



Cuadernos de Ilustración y Romanticismo

Revista Digital del Grupo de Estudios del Siglo XVIII

Universidad de Cádiz / ISSN: 2173-0687

nº 25 (2019)

LOS LECTORES ESPAÑOLES DE SAMUEL RICHARDSON: UN ESTUDIO DE LA SUSCRIPCIÓN A *CLARA HARLOWE* (1794-1796)

María Jesús GARCÍA GARROSA
(Universidad de Valladolid)

Recibido: 27-02-2019 / Revisado: 10-05-2019

Aceptado: 10-05-2019 / Publicado: 20-12-2019

RESUMEN: El artículo analiza los aspectos comercial, sociológico y cultural de la venta por suscripción de *Clara Harlowe*, traducción de la novela *Clarissa* de Samuel Richardson. El análisis de los anuncios en la prensa perfila el tipo de público al que se dirigía esta novela, y valora las técnicas de publicidad y venta para captar compradores. Se aborda después el estudio de la lista de los 770 suscriptores a la obra, para presentar una aproximación sociológica y cultural al público de la novela en el momento de auge del género. Las dos fuentes de datos de este trabajo y su análisis complementario confluyen en una valoración del significado de esta novela, y en general de las novelas extranjeras extensas, en el afianzamiento de una base de lectores del género, en la renovación sociocultural del público lector y en el desarrollo del mercado editorial en España a finales del siglo XVIII.

PALABRAS CLAVE: *Clara Harlowe*, listas de suscriptores, anuncios en prensa, mercado editorial, público lector, novela, siglo XVIII.

THE SPANISH READERS OF SAMUEL RICHARDSON: SUBSCRIPTION TO THE SPANISH TRANSLATION OF *CLARISSA* (1794-1796)

ABSTRACT: The article analyses commercial, sociological and cultural aspects of the sale by subscription of *Clara Harlowe*, the Spanish translation of the novel *Clarissa* by Samuel Richardson. The detailed study of press advertisements reveals the nature of the readership at which this novel was aimed, and assesses the publicity and sales techniques used to attract buyers. The list of 770 readers is subsequently examined as a way to create a sociological and cultural picture of the novel's readership at a high-point in Spain's enthusiasm for the novel. The resulting two sources of information, allied to their analysis, combine to provide a definition of the particular significance of *Clarissa*, and, in general, of translated long novels, enabling one to establish the public for novel readership in the prevailing social and cultural renewal of the genre and determine its sales in Spain at the end of the 18th century.

KEYWORDS: *Clarissa*, subscription lists, press announcements, the book market, readership, the novel, the 18th century.

INTRODUCCIÓN

A juicio de algunos de sus más entusiastas lectores europeos, y de la crítica que la recibió con el mismo fervor, la *Clarissa* de Samuel Richardson era la mejor novela de su autor, y una de las cimas de la narrativa del siglo XVIII, una obra inmortal cuyos valores literarios solo eran superados por los efectos que lograba provocar su lectura, empática, emocional, imposible de abandonar.¹ El eco de estos elogios acompañaba a la novela allá donde era traducida, leída y reseñada de nuevo, lo que ayuda a imaginar la previsible acogida que la aguardaba cuando por fin fue trasladada al español y distribuida en el mercado nacional.

Eso sucedió en 1794, en la década del auge de la publicación de novelas en España, casi cincuenta años después de su aparición en Londres, en 1747-1748. La interacción entre la creciente demanda por parte de los lectores, el aumento de la oferta de los editores y la creación literaria destinada a satisfacerlas explica este desarrollo tan espectacular como tardío de la novela, en un momento en que la masa lectora refleja un cambio de los hábitos culturales de la sociedad española en el umbral del siglo XIX. Mucho tuvo que ver en este fenómeno editorial la venta por suscripción, que favoreció tanto a impresores como a compradores en la comercialización de obras por lo general extensas y por ello caras. La manera en que la suscripción repercutió en el desarrollo de la novela fue puesta de relieve por François Lopez hace dos décadas (Lopez, 1998: 509-510), y más recientemente, al analizar la suscripción de *La Casandra* (1792), he explorado «la incidencia del propio sistema de venta en [la configuración social del público de la novela española finisecular] y en la constitución de una base de lectores de ficciones novelescas en un mercado editorial en auge» (García Garrosa, 2016: 220).

Las listas de suscriptores que solían incluirse en los volúmenes de las obras son una fuente de datos del máximo interés y cada vez más utilizada en estudios que buscan una aproximación al público lector en la España dieciochesca.² Además del extenso y esclarecedor trabajo de Elisabel Larriba sobre el público de la prensa (Larriba, 2013), otros estudios se han servido de ese material para conocer de forma más puntual a los lectores de ciertas obras o géneros.³ Lo que van confirmando esos trabajos con los datos que aportan y analizan, a medida que se diversifican las obras estudiadas, es que cada género, cada tipo de obra, incluso los motivos para una suscripción concreta, conforman un público específico, y que tanto interés tienen los enfoques transversales, para corroborar esa diversidad sociocultural, como los que hacen un seguimiento diacrónico de los receptores de un género, para ver la posible evolución de su público lector.

En esa línea se inscribe este trabajo. En el estudio sobre *La Casandra* concluía que el éxito de la primera gran novela (diez volúmenes) vendida por suscripción en España sin duda tuvo como consecuencia la creación de una base de público lector de novelas, ávido de nuevos títulos y abierto a una oferta variada en un género aún escaso de novedades nacionales y foráneas relevantes (García Garrosa, 2016: 236). El objetivo del presente trabajo es comprobar si esas expectativas de fidelización del público hacia las novelas se confirmaron con la llegada a las librerías españolas de la novela más afamada del siglo, la *Clarissa* richardsoniana titulada en España *Clara Harlowe*, publicada al calor de la lectura

¹ Véase en particular el *Éloge de Richardson* (1762), de Denis Diderot (Diderot, 1951).

² Hay que tener en cuenta, desde luego, que los suscriptores no eran necesariamente lectores (Glendinning, 1983: 36) y que un libro podía ser leído por más personas que su comprador, no solo en el ámbito familiar, sino por el préstamo, costumbre frecuente a juzgar por algunos testimonios conservados (Álvarez Barrientos, 2005: 138-139).

³ Véanse especialmente los trabajos de Buiguès, 2017, 2018 y 2019, y García Garrosa, 2016 y 2018, centrados en este tema, aunque otros estudios aluden a los suscriptores de las obras que tratan. En el ámbito del hispanismo, fue pionero en la utilización de este material Nigel Glendinning (Glendinning, 1983: 36-39 y 228-231), en unas breves páginas que ya indicaban las posibilidades de trabajo con este tipo de datos.

todavía reciente de la monumental *Casandra* de La Calprenède. El interés que se persigue es tanto sociológico (quién compró esta novela, cuál es el perfil sociocultural de sus lectores) como literario: contribuir a explicar el auge editorial de la novela en la última década del siglo y el papel que tuvo la narrativa extranjera en ese proceso. El trabajo se basará en el análisis de dos tipos de fuentes: los anuncios en la prensa relativos a la comercialización de *Clara Harlowe* y la lista de los compradores que figuran en algunos de sus volúmenes, método complementario que puede darnos una idea más exacta de cómo funcionaban los sistemas de publicidad y venta de libros en este momento de expansión del mercado editorial en general y de auge de la novela en particular. En el caso concreto de *Clara Harlowe* es de especial relevancia establecer esta relación entre venta y compra por el despliegue publicitario de que fue objeto esta obra, para ver en qué medida el contenido de los anuncios pudo influir en el tipo de público que la adquirió por suscripción.

LA VENTA. LOS ANUNCIOS EN LA PRENSA

Antes de poder leer a Richardson en español, los lectores interesados ya habían podido tener un primer contacto con la narrativa inglesa dieciochesca. Entre julio y noviembre de 1792 se anunciaron y fueron viendo la luz los cuatro volúmenes de *Memorias para la historia de la virtud*, traducción de *Memoirs of Miss Sidney Bidulph* (1761) de Frances Sheridan hecha por Jacobo de Villaurrutia a través de la versión francesa de Prévost (Urzainqui, 1987: 324-325). En diciembre de 1793 la prensa anunciaba la salida del primer tomo de *Travels into Several Remote Nations of the World*, más conocido como *Gulliver's Travels* (1726) de Jonathan Swift, en la versión española de Ramón Máximo Spartal, *Viajes del Capitán Lemuel Gulliver*, hecha también desde el francés, demorándose la salida del segundo y el tercero hasta 1798 y 1800 respectivamente (Urzainqui, 1987: 325; Deacon, 1998: 133).

