impresos populares proporcionó, pues, importantes ingresos a ambos tipógrafos: en el caso de Cluer estos palidecían ante los beneficios de sus otros negocios, y en el caso de Agustín brillaban con especial intensidad por constituir su única fuente de riqueza. De un modo u otro, ambos destacaron en la impresión de pliegos de cordel y *chapbooks* del siglo XVIII, siendo señalados en algunos estudios, según ya hemos apuntado, como los dos principales impresores populares de España e Inglaterra en dicha centuria. El estudio de sus surtidos de «menudencias» desde una perspectiva comparada puede, por tanto, aportar datos significativos sobre las similitudes y contrastes entre ambos corpus impresos, y por ende contribuir a mejorar nuestra comprensión de la imprenta popular europea del XVIII. Proponemos a continuación una aproximación a la producción impresa de Agustín Laborda y Cluer Dicey a través de los respectivos catálogos de surtido que ambos publicaron en fechas cercanas, a mediados de la década de 1760. Este tipo de fuente, concebida por los tipógrafos para dar a conocer sus existencias a otros colegas, ofrece una suerte de instantánea de la producción impresa del taller en un momento dado, y de ahí su valor para los estudiosos de la historia de la imprenta (Rodríguez-Moñino, 1966; Rueda y Agustí, 2016). Los catálogos de Dicey y Laborda nos informan, en primer lugar, sobre el modo en que organizaban sus surtidos, lo cual es de por sí interesante desde el punto de vista de la taxonomía, que tantas dificultades genera en los estudios que intentan aplicar criterios de clasificación actuales a conjuntos editoriales muy diversos. En segundo lugar, traslucen el empeño de ambos impresores por abarcar la mayor cantidad posible de los materiales impresos que integraban el corpus popular, para satisfacer las múltiples expectativas de públicos variados. Finalmente, son una herramienta útil para establecer contrastes y semejanzas entre géneros editoriales de amplia circulación, cuya heterogeneidad presenta problemas para adoptar una perspectiva comparada.

LA MEMORIA DE LAS «MENUDENCIAS» DE AGUSTÍN LABORDA

Conocemos un catálogo de surtido salido de la imprenta Laborda gracias a un trabajo de Jaime Moll (1981-82).¹¹ Se trata de la *Memoria de los Romances, Relaciones, Historias, Entremeses, Estampas, Libros, y otras menudencias, que se hallan en Valencia en la Imprenta de Agustín Laborda y Campo*. Es un pliego en cuarto, de ocho páginas, sin fecha de publicación, aunque según Moll fue impreso durante la década de 1760. El ejemplar localizado se adjunta a una petición del librero madrileño Andrés de Sotos solicitando que se le autorice a traer desde Valencia los títulos anunciados por Laborda.

El catálogo, por tanto, era un instrumento concebido para su uso por parte de libreros e impresores, a quienes informaba de los títulos disponibles en el taller de la calle Bolsería. Se trataba pues de venta al por mayor, y por ese motivo Laborda ofrecía el precio de sus impresos por resmas y manos, y no por ejemplares sueltos. Así lo indicaba el colofón del catálogo: «Se hallarán los Romances, Relaciones, y Estampas a treinta y cinco reales de vellón, los Entremeses, y Historias a quarenta y cinco; y las Estampas iluminadas muy curiosas, a sesenta reales vellón, el Directorio Cathólico, a treinta y siete reales y medio la resma, y los demás Libritos a diez y ocho cuartos la mano».

Como hemos indicado, este impreso es una fuente útil para aproximarnos al modo en que Laborda organizaba su producción de «menudencias», así como a la diversidad de materiales y títulos pertenecientes al género de cordel que sumó a sus surtidos. Antes de analizar los diferentes apartados del catálogo, hay que advertir que los impresos que en él encontramos pertenecían al fondo editorial permanente de la imprenta Laborda, es decir, de aquellos títulos que se reimprimían de continuo. De él estaban excluidos, por tanto, las relaciones de sucesos, títulos que daban cuenta de noticias de actualidad y que Laborda imprimió también con profusión: crímenes, catástrofes naturales, milagros, fiestas reales y conmemoraciones religiosas encontraron eco en el taller de la calle Bolsería.¹²

Dicho esto, el catálogo de Laborda se estructura en varias secciones a través de las cuales este organizaba su producción de pliegos sueltos: podemos aproximarnos así a la taxonomía manejada por el impresor, por un lado, y por otro revisar los distintos subgéneros de la literatura de cordel que llegó a abarcar (García Collado, 2003). Las secciones en que se dividía el catálogo eran «romances», «pinturas, coplas y seguidillas», «relaciones», «historias», «entremeses», «papeles de a pliego», «estampas de pliego y medio pliego» y «libros en diferentes folios, para vender en papel».

Los romances constituían el conjunto más numeroso del catálogo, con 317 títulos distribuidos en varias subsecciones: «romances a lo divino», «cautivos y historiales», «burlescos» y «guapos». Los romances religiosos publicados por Laborda incluían textos doctrinales, como «Los misterios de la Missa» o «La declaración del credo», relatos bíblicos («El templo de Salomón», «El profeta Jonás», «La conversión de San Pablo»), hagiografías («De San Isidro», «Santa Rosalía», «Santa Librada») y múltiples devociones, como las advocaciones marianas, las propiedades milagrosas de diferentes santos

¹¹ El catálogo, reproducido por Moll, puede consultarse en la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: <https://goo.gl/N8h2eX>.