Las tres novelas de Samuel Richardson —*Pamela, or Virtue Rewarded* (1740-1741), *Clarissa, or the History of a Young Lady* (1747-1748), y *The History of Sir Charles Grandisson* (1753-1754)— habían iniciado su andadura por Europa con traducciones tempranas (Deacon, 1998: 130), pero tardaron medio siglo en llegar a España. Y no parece casual que lo hicieran las tres al mismo tiempo. A lo largo del mes de junio de 1794 la *Gaceta de Madrid* fue anunciando la puesta a la venta de *Pamela Andrews o la virtud recompensada* (día 10), *Historia del caballero Carlos Grandisson* (día 17) y *Clara Harlowe* (día 24). La estrategia comercial quedaba clara: el lanzamiento de un autor de referencia para dinamizar la venta de unas obras de creciente demanda, las novelas. Las obras ni siquiera estaban traducidas en su totalidad, alguna incluso se topó con la censura y no salió hasta años después en otra versión;⁴ se trataba en ese momento de despertar el interés de los lectores con un extraordinario despliegue publicitario en la prensa, y de captar a un número importante de compradores antes de embarcarse en la costosa labor editorial de imprimir unas obras muy extensas. La suscripción era la clave.⁵

No cabe duda de que la campaña tuvo su efecto, y las expectativas creadas entre los lectores se materializaron en unas ventas que superaban a las de cualquier obra de estas características hasta el momento. De *Pamela* se imprimieron al parecer 2.500 ejemplares,⁶

⁴ La versión anunciada de *Carlos Grandisson* por Fermín de Argumosa no llegó a publicarse, y en 1798 salió la de José Marcos Gutiérrez.

⁵ Sobre la suscripción y su funcionamiento en España en el siglo XVIII, véase una presentación sucinta en López-Vidriero, 1994: 212-223.

⁶ Así lo afirma su traductor, Ignacio García Malo, cuando solicita la ayuda de la Imprenta Real para financiar la reimpresión de la novela en 1799 (Deacon, 1998: 134).

cuando la tirada media para un libro de éxito en estos años era de 1.000 (Lopez, 1981: 147), y al menos ese millar está garantizado, como veremos, para *Clara Harlowe*.

Lamentablemente, no conservamos las listas de los suscriptores a *Pamela* ni a *Carlos Grandisson*; sí la de *Clara Harlowe*, con la que trabajaremos para conocer a los lectores españoles de Samuel Richardson. Su identidad y su perfil sociológico serán objeto de la segunda parte de este trabajo, pero antes el análisis de los anuncios de la prensa nos permitirá un primer acercamiento a ellos, pues la venta por suscripción es una práctica comercial que, de manera indirecta, nos informa sobre el público potencial de una obra.

El 24 de junio de 1794 la *Gaceta de Madrid* anunció la apertura de suscripción «a la novela inglesa intitulada *Historia de Clarisa, o Clara Harlowe*, vertida al castellano por D. José Marcos Gutiérrez, abogado de los Reales Consejos»,⁷ y el 13 de mayo de 1796 avisó a los suscriptores de que podían pasar a recoger los tres últimos volúmenes. Dos años tardó la obra cumbre de Richardson en llegar completa a manos de los compradores, tras no pocos contratiempos y retrasos, durante los cuales la prensa les mantuvo informados del proceso editorial.

Como escritos publicitarios que son, los anuncios combinan la información práctica con unos apuntes de crítica literaria que sirven a los intereses comerciales. En las obras vendidas por suscripción, ambos elementos suelen detallarse por extenso en el «Prospecto de suscripción», pero en *Clara Harlowe* salieron casi al mismo tiempo dos anuncios, el de apertura de suscripción en la *Gaceta*, ya citado, y el «Prospecto de suscripción» propiamente dicho, que ocupó dos páginas y media del *Diario de Madrid* del 5 de julio de 1794.⁸

Por ser el primero, es el anuncio del periódico oficial el que contiene todos los datos sobre la comercialización de la novela: extensión, formato, precio de venta, lugares de suscripción y plazo previsto para la entrega de la obra completa:

Consta de 12 tomos en 8º, de los cuales se harán 6 entregas de a 2 tomos cada una; en el 1º se insertará la lista de suscriptores. Se dará al público con la mayor brevedad, pues ya se está imprimiendo. Los suscriptores anticiparán 8 reales por cada tomo a la rústica; y la suscripción se abre en la librería de Ranz, calle de la Cruz, y en la de Escribano, calle de las Carretas. No se ha creído necesario abrirla por ahora en varios pueblos principales de las provincias, considerando que los ausentes de la Corte que quieran suscribir pueden valerse de algún corresponsal, o de los libreros de las capitales que tienen correspondencia con los de Madrid. (GM, 24/06/1794)

El primer dato relevante es el precio: 8 reales en rústica cada tomo, que se incrementarían en 2 reales una vez encuadernado en pasta. Los posibles compradores deben hacer cuentas, pues los doce tomos supondrán un desembolso total de 96 reales por la obra completa en rústica y unos 120 en pasta. La adquisición no es demasiado cara, para la media de los precios de las novelas en estos años (García Garrosa, 2011: 13-16), y, en relación al número de volúmenes, es algo más barata que *Pamela*, que empezó a salir el 29 de agosto del mismo año 1794, que costó 42 reales en rústica y 54 encuadernada en

⁷ Sobre la traducción de José Marcos Gutiérrez, desde la *Clarisse* francesa de Pierre Le Tourneur, véase Pajares, 2010: 160-237.

⁸ Dada la extensión que podían alcanzar estos escritos publicitarios, a veces solían publicarse en encarte tras el número correspondiente de un periódico, por lo que es difícil que se hayan conservado. De ahí el valor de este largo Prospecto de *Clara Harlowe*, que acapara más de la mitad de las páginas del número del *Diario*. Como el resto de los anuncios relativos a la venta de la obra, fue redactado por el propio traductor, que traslada a la prensa fragmentos de los prólogos de los volúmenes I y XI de la novela impresa.

pasta, en los ocho tomos en cuatro volúmenes que la completaron.⁹ El «Prospecto de suscripción» recalca unos días más tarde lo económico del precio de *Clara Harlowe*: «Toda la historia ha de costarles aún menos de la mitad de lo que ha costado al traductor el original» (*DM*, 5/07/1794).

La obra salió finalmente en once tomos, lo que redujo el coste total previsto, pero aun así hay que preguntarse quién podía asumir semejante gasto; dicho de otro modo: el precio de una novela tan extensa como *Clara Harlowe*, incluso con un desembolso menor y aplazado durante meses gracias a las ventajas de la compra por suscripción, apunta necesariamente a unos sectores de la población capaces de afrontar estos gastos en libros, y dispuestos a abonar por un solo título el equivalente a la compra de diez o doce volúmenes de obras diferentes y autónomas, que no obligaban al gasto total. Pensemos además que en apenas tres años al interesado en las novelas le está llegando a través de la prensa una oferta concentrada de obras extensas de este género —*Gil Blas de Santillana* (1792), *La Casandra* (1792), *Memorias para la historia de la virtud* (1792)—, y que quien se lance a la suscripción de *Clara Harlowe* tiene el reclamo de la oferta tentadora del «todo Richardson», con sus tres obras a la venta al mismo tiempo, cuyo costo sin encuadernar sobrepasaría los 200 reales.¹⁰ En este contexto de vitalidad editorial y pujanza de la venta por suscripción, el aumento de la oferta tiende a aumentar el público, sí, pero a la vez lo selecciona por un elemental criterio económico.

El anuncio de la *Gaceta de Madrid* se refiere también a los lugares donde efectuar la suscripción a *Clara Harlowe*. Solo dos librerías madrileñas se habilitan al efecto, las de Ranz y Escribano, lo que parece apuntar a un monopolio de ciertos libreros en un momento en el que las redes de distribución del mercado del libro están extendiéndose considerablemente (Lopez, 2003). Por ello, resulta también llamativo que la posibilidad de gestionar la suscripción no se abra a librerías de provincias, teniendo que valerse los residentes fuera de la capital «de algún corresponsal, o de los libreros de las capitales que tienen correspondencia con los de Madrid» (*GM*, 24/06/1794), siendo estos simples intermediarios en la comercialización de la novela en cuestión.¹¹ Solo ante «el considerable número de suscriptores que hay en la Corte», la suscripción se abre posteriormente a las casas de Niel en Cádiz y Muñoz Caro en Sevilla, como publica la *Gaceta* al aviso de recoger los dos primeros volúmenes (*GM*, 30/09/1794).

La medida nos da cuenta de la eficacia de la publicidad inicial, y los sucesivos anuncios de la *Gaceta de Madrid* no dejan de recalcar, para compradores dubitativos, que *Clara Harlowe* no ha defraudado las expectativas de quienes ya han iniciado su lectura: «Una prueba de la aceptación que han merecido los dos primeros tomos, y del concepto que ha formado el público de esta obra, es el considerable número de sujetos que han suscrito después de la primera entrega, habiendo sido antes muy crecida» (*GM*, 17/02/1795). De hecho, la suscripción seguía abierta a la entrega de los tomos V y VI (*GM*, 15/05/1795).

⁹ La primera parte (cuatro tomos en dos volúmenes) costaba 20 reales sin encuadernar y 26 en pasta (*GM*, 11/12/1795). Un anuncio de 6 de febrero de 1796 en el *Diario de Madrid* marca 22 reales en rústica y 28 en pasta para los tomos V a VIII, es decir, la segunda parte, también en dos volúmenes.

¹⁰ El *Carlos Grandisson* de Argumosa constaba de ocho tomos que se venderían a 8 reales en rústica y 10 en pasta (*GM*, 17/06/1794). De haberse culminado con éxito este lanzamiento editorial de la trilogía de Richardson en 1794, a un lector interesado en el novelista inglés hacerse con sus obras le hubiera supuesto un desembolso de 202 reales por los veinticuatro volúmenes en rústica o de 254 encuadernados en pasta.

¹¹ La misma situación se da con *Pamela Andrews*, cuya suscripción solo podía efectuarse en las librerías de Barco y Llera, en Madrid (*GM*, 10/06/1794). Como contraste, a *La Casandra* se suscribía en librerías de siete ciudades (García Garrosa, 2016: 223). Y para suscribirse a la versión de Argumosa de *Carlos Grandisson* que nunca se imprimió, el anuncio remitía a libreros de nueve provincias (*GM*, 17/06/1794).

La suscripción es, en sí misma, una forma de publicidad, más efectiva aún si se materializa en la publicación de listas de suscriptores. Al impresor le permite cuantificar el éxito de sus ventas y atraer a más compradores para la impresión y venta en curso de obras extensas, y el caso de *Clara Harlowe* lo confirma. Y para el comprador, aparecer en los listados de obras de éxito es lograr situarse en un escaparate que da visibilidad al poder económico y al prestigio social a través de los intereses culturales (López-Vidriero, 1994: 214; Larriba, 2013: 38).

Conscientes del interés que tenían para los suscriptores, los impresores de los sucesivos volúmenes de *Clara Harlowe* se preocupan de indicar en los anuncios de la prensa en cuál de los tomos irán apareciendo las listas de sus compradores, con algunos cambios sobre el plan inicialmente previsto para no retrasar la salida de un tomo por esperar a que le llegara al impresor el listado de los nuevos abonados.¹²

De las tres novelas de Samuel Richardson, *Clara Harlowe* es la que más promoción recibió en la prensa, sin duda haciéndose eco de la opinión de la crítica y de los lectores europeos que la habían situado en la cima del arte narrativo de su autor. Los méritos de la novela se exponen por extenso en el primer anuncio de la *Gaceta* y en el «Prospecto de suscripción» del *Diario de Madrid*, y se continúan en algunos anuncios posteriores más breves, en un tono encomiástico que corresponde a la finalidad comercial de estos escritos, pero que responde también a la tradición del «Elogio de Richardson» iniciado por Diderot en 1762 y continuado en las letras españolas por el Abate Juan Andrés en *Origen, progresos y estado actual de toda la literatura* (1787), cuyo modelo siguen, de hecho, los escritos periodísticos que estamos comentando (García Garrosa, 2014: 204-206). Del jesuita se citan algunos pasajes, incluida la rotunda valoración de que «la *Clara Harlowe* es la mejor novela que se ha compuesto en todos tiempos e idiomas» (*DM*, 5/07/1794), y suyos son los argumentos que retoma el traductor en otro anuncio para apuntalar esta afirmación:

El traductor ha hecho ver que algunos sabios bien conocidos en la república de las letras tienen la *Historia de Clara Harlowe* por la mejor novela que se ha compuesto en todos tiempos y lenguas, y juzga que es fácil sostener no cede al *D. Quijote* en la invención, en la moral, en la verosimilitud, en la agudeza, ni en ninguna de las prendas que constituyen una novela perfecta, y la hacen propia para inspirar amor a la virtud y horror al vicio, para instruirnos en nuestros deberes, y para arrebatar el ánimo de los lectores. (*GM*, 17/02/1795)

Para el propósito de este trabajo, nos interesa detenernos en dos elementos de esa larga exposición de los valores que el comprador podrá apreciar en la obra que se pone a la venta:

Su lectura *hechiza y arrebatada* [...]. El bello sexo, que tanta complacencia siente en la lectura de las buenas novelas, hallará tales encantos y atractivos en la hermosa *Clara* que después le parecerán insípidas las que ahora con repugnancia suelta de las manos. Al contrario que casi todas las demás novelas, está lejos de corromper las costumbres, excita el amor a la virtud, hace detestar el vicio e inspira los más nobles y honrados sentimientos. (*GM*, 24/06/1794)

¹² «La lista de suscriptores se incluye en el primer tomo, y continuará en el 3º» (*GM*, 30/09/1794); los anuncios de 17/02/1795, 15/05/1795 y 5/01/1796 precisan que la lista continuará en los tomos IV, VI, VIII y XI.

La lectura de esta agradable novela es tan digna de los sabios como proporcionada y útil a toda clase de sujetos; porque hay particulares motivos para que *arrebate y hechice al bello sexo*. Se le dan las más importantes instrucciones para conocer [a] los hombres y precaverse de sus ardides; se le muestra el hombre que debe aceptar y preferir para el matrimonio; se hace su apología por varios defectos que sus amantes igualmente que enemigos le imputan; y, en fin, el *bello sexo* queda triunfante y vencedor del nuestro.¹³ (*DM*, 5/07/1794)

En efecto [...], mientras más se lee, más *hechiza y arrebatada* su lectura, sucediendo lo contrario de lo que se experimenta con la mayor parte de las novelas que consisten meramente en aventuras. Además, la *Clara Harlowe*, al paso que merece la lección con reflexión los sabios y aun las personas rígidas, es la obra más propia y útil para el *bello sexo*, como que se ha escrito principalmente para él, y debe con justicia llamarse la obra de las mujeres. (*GM*, 13/05/1796). (Las cursivas son mías)

Primero, la lectura, que «hechiza y arrebatada». Sobre los efectos de la lectura de las novelas richardsonianas, y de *Clarissa* en particular, había hablado con entusiasmo Denis Diderot (Diderot, 1951; Chartier, 2000), y al lector español se le garantizan las mismas experiencias emocionales, consecuencia en gran medida del carácter moral de esta narración epistolar. Pero además, hay que asegurarse la fidelidad en la suscripción de una novela de nada menos que doce tomos (once finalmente), por lo que no está de más recordarle en cada entrega al suscriptor que el placer de la lectura aumentará con la lectura misma: «mientras más se lee, más hechiza y arrebatada su lectura». ¹⁴ Incluso ya culminada la entrega de todos los tomos a sus compradores, cuando el elogio parece innecesario, se les asegura que su inversión ha merecido la pena, pues se augura una lectura reiterada: «La *Clara Harlowe* se leerá muchas veces o infinitas veces muchas de sus cartas, y antes de mucho tiempo se avergonzará cualquier persona curiosa de confesar que no la ha leído» (*DM*, 13/06/1796). Apenas terminada de comercializarse, *Clara Harlowe* se impone como lectura de moda.