¹² Ejemplos de esta variada tipología de relaciones de sucesos son la *Fúnebre relación verdadera del sacrilego robo de las sacratísimas formas consagradas, que se ejecutó en la ciudad de San Phelipe* (1752); las *Noticias de lo acaecido en la ciudad de Lisboa, Corte del Reyno de Portugal, y en otras de dicho Reyno, en el día 1 de Noviembre de 1755 a causa del horroroso Terremoto* (1755); la *Fúnebre y pasmosa relación, en que se declara un horrible Monstruo, que en las costas de Masra, Reyno de Portugal, se ha descubierto en el próximo mes de Junio de 1760*; los *Festivos obsequiosos cultos: con que la muy noble, leal, y coronada Ciudad de Valencia adornó la feliz Proclamación de Carlos tercero en los días 28, 29 y 30 de Setiembre de 1759*; o la *Breve descripción de la ingeniosa Naumaquia, festiva iluminación con que la ciudad de Valencia dio fin a las fiestas de la tercera centuria de la canonización de sus dos veces hijo y esclarecido patrón el Sr. S. Vicente Ferrer*.

patronos o las ánimas del purgatorio. En los pliegos religiosos salidos de la imprenta de la calle Bolsería se detecta también la predilección de Laborda por un autor de romances de gran éxito en el siglo XVIII como fue Lucas del Olmo Alfonso. Agustín publicó al menos 19 composiciones de este prolífico poeta jerezano, cuyos textos gozaron, al parecer, del favor del público —según Inmaculada Casas-Delgado, su producción asciende a 58 obras¹³— y que por tanto garantizaba el éxito de las tiradas. Los romances de «cautivos y historiales» correspondían a composiciones que narraban aventuras protagonizadas, por lo general, por una pareja de amantes que se enfrentaban a sucesivos obstáculos para mantener su unión. El cautiverio en manos de los turcos o los piratas berberiscos era uno de los lances más comunes: siguiendo las líneas argumentales de famosos romances como «La renegada de Valladolid» —que Laborda también reimprimió—, durante el siglo XVIII proliferaron los pliegos sueltos de cautivos, tal y como leemos en el catálogo: «Don Patricio de Córdoba», «Don Francisco Hermosilla», «De Andriónico», «Don Diego y Arlaja», «El cautivo de la ciudad de Écija» y otros muchos. Con el término «historiales», Laborda se refería a romances de aventuras amorosas de diverso tipo: enredo familiar («Don Christóval de la Cruz», «Don Carlos y Lucinda»), defensa valerosa del honor femenino («Don Pedro Guzmán», «El jardín engañoso»), padecimientos de la esposa calumniada («Don Claudio y doña Margarita», «Don Carlos y doña Laura»), traición entre los amantes («Fénix de Alba»). Los romances «burlescos» venían imprimiéndose desde que Laborda iniciara su andadura en solitario, y de hecho el primer pliego suelto que se le atribuye entonces es la obrilla de Diego Torres Villarroel *Xácara alegre, xácara nueva, xácara compra, xácara venda, xácara linda, xácara fresca, xácara toma, xácara suelta*. Los pliegos burlescos del catálogo abarcan los tradicionales diálogos («Del agua y el vino», «El piojo y la pulga», «Conclusiones burlescas»), los testamentos (del asno, de la zorra, del gallo, de Judas, de Luzbel), o las disputas entre hombres y mujeres («Matraca de hombre y muger», «Matraca de estudiante y dama», «La muger que engañó a siete galanes»). Por último, los romances de «guapos» aglutinan relatos de contrabandistas, jaques y bandoleros, cuya valentía les empujaba a enfrentarse a las autoridades y les conducía, casi invariablemente, al patíbulo. Algunos de estos títulos, de hecho, constituyeron en origen relaciones de reos ajusticiados, elaboradas a partir de la sentencia judicial y extractos de la causa, y vendidas durante la ejecución del criminal (Gomis, 2016). Junto con los romances de jaques y bandoleros, de larga tradición literaria, Laborda apostó asimismo por una modalidad novedosa y de gran éxito en el siglo XVIII como fueron los relatos protagonizados por «guapas». Personajes como «Isabel Gallardo», «Teresa de Llanos» o «Sebastiana del Castillo» recorrían los caminos en traje de hombre integrando cuadrillas de bandoleros, enfrentándose a la justicia y dejando tras de sí un rastro de muerte.