Segundo, el público. Sin excluir el interés y la utilidad que puede tener esta obra para «toda clase de sujetos» (mala táctica publicitaria sería hacerlo), los anuncios tratan de captar a un público particular, las mujeres: «es la obra más propia y útil para el bello sexo, como que se ha escrito principalmente para él, y debe con justicia llamarse la obra de las mujeres». *Clara Harlowe* es el ejemplo paradigmático de cómo la novela está conquistando el espacio femenino al finalizar el siglo XVIII en España. Es, por un lado, un eslabón importante en el aumento de la oferta que responde a una creciente dedicación femenina a la lectura, y por otro una muestra de la apuesta de impresores y libreros por ir delimitando un sector de compradores al que dirigir ciertos productos de su especial interés, novelas, obras educativas o de instrucción, literatura pedagógica (Urzainqui, 2006).

Durante los dos años que duró la comercialización de la novela completa, en paralelo a los anuncios de la *Gaceta* y el *Diario de Madrid*, otras publicaciones fueron extendiendo

¹³ La condición de libros de conducta femenina entreverados de intriga ficcional de las novelas de Samuel Richardson ha sido puesta de relieve por muchos críticos de su obra. Véase, entre otros, Armstrong, 1991: 136-163. Sobre el caso concreto de *Clarissa*, y los manuales de conducta citados en la propia novela por Richardson, véase Goldberg, 2009: 24-65.

¹⁴ La táctica de ofrecer una lectura que engancha y no se puede abandonar, cuyo placer aumenta con cada uno de los tomos, es habitual en la publicidad de novelas muy extensas, como muestra *La Casandra* (García Garrosa, 2016: 222-223). Conviene recordar que para obras de muchos volúmenes no había una única suscripción inicial para la obra completa, sino que al recoger dos tomos se abonaban los dos tomos siguientes. La suscripción podía interrumpirse en cualquier momento, y el impresor veía comprometida su inversión.

la fama de Samuel Richardson en España, alabando en particular las bondades de la inmortal *Clarissa*.¹⁵ Ninguna novela había sido objeto hasta entonces de una publicidad semejante; se trata ahora de ver si esos esfuerzos de los interesados en su venta (el traductor, los impresores y los libreros) dieron resultado con unas compras a la altura de las expectativas editoriales, y a qué tipo de público atrajo esta novela seguramente tan esperada por los lectores españoles, que ya unos pocos conocían en el inglés original o a través del francés.¹⁶

LA LISTA DE SUSCRIPTORES. CUESTIONES METODOLÓGICAS

Clara Harlowe se publicó en once volúmenes que salieron de las prensas de cinco impresores madrileños: Benito Cano, Fermín Villalpando, Viuda de García, Antonio Cruzado y Viuda e Hijo de Marín (Richardson, 1794-1796).¹⁷ Las listas con los nombres de suscriptores se publicaron en los tomos I, IV, VI y XI, aunque los anuncios, como vimos, hablaban también de incluirlas en los tomos III y VIII. Los cambios de impresor seguramente tuvieron mucho que ver, como en otras circunstancias de la propia confección de estas listas que veremos enseguida.

Los cuatro listados suman un total de 770 entradas, una cifra indicativa del éxito de venta de *Clara Harlowe*. Pocas obras en estos años alcanzaban ese número de suscriptores, y en el terreno de la novela solo se le acercó dos años antes *La Casandra*, que documentó 768 suscriptores, o fue superada por la nueva edición del *Quijote* corregida y anotada por Juan Antonio Pellicer y publicada por Gabriel de Sancha en 1797-1799, que roza el millar de compradores. Otros de los grandes títulos de la narrativa de la última década del siglo quedan lejos de estas cotas de ventas en España: *Carolina de Lichtfield* (1796), tuvo 319 suscriptores, *Amelia Booth* (1795-1796) 292, *Colección de novelas escogidas o anécdotas sacadas de los mejores autores de todas naciones* (1795) 275, *Experimentos de sensibilidad* (1796-1798) 239, *El subterráneo o La Matilde* (1795) 175, y *Genealogía de Gil Blas de Santillana* (1792) 166.

Con todo, hemos de suponer que la lista de 770 entradas no recoge ni los nombres ni la identidad de todos los que compraron esta novela por suscripción. Muchas veces las listas se publicaban incompletas por no retrasar la salida de un tomo, sobre todo cuando había que incorporar a los suscriptores de provincias; en el caso de *Clara Harlowe*, una nota al final del listado del tomo IV señala que «No se han incorporado los suscriptores de Cádiz y Sevilla». Por otro lado, en la lista figuran libreros de provincias que compran varios juegos de la novela para suscriptores cuya identidad desconocemos. Hay que contar también con los olvidos a la hora de anotar a los compradores, y con la posibilidad de que algunos de ellos no quisieran aparecer en esos listados públicos. Todo ello nos lleva a

¹⁵ *Memorial literario, Semanario de Salamanca, Mi gorro de dormir*, todos en 1795 (García Garrosa, 2014: 207-210). Los escritos en elogio de esta obra y de la novelística de Richardson ocuparían aún muchas páginas después de concluida la venta por suscripción de *Clara Harlowe*. Sobre otros aspectos de la recepción de Richardson en España véase Pajares, 1994.

¹⁶ Sabemos que la obra circuló en España en versión francesa, la de Le Tourneur o la de Prévost, antes de ser trasladada por José Marcos Gutiérrez. Así lo confirma el propio traductor: «A España vinieron muchos ejemplares de la traducción francesa que yo he seguido, y todos se despacharon antes de publicar yo los dos primeros tomos o poco tiempo después, como se hubieran despachado también muchos más que hubiese habido» (Gutiérrez, 1796: s. p.). Y, en efecto, puede rastrearse su presencia en algunas bibliotecas privadas, tanto en inglés como en las traducciones al francés (Arias de Saavedra, 2017).

¹⁷ La colaboración de varios impresores en la publicación de obras extensas y de tirada elevada era frecuente en estos años, para no monopolizar las prensas ni comprometerlas en espera de la llegada de los sucesivos tomos. En este caso, además, puesto que la iniciativa de la traducción de la obra y el lanzamiento de la suscripción partió de José Marcos Gutiérrez (Gutiérrez, 1796: s. p.), él iría acudiendo a los distintos talleres para gestionar su impresión a lo largo de dos años, a medida que iba realizando la traducción y obteniendo las licencias de impresión de cada tomo.

asumir que trabajamos con un documento que nos aproxima a una cifra de suscriptores que en realidad era mayor.

No hay ningún caso de suscripción institucional, a nombre de bibliotecas de seminarios, academias, centros de enseñanza, etc., seguramente por tratarse de una obra de entretenimiento, no de estudio o formación. Los listados contienen los nombres de 770 suscriptores particulares sin ningún criterio de ordenación, ni alfabético de nombres o apellidos, ni geográfico, agrupando a los compradores por la ciudad en la que realizaron la suscripción, como suele hacerse en muchas listas. No es posible, por ello, realizar un estudio preciso del grado de difusión de esta novela en el mercado nacional ni de la distribución geográfica de sus compradores, más allá de las deducciones que pueden extraerse de los datos que proporcionan algunos de ellos al inscribirse en la lista,¹⁸ de las localidades desde las que los libreros de fuera de la Corte tramitan sus encargos, o de las indagaciones realizadas en el curso de la investigación.

Los 770 suscriptores encargaron 963 ejemplares de *Clara Harlowe*. Buena parte de esas copias suplementarias figuran a nombre de libreros, y estaban destinadas a sus clientes. Pero a título particular, una veintena de personas se suscribió por más de un ejemplar, la mayoría por dos, aunque no falta quien encarga tres, cuatro o hasta doce. En algunos casos puede tratarse de comerciantes de otros ramos que incrementaban su actividad con los libros, como sucedía con los periódicos (Larriba, 2013: 155), o que compraban para una distribución en América. Parece claro que algunas compras repetidas serían para regalar a un familiar o un amigo, o hechas por encargo suyo (quizá el caso del farmacéutico gallego Julián Suárez Freire, un habitual en los listados de novelas de estos años, que compró dos ejemplares de *Clara Harlowe*); y ante las dos copias que adquiere Tomás Mercier, tesorero de la infanta María Josefa, podemos pensar que un ejemplar era para la hermana del rey y otro para él mismo. Más difícil resulta imaginar el destino de los tres ejemplares a los que se suscribe fray Francisco Martínez.