La sección de «pinturas, coplas y seguidillas» recogía apenas 35 títulos de pliegos con letras de canciones. Mayor era el número de «relaciones» (87), término con el que el catálogo se refería a las relaciones de comedias. Como es bien conocido, estas estaban constituidas por fragmentos de obras dramáticas desgajados del texto original, siendo predominantes los monólogos iniciales de los protagonistas. El impresor Francisco de Leefdael y, tras su muerte, su viuda, activos en Sevilla en la primera mitad del siglo XVIII, fueron los principales productores de relaciones de comedias, muchos de cuyos títulos reimprimió Laborda. Los especialistas han discutido si el éxito de estos pliegos se debió a las sucesivas prohibiciones de representaciones teatrales que tuvieron lugar en la primera mitad del siglo XVIII; tanto si lo fue como si no, lo que es evidente es que las relaciones de comedias disfrutaron de un amplia demanda, y por este motivo Laborda no dudó

¹³ Véase Casas-Delgado (2018: 440).

en incluirlas en sus surtidos. Junto con Leefdael, Diego López de Haro y José Padrino, también de Sevilla, Agustín formó parte del núcleo de producción de relaciones de comedias más importante de la España del XVIII, al que se unirían al final de la centuria otros impresores como Félix de Casas y Martínez, Luis de Ramos y Coria o Rafael García Rodríguez.

Las «historias» eran relatos breves (de 24 a 64 páginas), en prosa, cuyos argumentos se remontan a tiempos medievales y que venían publicándose desde finales del siglo XV: son lo que la crítica ha llamado «historias caballerescas breves» (Infantes, 1991; Baranda, 1991). Laborda anunció en su catálogo II de estos títulos. A pesar de lo exiguo de la sección, merece la pena detenernos en el subgénero de las historias, pues nos permite ilustrar de nuevo la habilidad de Agustín para sortear los obstáculos que entorpecían su estrategia editorial. En 1766 el Consejo de Castilla prohibió la impresión de 16 historias, entre las que se incluían todas las anunciadas en el catálogo de Laborda (Lopez, 1993). Aprovechando la coyuntura, el impresor Manuel Martín imprimió entre 1767 y 1768 una nueva *Colección de varias historias, así sagradas como profanas, de los más célebres héroes del mundo, y sucesos memorables del orbe*, compuesta por 40 títulos (García Collado, 2017). Agustín Laborda, habiendo visto mermado su fondo editorial con la prohibición, decidió actuar con celeridad para conservar al público afín a las tradicionales historias, y apenas cuatro años después de que viera la luz la primera edición de la colección de Martín, la publicó íntegra, entre 1771 y 1772. De este modo no sólo evitó que su fondo editorial acabase cercenado, sino que incluso lo engrosó con 40 nuevos títulos listos para salir a la venta. A juzgar por la rapidez con la que se imprimieron todos los textos, la publicación debió contar con una gran acogida entre el público, similar a la que recibieron las sucesivas ediciones de Martín en la Corte. El hecho de que varios años más tarde la viuda de Laborda emprendiera la reimpresión de la colección de historias contribuye a constatar la existencia de esa amplia demanda.

Los entremeses eran piezas teatrales breves que, junto con las relaciones de comedias, pasillos y sainetes, conformaron el conjunto de pliegos teatrales en el siglo XVIII. El catálogo de Laborda recoge 44 títulos, publicados en octavo: algunos procedentes del siglo anterior, como «El del Gori-Gori» y «El de la Olalla» (Quiñones de Benavente); «El Francés» y «El de candil y garabato» (Cáncer); «El Alcalde Mayrena» y «El de los buñuelos» (León Marchante). Otros son de autores que conocieron el XVIII, como Antonio de Zamora («El de las conclusiones»), Francisco de Castro («El pésame de Medrano», «El vejete enamorado», «El de la Casa de Posadas»), o plenamente contemporáneos de Laborda, como Torres Villarroel («El médico sordo») y Julián de Castro («Los indios de hilo negro»). En el colofón de muchos de ellos Laborda incluyó listas con los títulos de entremeses que tenía a la venta en su oficina: «Hallarse este entremés, y todos los siguientes, en casa de Agustín Laborda, vive en la Bolsería».

La sección de «Estampas de pliego y de medio pliego» incluía 122 títulos de estampas, enumerados de modo atropellado, separados por comas y sin contar cada uno con su propio renglón, como en el resto de secciones. Las estampas religiosas fueron impresos que gozaron de una intensa difusión en la España del siglo XVIII: gracias a este catálogo sabemos que Laborda las publicó en gran número, pues son escasos los ejemplares que han llegado a nuestros días.

Las secciones restantes, dedicadas a «papeles de a pliego» y a «libros en diferentes folios, para vender en papel», correspondían, respectivamente, a impresos variados como tablas de cuenta, aucas, aleluyas y oraciones, y a II libritos de contenido práctico y religioso. No obstante, al final del catálogo se advertía de que la imprenta contaba con «mucho más

surtimiento» no incluido en el mismo, como «gozos de diferentes santos, colectas que sirven para hermandades y cofradías, &, y muchos coloquios en valenciano».

Así pues, tal y como muestra esta *Memoria de Romances, Relaciones, Historias, Entremeses, Estampas, Libros, y otras menudencias*, Agustín Laborda trató de abarcar la casi totalidad del género de cordel, acaparando sucesivamente los diversos conjuntos textuales: romances de todo tipo (religiosos, de aventuras, de jaques, burlescos), coloquios satíricos dirigidos al ámbito geográfico más próximo, relaciones de comedias que recuperaban autores y argumentos de la escena barroca, entremeses que explotaban asimismo el gusto generalizado por las tablas, historias, primero las tradicionales y luego las de la serie de Manuel Martín, y el nutrido y variopinto conjunto de las estampas, gozos y aleyas.