Las dificultades de trabajar con una lista tan extensa son grandes, y se acentúan por el descuido con el que se confeccionó. Los numerosos errores de transcripción en los nombres o las entradas repetidas son circunstancias que complican la tarea de identificar, cuantificar y clasificar sociológicamente a los compradores, y ante las que hay que adoptar criterios metodológicos.¹⁹ En cuanto a los nombres, el cotejo con los listados de suscripciones a otras obras u otras fuentes de datos coetáneas puede ayudar a clarificar la identidad de un comprador, aunque su apellido aparezca transcrito de varias maneras aproximadas en esos diferentes documentos, u omitiendo alguno de sus apellidos.²⁰ En este sentido, solo se considerará una identificación cuando parece inequívoca, al igual que en los frecuentes casos de homonimia con apellidos muy comunes.²¹ Caso particular es el de los compradores que figuran en la lista semiocultos en su cargo, como el «Sr. Cura de Bustillos del Páramo» innominado que encontramos en el tomo I, o en el nombre del

¹⁸ Inscripciones como «D. Antonio José de Vélez, vecino de Cádiz», «D. José Juan y Poveda, médico de Cartagena», «D. Juan Amat y Amat, escribano de la villa de Elda» o «D. Benito Chávez, beneficiado en Villar de las Aguas», todas en el tomo I, permiten ubicar a algunos compradores, pero son muy pocos los casos que proporcionan esta información.

¹⁹ Sigo en lo esencial los criterios metodológicos utilizados en el estudio sobre *La Casandra* (García Garrosa, 2016), tanto en el tratamiento de la lista de suscriptores como en el método de trabajo y en la presentación de los resultados. Ello permitirá incidir en uno de los objetivos de estas páginas: ver si hubo una evolución del público de la novela en el momento de auge del género al finalizar el siglo XVIII.

²⁰ Dos ejemplos: el Blas Antonio Alcolado de nuestra lista aparece transcrito como Arcolado o Alcobado en otros documentos, y Santiago Biviana como Bibián, Bevián o Vevían.

²¹ Imposible, por ejemplo, identificar sin más datos a Antonio García, Francisco Martínez, José Herrero, Pedro Muñoz, José Martínez o Juan López.

esposo, como la «Sra. Viuda del Sr. D. Pedro de la Monena [sic]» en el VI, u ocultos tras siglas.²²

Más compleja es la cuestión de los nombres repetidos, que puede deberse a varias circunstancias. Un error de anotación parece evidente en el caso de cuatro nombres que aparecen seguidos al final del tomo I y se repiten en el mismo orden en el tomo IV, y seguramente no es el único desliz de quienes confeccionaron las listas en las librerías que gestionaban la suscripción. Otros nombres repetidos pueden ser de compradores que, tras una suscripción inicial, realizaran otra u otras, durante los dos años que duró la impresión de la obra completa. En el caso de los libreros, sus nombres son recurrentes en el listado, porque irían cursando las compras de nuevos ejemplares a medida que ellos mismos iban recibiendo los encargos de nuevos compradores. Dada esta variedad de posibles causas no parece aconsejable eliminar ninguno de los nombres repetidos de la lista, por lo que a efectos del análisis de los suscriptores que se hará a continuación, trabajaré con el listado completo de los 770 nombres anotados.

De cara a un estudio sociológico y cultural de los lectores de una obra, el problema mayor es el grado de indefinición de la lista de suscriptores, es decir, los datos que los propios compradores aportan sobre su condición social o su actividad. En el listado de *Clara Harlowe* 246 personas se identifican por su sexo, su pertenencia al clero o la nobleza, o la actividad que desempeñan.²³ Representan el 31,94 % de los inscritos, un porcentaje que puede aumentar rastreando los nombres del resto de los suscriptores en otras fuentes de datos contemporáneas: los periódicos, los listados de suscripción a otras obras, los de empleados públicos, actividades profesionales, miembros del clero, instituciones culturales, y otros de este tipo.²⁴ Esta investigación complementaria ha permitido elevar la cantidad de identificaciones hasta las 463 personas, que representan el 60,12 % de los inscritos, un porcentaje que confiere mayor representatividad al estudio sobre la configuración social del público de *Clara Harlowe*.

El análisis sociológico de las 770 personas que figuran en el listado se hace en cuatro categorías: mujeres, nobleza, clero y clases medias; es una clasificación que, con ser amplia, ofrece sin embargo ciertos problemas si se quiere reflejar en cifras y porcentajes, pues en la lista, como en la sociedad, se entrecruzan el sexo con la posición estamental o el posible ejercicio de una actividad profesional. Como norma general, se atenderá a la división estamental, y no se contabilizará dos veces, por ejemplo, a nobles o eclesiásticos que desempeñan funciones en el ejército, la administración o la enseñanza; las mujeres, en cambio, reaparecerán en las cifras totales de cada uno de los grupos sociales. Con esos matices deben entenderse las estadísticas que ofrece este trabajo.

LOS LECTORES DE *CLARA HARLOWE*. PERFIL SOCIOLÓGICO

Las mujeres

Hemos visto que la publicidad de *Clara Harlowe* se orientaba particularmente a un público femenino, asegurando que era «la obra de las mujeres» y que su lectura sería de

²² Hay dos casos en nuestra lista, uno de una mujer, Doña J. J. D. C. Y. V. (tomo XI), y otro seguramente también, L. S. D. R. M. D. C. Y. V. (tomo VI), La Señora Doña..., y como tal se incluye en las estadísticas. El hecho de que estas últimas siglas aparezcan repetidas en las listas de suscriptores a otras dos novelas refuerza ese convencimiento.

²³ Las cifras son muy similares a las de la lista de suscriptores de la novela *La Casandra*: el índice de identificación de los inscritos es el 31,64 %, que asciende hasta el 54,03 % tras la investigación en otras fuentes de información (García Garrosa, 2016: 226).

²⁴ *Kalendarario manual o Guía de forasteros en Madrid, Guía o Estado general de la Real Hacienda de España, Guía del Estado Eclesiástico seglar o regular en España*, entre otros.

especial utilidad e interés para ellas. Seguramente estas consignas tuvieron efecto porque era lo que ese público estaba esperando, coincidiendo con un aumento de la capacidad de lectura de las mujeres y una afición creciente por la misma (Bolufer, 1998: 300-309; Urzainqui, 2006; Bolufer, 2007). Tras el éxito de obras pedagógicas con lugar para los relatos como las obras de Mme de Genlis o Mme Le Prince de Beaumont, y antes de que empezaran a proliferar las publicaciones periódicas, «Bibliotecas» y demás colecciones dirigidas a las damas, la narrativa extensa de corte sentimental y moral que representaba *Clara Harlowe* sería una oferta atractiva aumentada por el aliciente de la lectura intimista y emocional que requería. La novela de Richardson, además, venía precedida de una fama que la había convertido en lectura de moda, llamada a ser sin duda también en España objeto de lectura en común, comentarios y lágrimas compartidas en tertulias y correspondencia, como se había hecho en Francia cuatro décadas atrás (Diderot, 1951: 1066), y como se va extendiendo cada vez más al finalizar el siglo: la lectura como forma de sociabilidad (Chartier, 1989: 150-151; Álvarez Barrientos, 2005: 137).

Aunque debemos suponer que un buen número de los ejemplares comprados por hombres serían para las mujeres de su círculo familiar, en la lista de suscriptores a *Clara Harlowe* figuran 106 mujeres, todas con sus nombres y apellidos, salvo las dos que se inscriben con siglas y la que lo hace como viuda con el nombre de su marido. Representan el 13,76 % de los 770 suscriptores, una cifra muy elevada que confirma el éxito de la publicidad en el lanzamiento comercial de esta obra y el afianzamiento progresivo de la novela como género de lectura preferida del «bello sexo». ²⁵ *La Casandra*, dos años antes, había alcanzado un 6,25 % del total de suscriptores, y mientras se leía a Richardson, las mujeres siguieron suscribiéndose cada vez en mayor número a otras novelas llegadas de Europa: son el 21,7 % de los suscritos a *El Subterráneo o La Matilde* (1795), el 18 % en *Amelia Booth* (1796) y el 16,3 % en *Carolina de Lichtfeld* (1796) (García Garrosa, 2016: 227).