EL CATÁLOGO DE CLUER DICEY Y RICHARD MARSHALL

Uno de los aciertos de Cluer en su gestión de la compañía fue la publicación de al menos dos catálogos detallando los surtidos salidos de sus prensas. Es posible que la familia Dicey publicara algún otro catálogo a lo largo del siglo, pero si fue así no se conocen ejemplares del mismo. No obstante, los dos catálogos que han llegado a nuestros días bastan para mostrar la potencia editorial que los Dicey ejercieron en Londres. El primero de ellos fue publicado por William y Cluer en 1754, tan solo dos años antes de la muerte del primero, mientras que el catálogo de 1764, en el que centraremos nuestro análisis, fue publicado por Cluer Dicey y Richard Marshall, como anticipo de una sociedad y amistad que se prolongaría en el tiempo.

Este catálogo fue probablemente uno de los más extensos publicados en Europa en la época: con 104 páginas de extensión, anunciaba alrededor de 2000 grabados e imágenes ordenados por tamaño y tipo de papel, libros para copiar y aprender a dibujar, libros para niños, 60 mapas, 300 *ballads* y más de 300 *chapbooks*.¹⁴ Estos números, sin duda llamativos, no abarcaban, sin embargo, la totalidad de los impresos salidos de las prensas de Cluer, ya que el propio catálogo indicaba la existencia de más surtidos, como los cerca de 3000 *slip-songs* disponibles para la venta.¹⁵

Es necesario destacar que, como en el caso del catálogo de Laborda, este iba dirigido a los libreros e impresores interesados en abastecer sus establecimientos, y no al consumidor particular. De esta manera, los impresores y libreros tenían la oportunidad de adquirir a bajo coste lotes de aquellas obras que deseasen. Asimismo, hay evidencias de que *hawkers* y *pedlars* compraban al por mayor en las oficinas de los Dicey, así que posiblemente estos buhoneros también fueran usuarios del catálogo.

A través del catálogo podemos aproximarnos a la taxonomía manejada por Cluer Dicey y Richard Marshall para organizar sus surtidos. Las obras del catálogo están enumeradas en las siguientes secciones: *Maps & Prints, Copper Royals, County Maps, Foolschap Sheets, Pott Sheets, Perspective views, Wood Royals, Histories, Old Ballads, Patters, Collections, Christmas Carols, Small Histories* y *Small Books for Children*, cerrando el catálogo un listado con los precios al por mayor de cada tipo de obra.¹⁶

¹⁴ *A catalogue of maps, prints, copy-books, drawing-books, histories, old ballads, patters, collections, &c. Printed and sold by Cluer Dicey and Richard Marshall, at the Printing Office, in Aldermay Church-Yard, London.* El catálogo puede consultarse online en la siguiente dirección: <https://goo.gl/cYQBAC>

¹⁵ A mediados del siglo XVIII se produjo en Londres el auge de los llamados «*public pleasure gardens*», en los que se llevaban a cabo numerosos conciertos, lo que provocó una constante demanda de las canciones allí interpretadas, que eran impresas y llamadas *slip-songs*.

¹⁶ Resulta difícil traducir al castellano algunas de las categorías utilizadas para organizar el catálogo, como «*copper royals*», «*foolschap sheets*», «*pott sheets*», o «*wood royals*». Los términos «*royals*», «*foolschap*» y «*pott*» hacen referencia al tamaño del papel (de mayor a menor), mientras que «*copperplate*» y «*wooden*» describen el tipo de grabado (en cobre o en madera).

Llama la atención la ausencia del término «*chapbook*» en la tipificación de las obras del catálogo. Esto se debe, sencillamente, a que este no fue utilizado hasta el siglo XIX: durante el siglo XVIII, lo que hoy conocemos como *chapbooks* eran comúnmente conocidos como «*histories*» o «*patters*», términos que sí están presentes en la categorización de los Dicey. Las *histories* contenían gran variedad de temáticas populares, no limitadas, a pesar de su nombre, a contenidos históricos. Encontramos biografías de reyes y otras figuras históricas, pero también cuentos clásicos, leyendas, cuentos fantásticos y de lo sobrenatural, versiones resumidas de literatura contemporánea, como *Los Viajes de Gulliver* y *Moll Flanders*, chascos, adivinaciones, interpretaciones de sueños, títulos religiosos y descripciones geográficas. Las *histories* publicadas por los Dicey estaban escritas en prosa y tenían una extensión de 24 páginas, lo que en parte las aproxima a las historias del género de cordel. La primera plana incluía siempre el título, una imagen, normalmente de gran tamaño, y el colofón con los datos de la imprenta. Normalmente estaban bien ilustradas con pequeños grabados en madera, y las imágenes no se reducían a la primera plana del impreso (como en el caso de la práctica totalidad de los pliegos sueltos), sino que se distribuían con frecuencia a lo largo del texto. En algunos casos las ilustraciones parecen haber sido diseñadas ex profeso para una obra determinada, como es el caso de «*Puss in Boots*», mientras que otras muchas imágenes eran más genéricas y podían ser utilizadas en decenas de títulos diferentes. Un mismo relato podía ser publicado como una *history* y como una *ballad*, como era el caso de «*The Valiant London Apprentice*», «*Fair Rosamond*», o «*Chevy Chase*». La mayoría de los títulos de las *histories* no eran originales de los Dicey, sino que ya habían sido impresas como *chapbooks* años antes de ser reproducidas en las oficinas de Bow y Aldermay Churchyard.

En cuanto a los «*patters*», eran los *chapbooks* más baratos ofertados por los Dicey. El término «*patter*» hacía referencia al lenguaje usado por los *pedlars* al vocear las mercancías que portaban. Eran más breves que las *histories*, con una extensión variable de 8, 12 o 16 páginas. Contaban con muchas menos ilustraciones que aquellas, a menudo limitadas a un único grabado en madera en la primera plana, y muchas simplemente carecían completamente de imágenes. Se imprimían en el papel de peor calidad, y temáticamente contenían en su mayor parte exhortaciones a la vida piadosa o descripciones sensacionalistas y advertencias desesperadas sobre las consecuencias de una mala vida. La diferencia en extensión, número de imágenes y calidad del papel se traducía en un precio sensiblemente más bajo que el de las *histories*, como mencionaremos más adelante. El catálogo contiene 105 títulos de *patters* en tres grandes grupos temáticos: «*godly*» (religiosos), «*tragical*» (trágicos) y «*merry*» (cómicos). Los religiosos son el grupo más grande, con 42 títulos, incluyendo obras populares bien conocidas como «*The Sufferings of the Blessed Jesus*», «*The Good Man's Comfortable Companion*», o «*An Abstract of the Holy Bible*». Aquellas etiquetadas como trágicas narraban, por un lado, truculentos asesinatos contemporáneos y ejecuciones públicas (como «*Massacre of the Protestants in North America*» o «*Bloody Tragedy*»), y por otro, desastres naturales, como «*Late Dreadful Earthquake at Lisbon*»). La mayoría de las *merry patters* ofrecían al público humor poco sofisticado, con títulos como «*Hocus Pocus*» o «*The Jealous Man convinced he is no Cuckold*». Así como las *histories* y las *ballads* han sobrevivido en grandes números, la cantidad de copias de *patters* conservadas a día de hoy es muy inferior y muchos títulos y ediciones parecen haber desaparecido, en cierta medida por los pobres estándares de producción empleados.

El catálogo dedicaba varias secciones a las canciones impresas. Por un lado, las «*broad-side ballads*» contenían normalmente tonadas tradicionales o procedentes de la cuentística, como las exitosas «*Robin Hood*» o «*Fair Rosamond*». Generalmente se imprimían por una sola cara de un pliego, con una o más imágenes de tamaños variados. Dicey y Marshall

ofrecían 286 títulos. En segundo lugar, como ya hemos apuntado, las *slip-songs* no aparecían enumeradas individualmente en el catálogo, pero sí se mencionaba su existencia, cerca de 3000. Se imprimían en formato 4º u 8º y normalmente incluían un pequeño grabado en madera debajo del título. Finalmente, las «*collections*», impresos de 8 páginas, reunían una serie de canciones («*a choice collection of favourite songs*») que se actualizaban permanentemente, tal y como anunciaba el catálogo: «en cada reimpresión las canciones son siempre sustituidas por otras nuevas».¹⁷ Estos impresos se asemejaban a los *patters* tanto en el formato como en los estándares de producción empleados. La sección reunía 35 títulos de *collections*.

Las tres últimas secciones de impresos «textuales» —es decir, con predominio del texto sobre la imagen— eran muy breves: los «*Christmas Carols*» incluían 6 «*broad sheets*» (pliegos impresos por una cara) con poemas navideños, mientras que las «*Small Histories*» y los «*Small Books*» ofrecían 12 y 6 pequeños libros orientados especialmente al público infantil.

El catálogo ofrecía una extensa variedad de imágenes y grabados de diferentes tamaños. Cabe destacar que las listas de estas imágenes impresas ocupaban las primeras 80 páginas del catálogo, estando el resto de secciones mencionadas concentradas en las 20 últimas páginas, lo que subraya la importancia que Dicey y Marshall atribuían a sus mapas y grabados, y la alta demanda existente. Se anunciaban en primer lugar 60 mapas que ofrecían un variopinto panorama de representaciones territoriales, desde las regionales y nacionales hasta las continentales (Europa y Asia), incluyendo un mapa del mundo que, tal y como se deduce de la descripción del catálogo, era el orgullo de la firma editorial: «el mejor y más exquisito mapa realizado en Europa». Además de esta sección cartográfica, se ofrecían 300 «*lotteries*», imágenes diminutas para ser cortadas y coloreadas por niños —en este sentido, se asemejaban a los *penny prints* holandeses y las aleluyas españolas—. Se vendían imágenes de reyes y reinas, animales, flores y similares. El listado de imágenes continúa con 70 «*foolscap sheets*» y 140 «*pott sheets*» variados, con retratos de emperadores y emperatrices romanos, santos, miembros de la familia real británica, aristócratas, obispos, generales y escritores. Los 407 «*copper royals*» y 333 «*wood royals*» podían representar imágenes muy diversas, como escenas de la Biblia, retratos de santos o personajes históricos, sátiras, edificios famosos, escenas rurales o escenas relacionadas con la literatura clásica o la mitología. Por otro lado, el catálogo contenía más de 400 grabados con pasajes bíblicos y paisajes para ser coloreados. Aproximadamente un cuarto de los grabados en madera del catálogo tenían una pretensión de instrucción moral y religiosa. No se conserva prácticamente ninguno de este tipo de impresos hoy en día.