Hay 19 mujeres que pertenecen a la nobleza titulada: las duquesas de Alba y de Aliaga, las marquesas del Arco, de Ovieco, de Castelar, de Fuerte-Híjar y de Ariza, las condesas de Benavente, de Teba y de Ayanz, entre otras representantes de las grandes familias de la aristocracia española, figuran en esta lista. Podemos rastrear distintos grados de hidalguía en otros casos, como los de Cecilia López de Lerena, hidalga aragonesa casada con Manuel Casildo González de Gregorio, regidor perpetuo de Soria; María del Rosario Tafur y Santiesteban, hidalga ella misma y casada con el hidalgo de Lucena Blas Cerrato Tamariz, o Josefa Marentes Bevián, hija de Ana de Bevián, azafata de la reina María Luisa, que se casó en 1798 con Juan Francisco de Ravenet, pintor que participó en la expedición de Malaspina. ²⁶ Mención especial merece Elena Jaraquemada, hija de José Antonio de Jaraquemada Gutiérrez de la Barreda, caballero de la Orden de Santiago, teniente coronel de los Reales Ejércitos, con mayorazgos en Frenegal de la Sierra, nacida en 1770, pues seguramente no pudo concluir la lectura de *Clara Harlowe*, ya que murió el 22 de junio de 1796, un mes después de que salieran los tres últimos tomos.

Algunas de las mujeres inscritas eran hijas o estaban casadas con hombres que ocuparon importantes puestos en la administración del estado o el ejército, y por ellos podemos saber algo de su posición social: Nicolasa López de la Cuesta era la esposa del general

²⁵ Para tener una referencia de lo que representa esta cifra, compárese con el 2,2 % de mujeres suscritas a la prensa (Larriba, 2013: 156), el 2,5 % a traducciones de obras de los clásicos (García Garrosa, 2018: 62), o el 7,5 % a las *Obras* de Torres Villarroel (Buiguès, 2017: 885). Más elocuente es la ausencia de mujeres en la suscripción a las *Obras sueltas* de Juan de Iriarte (Buiguès, 2018: 314), obras de erudición en las que estarían menos interesadas. Pueden verse otros porcentajes de mujeres suscritas a obras de diversos géneros en Bolufer, 1998: 300-302.

²⁶ Estos datos, y los que siguen, proceden de la prensa, guías o pleitos de hidalguía o trámites administrativos varios.

Gregorio de la Cuesta; Jacinta del Portillo y Aedo era viuda del capitán de navío e ingeniero Julián Sánchez Bort; Apolinaria de la Hoz y Valdés era hija del oidor de Oviedo, y casada con Juan Gabriel Tenreiro, oidor en Cataluña. También por los lazos familiares conocemos a María Isabel de Saint-Maxent y Unzaga, criolla cubana casada con don Luis de Unzaga y Amézaga, Gobernador de Luisiana, ya viuda e instalada en Málaga en la época de esta suscripción; y a María Rezano Imperial, probablemente hermana o hija del dramaturgo Antonio Rezano Imperial.

En contados casos estas mujeres lectoras ejercían una actividad profesional: compraron *Clara Harlowe* la actriz Mariana Mouton y Bermejo, hija de la famosa actriz María Bermejo, «La Bermeja», y la impresora Eulalia Piferrer, suscrita como «Viuda de Piferrer» por un solo ejemplar, probablemente para ella misma o para su librería. En el tomo XI figura una Joaquina Valle que pudiera ser una maestra que en la década de los 80 enseñaba a realizar manufacturas textiles en una escuela de la Real Sociedad Económica de Zaragoza. Y, por concluir con los casos más significativos, en la lista a esta novela figura también una monja: «María Jesús Sandoval, Religiosa Justiniana en Cuenca».

Con todo, la mayoría son mujeres de las que no ha sido posible obtener datos, y que sin duda representan a esa masa emergente de mujeres alfabetizadas, residentes en núcleos urbanos, pertenecientes a las clases medias, esposas o hijas de comerciantes, abogados, médicos, empleados de la administración; mujeres que tienen medios para comprar libros, cada vez más aficionadas a la lectura, y más presentes en las listas de suscripción a título personal. Algunas se inscriben con su lugar de residencia como único indicativo: «Alfonsa Echevarría, vecina de Madrid», «María Peraler, vecina de La Almunia en Aragón», «María Lomas, residente en Cuenca», «Vicenta de Cabrera y Ribas, natural de Ronda», «Joaquina Leizaur, vecina de Jadraque», «María Ignacia Solá y Juliá, vecina de Olot», lo que nos ayuda a seguir la huella de *Clara Harlowe* por la geografía española.

De la afición de estas mujeres por las novelas da cuenta el hecho de que 41 de ellas estén suscritas en estos mismos años a otros títulos. La mayoría no suele ir más allá de una o dos adquisiciones, pero algunas llegaron a suscribirse a cuatro novelas o colecciones, como Gertrudis González Edreira, o hasta a seis, como María Antonia Bernardo de Quirós, o María Teresa Sobral. Por contra, es muy bajo el número de mujeres suscritas a la prensa (cinco, y todas nobles salvo María Luisa Collados, suscrita a *La Espigadera*) o a obras de otros géneros (siete). Las cifras reflejan a un grupo nutrido de mujeres asiduas de la lectura y con un nivel económico que la permite; ese público en el que pensaban cada vez con más argumentos los editores de finales del siglo XVIII.

La nobleza

Como constatan los estudios que han analizado listas de suscriptores, la presencia de miembros de la nobleza está garantizada en todo tipo de obras: en la prensa representan el 4 %, (Larriba, 2013: 237), el 4,81 % en la novela (García Garrosa, 2016: 229), en las obras de los clásicos grecolatinos el 9 % (García Garrosa, 2018: 63-64), y ascienden al 36,2 % en las *Obras* de Torres Villarroel (Buiguès, 2017: 889). En algunos casos se trata de suscripciones destinadas a financiar la impresión de la obra, como las *Obras sueltas* de Juan de Iriarte en 1774 (Buiguès, 2018) o el *Teatro* de Ramón de la Cruz en 1786 (Dufour, 1994), por lo que su presencia resulta más relevante.

En el listado de abonados a *Clara Harlowe* encontramos a 42 nobles titulados, que suponen el 5,45 % de los suscriptores, pero recordemos que 19 de ellos, casi la mitad, son mujeres. Quizá en este caso, como en otros, los libros destinados a las bibliotecas nobiliarias eran adquiridos por personas a su servicio, apoderados, asistentes, tesoreros o

contadores, cuyos nombres eran los que figuraban en la lista de suscripción correspondiente, como Manuel de Ascargorta, escritor y secretario de los condes de Benavente, o Manuel de Cubas, contador de los duques de Osuna, suscriptores ambos de la novela de Richardson.

No encontramos entre los hombres, como sí sucedía con las mujeres, grandes títulos de la más distinguida nobleza, ni a quienes tuvieran responsabilidades en puestos destacados de la administración del estado o incluso en el gobierno, o cargos de alto rango en el ejército. Tampoco ningún miembro de la familia real se suscribió a esta novela, salvo quizá, como apuntamos, la infanta María Josefa a través de su tesorero, Tomás Mercier, que adquiere dos ejemplares.

En cualquier caso, parece que *Clara Harlowe* en concreto, y la novela en general, no iban a contar con un respaldo lector significativo del estamento nobiliario, al menos entre los hombres, y en particular en el modelo narrativo de corte sentimental que practicaba Samuel Richardson.