Las últimas dos páginas del catálogo especificaban los precios al por mayor de las distintas tipologías de impresos. El precio al por mayor de las *ballads*, *collections* y *patters* era de 8 chelines la resma,¹⁸ es decir, 10 ejemplares por un penique. Las *slip-songs* se vendían por cuatro chelines la resma —20 canciones por un penique, es decir, la mitad de precio que los impresos anteriores—. Al venderse después por medio penique cada una, el beneficio para el vendedor era considerable. Los *small books* se vendían a 72 peniques el centenar, mientras que el precio al por mayor de las historias era de 30 peniques por cada lote de 104 ejemplares. Si tenemos en cuenta que en la calle las historias solían venderse por uno o dos peniques la unidad, el margen de beneficio para el vendedor era muy alto. Los grabados se vendían en manos de 26 ejemplares, oscilando el precio por unidad entre

¹⁷ *Each Time of Re-printing the above Song-Books, the Songs therein are always changed for New.*

¹⁸ El catálogo especifica que una «ream» equivalía a 960 impresos, y una «quire» a 48, a pesar de que por lo general ambas eran equivalentes, en el contexto inglés, a nuestras resmas y manos (500 y 25 impresos respectivamente).

poco menos de medio penique y algo más de uno. Al igual que el resto de impresos, estos ofrecían apetecibles márgenes de beneficio para los libreros y *pedlars* que los adquiriesen al por mayor.

PLIEGOS SUELTOS Y *CHAPBOOKS*

La comparación entre los catálogos de Laborda y Dicey-Marshall ofrece algunos rasgos que caracterizan los dos corpus impresos populares que ambos explotaron. En primer lugar, el mismo aspecto de los catálogos es muy diferente: mientras que el de Laborda se compone de 8 páginas y trasluce un evidente empeño del tipógrafo por aprovechar al máximo el espacio de la hoja (con los títulos muy apretados entre sí), el de Dicey-Marshall se extiende a lo largo de 104 páginas, con un uso muy generoso del espacio (títulos completos, grandes encabezados de sección, numerosas explicaciones sobre títulos y secciones). En segundo lugar, el hecho de que el 80% del catálogo londinense se dedique a la sección de mapas y grabados establece otra distinción clara entre la producción de Cluer y la de Agustín: estas imágenes impresas constituían para el primero una de sus principales líneas editoriales, según se desprende de su número (más de 1500) y su posición en el catálogo (incluso el título comenzaba por los «maps» y «prints»). Como hemos apuntado, Laborda también incluyó entre sus surtidos las imágenes de cordel (Portús, 2000), pero en mucho menor número y variedad: en su catálogo anunciaba 122 estampas, todas ellas de temática religiosa, mientras que la diversidad temática de los grabados de Dicey era muy amplia.

Si pasamos a analizar los impresos textuales, en términos cuantitativos la producción de Dicey se demuestra ligeramente superior a la de Laborda: ¹⁹ a las 153 *histories*, 105 *patters* o 286 *ballads* de uno se contraponen los 317 romances, 87 relaciones y 44 entremeses de otro. Son cifras comparables, que se sitúan en el entorno de los 500 títulos.

Una de las diferencias más claras entre la literatura popular impresa inglesa y la española es el predominio casi absoluto del verso en esta última, frente a una potente presencia de la prosa en los *chapbooks* británicos. Esta disparidad se muestra con nitidez si analizamos la forma de expresión de las categorías que acabamos de mencionar: mientras que los romances, relaciones y entremeses son todos ellos composiciones en verso, las 258 *histories* y *patters* equilibran con su prosa la métrica de las 286 *ballads*. El romance es, en efecto, el lenguaje de la literatura de cordel, en la cual la prosa queda reducida al subgénero de las historias: a la veintena de historias caballerescas breves procedentes del período medieval se unieron en la segunda mitad del siglo XVIII los 40 títulos de Manuel Martín, pero, aun así, el porcentaje de historias en el conjunto de los pliegos sueltos fue muy reducido hasta el siglo XIX, cuando se incrementaron sensiblemente sus títulos. Esta diferencia entre los *chapbooks* y los pliegos de cordel apunta a los dispares niveles de alfabetización entre las sociedades inglesa y española en el siglo XVIII: mientras que los romances eran impresos de 4 páginas, que podían aumentar a 8 si el título incluía una segunda parte, y cuya métrica y esquemas narrativos facilitaban la lectura (frecuentemente oralizada), los *chapbooks* ofrecían textos más largos (entre las 8 y las 24 páginas por lo general) y cuya prosa exigía una mayor competencia lectora.

En cuanto a la temática, hay varias diferencias que permiten subrayar algunos rasgos característicos de uno y otro corpus: destaca el peso de la religión en los pliegos sueltos frente a una tendencia más secularizada en los *chapbooks* y *ballads*. A los «romances a lo divino» y a las estampas habría que sumar los numerosos romances de otras secciones

¹⁹ Si exceptuamos, claro, las cerca de 3000 *slip-songs* que Dicey afirmaba tener a la venta.

en los que la intervención de Dios, la Virgen o los santos permitía el desenlace de la trama. Frente a la importante presencia del discurso católico en los pliegos sueltos, en los *chapbooks* la religión se disolvía en la diversidad de títulos de las «*histories*» (que incluían tan solo algunos títulos religiosos como «*Christ's First Sermon*» o «*Doubting Believer in Christ*») o aparecía en los *patters* en forma de reflexión moral, contenida en la subsección de «*Goldly Subjects*». Por otro lado, la presencia de dos secciones dedicadas a los pliegos teatrales en el catálogo de Laborda (las relaciones y los entremeses) subraya la importancia de este subgénero en la literatura de cordel, que al parecer no tuvo equivalente en el resto de Europa —así, en el catálogo de Dicey y Marshall no se mencionan títulos derivados del teatro—. Finalmente, el peso que tienen las canciones impresas en los talleres londinenses (*ballads*, *collections*, *slip-songs*) era muy superior al de las «pinturas, coplas y seguidillas» publicadas por Laborda, si bien esta apreciación podría matizarse atendiendo al carácter musical que se asocia a los romances, cuya lectura pudo más bien ser con frecuencia canto.

Más allá de estas diferencias, los catálogos de Agustín Laborda y Cluer Dicey muestran sendas estrategias editoriales centradas en la absorción del mayor número posible de materiales impresos, con el fin de satisfacer la variedad de la demanda y atender así a un amplio abanico de públicos (en edad, en competencia lectora, o en nivel económico). Esta fue, tal y como hemos insistido en estas páginas, una de las claves principales de su éxito como impresores.

CONCLUSIONES

El estudio comparado de la evolución profesional de Cluer Dicey y Agustín Laborda, del que estas páginas solo son una primera aproximación, puede contribuir a una comprensión más completa del fenómeno de la imprenta popular en el siglo XVIII, integrada en un contexto europeo. Trazar las semblanzas de ambos impresores en paralelo permite conocer cómo se manejaba el negocio de las «menudencias» en contextos sociales y culturales dispares, cuáles eran las estrategias emprendidas para aumentar la producción, lidiar con la competencia, la censura y demás obstáculos, o expandir las redes de distribución de los surtidos. En este sentido, son significativas las semejanzas entre uno y otro que hemos establecido, a pesar de lo diferente de sus contextos y de su posición socioeconómica: Dicey, nacido en una familia emprendedora, con varios boyantes negocios, Laborda, un humilde oficial que se integra en una pequeña casa impresora por vía matrimonial. Sin embargo, ambos hicieron prosperar sus talleres a través de una estrategia basada en la literatura popular impresa, cuyos bajos márgenes de beneficio —dado el insignificante precio de los ejemplares— les obligó a someter sus prensas a un ritmo frenético de producción. Para imprimir masivamente era necesario contar con un amplio y diverso fondo editorial: a partir de los catálogos de Agustín Laborda y Cluer Dicey hemos analizado la constante ampliación de sus surtidos, incorporando nuevos títulos o subgéneros que permitían agrandar la oferta, y por tanto abarcar nuevos públicos. El catálogo se muestra, asimismo, como una fuente útil desde la que abordar el estudio comparado de los corpus populares europeos, atendiendo a criterios como formatos, extensión, taxonomía, temáticas, formas de expresión, cantidad de títulos, o precios. La enorme variedad de materiales impresos y los altos niveles de producción de los mismos exigían una eficaz red de distribución, que Laborda y Dicey mantenían a través de los libreros e impresores de otras localidades, así como mediante una red de mercaderes y buhoneros que hacían circular los impresos a lo largo y ancho de sus respectivos reinos —y más allá del Atlántico, si se confirman nuestras sospechas de que Agustín destinó parte de su producción al mercado americano—.

En nuestra opinión, una perspectiva comparada como la ensayada en este trabajo puede abrir nuevas y fértiles líneas de investigación en el campo de la cultura popular impresa. Los estudios han adoptado tradicionalmente un enfoque limitado a las fronteras nacionales, fragmentando de este modo la comprensión de un fenómeno que fue europeo. La lente transnacional es necesaria para renovar nuestra mirada sobre dicho fenómeno desde distintos ángulos, como la producción, la circulación, el consumo, la materialidad o los contenidos de los impresos.