El clero

El grupo social con mayor grado de formación en España en el siglo XVIII era el clero, que también disponía de recursos económicos para la compra asidua de libros. Sus intereses lectores eran variados, y por ello su presencia es regular y en alto número en las listas de suscripción en todo tipo de obras, como ponen de manifiesto los trabajos que utilizamos como referentes comparativos en este estudio.²⁷

En la lista de suscriptores de *Clara Harlowe* identificamos a 78 miembros del clero, que suponen el 10,12 % del total de abonados; su reparto es bastante desigual, entre los 21 que pertenecen a órdenes religiosas (entre los que está, recordemos, la religiosa justiniana) y los 57 representantes del clero secular. Algunos de estos desarrollan funciones en las diócesis y los cabildos de catedrales de varias ciudades españolas, como canónigos, arciprestes, beneficiados o secretarios de los obispos, y no hay muchos que ostenten cargos importantes en la administración eclesial, como el «Licenc. D. Joaquín García de Quiñones, Presbítero, Abogado de los Reales Consejos y Fiscal General Eclesiástico del Tribunal Metropolitano de la ciudad de Salamanca», que se inscribe así en el tomo 1. Otros, pocos, ejercen labores docentes en seminarios u otros centros, como los presbíteros Cayetano Sixto, escritor y latinista, traductor de Tácito y catedrático de Humanidades en Plasencia, e Isidro Bravo, catedrático de Lógica del Seminario de Ciudad Rodrigo; o José Apolinario de Vizcarra, Marqués de Pánuco y sacerdote, profesor de Teología y rector del Seminario de Guadalajara, en Méjico. Es otro suscriptor que no llegó a ver completa *Clara Harlowe*, pues murió en enero de 1796. Se suscribió por dos ejemplares, probablemente uno para la biblioteca del Seminario del que era rector. Este caso nos permite también asomarnos a la distribución de esta novela en el mercado americano.

Con todo, el grueso de los religiosos seculares suscritos a *Clara Harlowe* se registran o podemos identificarlos como simples presbíteros, sin cargos de relevancia, y no faltan los sencillos curas de parroquias que honran a sus lugares mencionándolos en la lista: «José Garrido Revenga, Cura del lugar de Ciruelos de Coca, Obispado de Segovia», «Francisco Vicente Hernández, Párroco de la Villa de Bañobárez, Obispado de Ciudad Rodrigo», o el ya mencionado «Sr. Cura de Bustillos del Páramo», que ni siquiera anota su nombre.

²⁷ El 22 % de los abonados a la prensa son clérigos (Larriba, 2013: 255), casi el mismo porcentaje que los de las *Obras* de Torres Villarroel (Buiguès, 2017: 889). Las cifras se mantienen altas (el 17,75 %) en las versiones de autores clásicos (García Garrosa, 2018: 64), y van descendiendo en la novela, el 11 % en *La Casandra* (García Garrosa, 2016: 229-230), y las *Obras sueltas* de Iriarte, el 7,7 % (Buiguès, 2018: 314-315).

Se constata, pues, la afición de estos miembros del clero, tanto de los seculares como de los regulares, a la lectura de novelas, a las que aparecen suscritos con más asiduidad de la que su dignidad eclesiástica y sus tareas pastorales parecían aconsejar. No dudaron en suscribirse a *La Casandra*, novela que unía el relato de aventuras a la instrucción sobre el mundo antiguo, y tampoco lo hicieron ante el modelo narrativo sentimental que representaba *Clara Harlowe* y otras novelas inglesas y francesas que llegaron al mercado español poco después. Se da así la paradoja de que quienes condenaban las novelas por los peligros morales que atribuían a su lectura eran algunos de sus más fervientes lectores, aunque quizá «las leían para saber de primera mano cuál era el peligro real que entrañaban y poder prevenir contra ellas más de cerca, desde el púlpito o el confesonario» (García Garrosa, 2016: 230).

Las clases medias

Casi el 75 % de los individuos identificados en la lista de suscripción pertenecen a las clases medias, cifra esperable, pero no por ello menos elocuente, que evidencia cómo la lectura se va extendiendo al finalizar el siglo a nuevas capas de la sociedad española. La proporción en que los diferentes sectores aparecen representados tiene relación con el grado de formación de las personas que lo forman, con lo arraigado de sus hábitos de lectura y compra de libros. Por eso, los grupos más numerosos son los de los empleados de la administración, los militares y quienes ejercen profesiones liberales.²⁸

El 8,96 % de los compradores de *Clara Harlowe* trabajaban para la administración del estado. Entre esas 69 personas predominan los cargos bajos o medios de la Real Hacienda: escribanos, archiveros, visitadores u oficiales de la Contaduría de Rentas, de diversas Tesorerías, empleados en las Secretarías de Consulados (Domingo Escandón y Nicolás Antonio de Herboso y Sarabia, oficiales 1º y 2º de la Secretaría del Consulado de Cádiz, por ejemplo),²⁹ junto a representantes de la administración local, como alcaldes y corregidores. Algunos trabajan en la Secretaría o el Consejo de Indias como oficiales, y muy pocos se dedican a la administración de justicia con puestos de relevancia, como oidores, magistrados o ministros del crimen, como José Baquijano y Carrillo, catedrático de Prima de Leyes en la Universidad de Lima, nombrado en 1795 fiscal del Crimen de la Audiencia de Lima, que es, junto con Fernando José Mangino, superintendente de la Real Casa de Moneda de México en estas fechas y miembro del Consejero Supremo de Indias, además de académico de honor de la Real Academia de San Fernando, el cargo de mayor relevancia que encontramos en esta categoría.

Con representación similar encontramos entre los suscriptores a *Clara Harlowe* a los militares y a quienes ejercen profesiones liberales, 49 personas en ambos casos, el 6,36 % para cada categoría del total de la lista. Por las actividades que ejercen, ambos grupos se nutren de personas con alto nivel de formación y con intereses muy diversos en el terreno

²⁸ Estas categorías, como todas las del tercer estado, son ofrecidas y analizadas con criterios diferentes en la mayoría de los estudios que hasta ahora se han presentado como elemento comparativo. Me limitaré pues a cotejar con las cifras ofrecidas para otra novela, *La Casandra*, cuyos criterios de clasificación he seguido, en lo esencial. En síntesis, los porcentajes de suscriptores de las clases medias a *La Casandra* son los siguientes (García Garrosa, 2016: 233): Administración (13,64 %), Militares (6,62 %), Profesiones liberales (4,45 %), Comerciantes (4,05 %), Otros (1,89), Libreros (3,64).

²⁹ Sus nombres aparecen seguidos en el listado del tomo I, lo que apunta a una suscripción hecha al mismo tiempo. Este caso, como otros en el listado, permite reflexionar sobre un aspecto de la compra por suscripción que no podemos abordar aquí, y que forma parte del sugerente enfoque del estudio de Buiguès (2018: 319-325) sobre los suscriptores a las *Obras sueltas* de Juan de Iriarte: las distintas redes de sociología que pueden llevar a determinados compradores a suscribirse conjuntamente a una obra; en el ejemplo citado parecen claras las redes profesionales.

cultural, como queda patente en las listas de suscripción donde siempre suelen tener una presencia destacada, tanto en obras de entretenimiento o formación como en las de materias propias de su ejercicio profesional.

Entre los militares, como en los empleados públicos, predominan los grados medios en el ejército y la armada, pero hay quienes se inscriben en el listado con su alta graduación: «Dionisio del Duque, Mariscal de Campo de los Reales Ejércitos», «Gregorio Moreo, Teniente General de los Reales Ejércitos», «Francisco Carrión, Teniente Coronel y Oficial de la Secretaría de Guerra». Los nombres de «Francisco de Paula Piñar, Capitán de Milicias de Buenos Aires» y «José Villadonga y Lastra, Teniente Coronel de las Milicias del reino del Perú», permiten, como en casos citados previamente, documentar la difusión americana de *Clara Harlowe*. Otro apunte más sobre esta categoría: hay más de un cadete y al menos dos militares retirados entre sus suscriptores (sirvan de ejemplo «José Espejo, Cadete Garzón de la Compañía Española» y «Manuel José Cano, Capitán retirado y vecino del Puerto de Santa María»), lo que hace posible, aunque sea en unos pocos casos, acercarse al arco de edades que compró esta novela.

Predominan los abogados y procuradores en el grupo de 49 personas que ejercen profesiones liberales; hay además algún médico o cirujano, y no más de dos o tres farmacéuticos. Tampoco se encuentran muchos seglares dedicados a la enseñanza en distintas instituciones; mencionemos a Vicente de Lisa y las Balsas, catedrático de la Universidad de Zaragoza, Antonio Siles y Juan Nepomuceno Lozano, catedráticos respectivamente de Disciplina Eclesiástica y Retórica en los Reales Estudios de San Isidro, y secretario este último de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Jaén.