Las vidas de Agustín Laborda y Cluer Dicey corrieron de forma paralela, y presentan sorprendentes puntos de contacto a lo largo de sus carreras profesionales, que la perspectiva comparada ha permitido delinear. Sin ser conscientes de ello, ambos compartieron un modo de entender su profesión que les llevó a ostentar la condición de magnates de la imprenta popular en la Europa del siglo XVIII.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR PIÑAL, FRANCISCO (1972), *Romancero popular del siglo XVIII*, Madrid, CSIC.
- BARANDA, NIEVES (1991), «Compendio bibliográfico sobre la narrativa caballeresca breve», en María Eugenia Lacarra (ed.), *Evolución narrativa e ideológica de la literatura caballeresca*, Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 183-191.
- BOTREL, JEAN-FRANÇOIS (1973), «Les aveugles, colporteurs d'imprimés en Espagne. I. La confrérie des aveugles de Madrid et la vente des imprimés, du monopole à la liberté du commerce (1581-1836)», *Mélanges de la Casa de Velázquez*, IX, pp. 417-482.
- (2000), «Une bibliothèque bleue espagnole? Les *historias de cordel* (XVIII^e-XX^e siècle)», en Thierry Delcourt y Élisabeth Parinet (eds.), *La Bibliothèque Bleue et les littératures de colportage*, Paris/Troyes, École de chartes/La Maison du Boulanger, pp. 193-209.
- CASAS-DELGADO, INMACULADA (2017), *Ecos de modernidad y paneuropeísmo en la literatura de cordel española (1750-1850). Catalogación y análisis del Fondo Hazañas*, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla.
- (2018), «Marcas del sur. Autores e impresores andaluces en la literatura de cordel», *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, n° 24, pp. 437-465.
- CAUDLE, JAMES J., (ed.) (2006), *The General Correspondence of James Boswell: 1757-1763*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
- ESPEJO, CRISTÓBAL (1925), «Pleito entre ciegos e impresores (1680-1755)», *Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo*, n° 2, pp. 206-236.
- FRANCH, RICARDO y MESTRE, ANTONIO (1984), «La Compañía de Libreros e Impresores de Valencia: Finanzas y cultura en el siglo XVIII», *Revista de Historia Moderna. Anales de la Universidad de Alicante*, n° 4, pp. 23-46.
- GARCÍA COLLADO, MARÍA ÁNGELES (2003), «Para todos: pliegos y obras de surtido», en Víctor Infantes, François Lopez y Jean-François Botrel (dirs.), *Historia de la edición y de la lectura en España, 1472-1914*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp. 408-414.
- (2017), «Lectura y edición popular en la España ilustrada: las colecciones del impresor Manuel Martín», *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, n° 23, pp. 155-172.
- GOMIS, JUAN (2015a), *Menudencias de imprenta. Producción y circulación de la literatura popular (Valencia, siglo XVIII)*, Valencia, Alfons el Magnànim.
- (2015b), «Un emporio del género de cordel. Agustín Laborda y sus *menudencias* de imprenta (1743-1776)», en Antonio Castillo (ed.), *Culturas del escrito en el mundo occidental. Del Renacimiento a la contemporaneidad*, Madrid, Casa de Velázquez, pp. 239-250.
- (2016), «Los rostros del criminal: una aproximación a la literatura de patíbulo en España», *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, n° 22, pp. 9-33.

- HADLEY, William Waite (1920), *The Bi-centenary Record of the Northampton Mercury*, Northampton, Mercury Press.
- HUME Robert D. (2014), «The Value of Money in Eighteenth-Century England: Incomes, Prices, Buying Power –and Some Problems in Cultural Economics», *Huntington Library Quarterly*, nº 77 (4), p. 373-416.
- INFANTES, Víctor (1991), «La narración caballeresca breve», en María Eugenia Lacarra (ed.), *Evolución narrativa e ideológica de la literatura caballeresca*, Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 165-181.
- LOPEZ, François (1993), «Antonio Sanz, imprimeur du roi et l'édition populaire sous l'ancien régime», *Bulletin Hispanique*, vol. 95, nº 1, pp. 349-378.
- MACAULAY, A. (1791), *The history and antiquities of Claybrook, in the county of Leicester; including the hamlets of Bittesby, Ullesthorpe, Wibtoft, and Little Wigston*, London, J. Nichols.
- MOLL, Jaime (1981-82), «Un catálogo de pliegos sueltos de la imprenta de Agustín Laborda y Campo», *Cuadernos de Bibliofilia*, nº 8, pp. 57-66.
- (1994), *De la imprenta al lector. Estudios sobre el libro español de los siglos XVI al XVIII*, Madrid, Arco Libros.
- NEUBURG, Victor (1969), «The Diceys and the Chapbook Trade», *The Library*, vol. s5-xxiv, nº 3, pp. 219-231.
- (1977), *Popular Literature. A History and Guide. From the beginning of printing to the year 1897*, Harmondsworth, Penguin.
- PORTÚS, Javier (2000), «Imágenes de cordel», en Luis Díaz Viana (coord.), *Palabras para el pueblo. Aproximación general a la literatura de cordel*, Madrid, CSIC, vol. 1, pp. 403-428.
- RODRÍGUEZ-MOÑINO, Antonio (1966), *Historia de los catálogos de librería españoles (1661-1840): estudio bibliográfico*, Madrid, Montero.
- RUEDA, Pedro (1999), «La circulación de libros entre el viejo y el nuevo mundo en la Sevilla de finales del siglo XVI y comienzos del siglo XVII», *Cuadernos de Historia Moderna*, nº 22, pp. 79-105.
- (2012), «Libros viajeros: textos en circulación en el mundo atlántico» en Enriqueta Vila Vilar y Jaime J. Lacueva Muñoz (coords.), *Mirando las dos orillas: intercambios mercantiles, sociales y culturales entre Andalucía y América*, Sevilla, Fundación Buenas Letras, pp. 401-423.
- RUEDA, Pedro y AGUSTÍ, Lluís, eds. (2016), *La publicidad del libro en el mundo hispánico (siglos XVII-XX): los catálogos de venta de librerías y editores*, Barcelona, Calambur.
- STOKER, David (2014), «Another look at the Dicey-Marshall publications: 1736-1806», *The Library*, vol. 15, nº 2, pp. 111-157.