Un 2,20 % de los suscriptores son de difícil clasificación, dado lo variado de sus actividades. Entre esos 17 nombres identificados hay quien desempeña funciones diplomáticas, como el cónsul de Holanda en Alicante, Leonardo Stuk, y personas, algunas ya citadas aquí, que trabajan para las grandes familias nobiliarias (Manuel de Cubas, era contador de los duques de Osuna, José María García de la Vega, oficial de la Contaduría del duque de Medinaceli y el escritor Manuel de Ascargorta era secretario de los condes de Benavente), o en el entorno de la Corte, como Tomás Mercier, tesorero de la infanta María Josefa, o Francisco Antonio Fleuriot, ayuda de cámara de Carlos III y jefe del Real Oficio de Tapicería en la Real Fábrica de Tapices. Hay otros escritores, además de Ascargorta: José María de Merás, Francisco Flores Gallo, José Alonso Ortiz, traductor de Ossian y Adam Smith, y el prolífico Antonio Valladares de Sotomayor, dramaturgo, novelista, traductor, editor del *Semanario Erudito*; sin olvidarnos de una escritora, María Lorenza de los Ríos, marquesa de Fuerte-Híjar, autora de dos comedias de corte neoclásico. Los actores también se interesaron por la novela de Richardson: ya ha sido citada la actriz Mariana Mouton y Bermejo, a la que acompañan en la lista de suscripción Juan Codina, actor de la compañía de Ribera en alguna temporada en esta década, y el propio Eusebio Ribera. También encontramos al escultor valenciano José Ginés, y al grabador Mariano Latasa. Y el pintor Francisco de Goya debió de ser de los primeros en suscribirse a *Clara Harlowe*, pues figura en el listado del tomo 1.

Una de las ideas que pretende respaldar este trabajo es que la oferta de obras novelescas y su venta por suscripción en la década de los 90 fueron un incentivo para ampliar el público lector y renovar su perfil sociológico. El hecho de que un 40 % de los suscritos a *Clara Harlowe* no haya podido ser identificado puede deberse, en bastantes casos, a que se trata de miembros de las clases medias dedicados a varias ramas del comercio y los negocios o fabricantes, personas sin cargos públicos destacados ni títulos o dignidades eclesiásticas, pero con pujanza económica y creciente importancia social, y cada vez más interesados en amueblar sus bibliotecas familiares con novelas.

Tres personas se anuncian en las listas de suscriptores a *Clara Harlowe* como comerciantes, los gaditanos Antonio Manuel de Oviedo y Domingo Torrijos, y el granadino Miguel Triviño. Rastreando en otras fuentes, podemos subir hasta 25 ese número, que representa el 3,24 % de los inscritos, sin poder precisar el ramo al que se dedican algunos de ellos. De unos pocos tenemos algo más de información: hay algún corredor de letras de cambio y quien trabaja en el sector de los seguros; reconocemos también a los comerciantes navieros Juan Ignacio de Urmeneta e Isidoro Imbrecht, de Cádiz, o Francisco Martín Salceda de Bustamante, de Cartagena. Y al gremio de los fabricantes y vendedores de sedas pertenecen el valenciano Juan Bautista Felipot, director de la fábrica de sedas de Granada, y Domingo de Ibarrola, que tenía una tienda de sedas en la Puerta del Sol de Madrid en 1799.

Un apartado especial debe agrupar en este análisis a quienes se dedicaban al comercio del libro. Los librereros, en principio, están en las listas de suscripción no a título personal, sino como intermediarios que gestionan las compras de sus clientes, y aunque algunos se suscriben, en esta lista como en otras, por un solo ejemplar, no es fácil saber si este está reservado para su uso o para su fondo de librería, o para hacer llegar a un comprador.

En la lista de suscriptores a *Clara Harlowe* se reconoce a 38 librereros, que adquieren 181 copias de la novela.³⁰ Ninguno compra un número elevado de ejemplares (los 15 encargados por Felipe Tieso es la cifra más elevada; le siguen los 12 encargados por Victoriano Pajares, Francisco Benedicto, Mateo Esterling y José Alegría), lo que en una lista de 770 suscriptores —que sin duda fueron más— apunta a una compra directa mayoritaria de los interesados en Madrid, Cádiz o Sevilla, las ciudades en las que se podía materializar la suscripción, o a su envío desde estas ciudades por correo de los ejemplares.

Estos librereros tienen sus establecimientos en 17 ciudades españolas: Alcalá (Juan Villanueva), Barcelona (Mateo Esterling, Viuda de Piferrer, Valero Sierra), Cádiz (José Savid, Victoriano Pajares, Manuel Comes, Antonio Iglesias, José Niel, Carlos del Castillo), Coruña (Vicente Gutiérrez, Manuel Francisco de Soto), Ferrol (Luis Layne), Granada (José Colón), Logroño (Miguel Aimar), Madrid (Felipe Tieso, Antonio Baylo, Juan Leonardo Boygas, Felipe Alberá, Manuel Novillo, Manuel Quiroga, Ramón Ruiz, Manuel Barco), Málaga (Luis de Carreras), Murcia (Francisco Benedicto), Salamanca (José Alegría, Patricio de los Reyes), Sevilla (Berard y Blanchard, Hijos de Hidalgo y José González de la Bonilla), Tarragona (Antonio Berdeguer), Toledo (Jacinto Hernández), Valencia (Salvador Fauli, Mallén y Compañía, Juan Carsi), Valladolid (Vda. e hijos de Santander, Tomás Cermeño) y Zaragoza (Francisco Ruiz, Fernando Polo y Monge).

Esta nómina de librereros nos permite reconstruir el sistema de comercialización en provincias, y es otro dato para estimar el grado de distribución por la geografía nacional de *Clara Harlowe*, cuyo listado, recordemos, no especifica el lugar en el que los compradores se han suscrito. Como elemento de referencia, convendrá apuntar que no hay librereros en las dos listas de suscriptores de todas las categorías estudiadas por Jean-Marc Buiguès, en un caso por tratarse de una suscripción para financiar la impresión (Buiguès, 2018), y en otro por ser la primera obra que se vende por suscripción en España, a mediados de siglo, las *Obras* de Torres Villarroel (Buiguès, 2017). Cuarenta años después, el número elevado de librereros que se registra en *Clara Harlowe* evidencia el extraordinario desarrollo del mercado del libro al finalizar el siglo XVIII y su dinamización en toda España, y la

³⁰ En 14 casos el nombre del librero aparece dos, tres o hasta cinco veces (Felipe Tieso), a medida que encargaba nuevos ejemplares, por lo que a efectos estadísticos hay que tener en cuenta estas reiteraciones, y contar a 52 individuos, no a 38, que representan el 6,75 % de los suscriptores. Las cifras que ofrece Jean-Marc Buiguès sobre los librereros suscritos a *Clara Harlowe* y las ciudades de sus establecimientos (Buiguès, 2019: 368-369) no coinciden con las presentadas aquí porque su trabajo no recoge los datos de la lista de suscriptores del tomo XI de la novela.

función de estos mercaderes de libros como gestores y distribuidores de las compras en la capital y en provincias. El papel de las novelas en este proceso, como apuntaba François Lopez (Lopez, 1998: 509-510) resulta incontestable: el aumento de la oferta atrajo a más comparadores, y estos a su vez dinamizaron el mercado del libro, tanto en la impresión como en la venta.

El siguiente cuadro ofrece en síntesis los resultados obtenidos:

Total suscriptores 770	Suscriptores identificados 463 (60,12 %)	Mujeres 106 (13,76 %)	Nobleza 42 (5,45 %)	Clero 78 (10,12 %)	Administración 69 (8,96 %)
	Militares 49 (6,36 %)	Profesiones liberales 49 (6,36 %)	Comerciantes 25 (3,24 %)	Libreros 52 (6,75 %)	Otros 17 (2,20 %)

LOS LECTORES DE *CLARA HARLOWE*. PERFIL CULTURAL

El trabajo con las listas de suscripción supone reencontrar en estos documentos los nombres de compradores, lo que permite seguir la pista a sus intereses culturales y reconstruir así al menos una parte de las bibliotecas de algunos lectores durante un periodo determinado. En el caso que nos ocupa, cotejar entradas de listas de suscripción de la década de 1790 nos ayuda a determinar si quienes se abonaron a *Clara Harlowe* fueron compradores puntuales, o si esta obra formaba parte de una colección de impresos más amplia y variada.

El nombre de 356 compradores de *Clara Harlowe* reaparece en otras listas de suscripción, lo que significa que casi la mitad de los inscritos a título personal, excluidos los libreros, no fueron lectores ocasionales de esta sola obra.³¹ Y aunque en la mayoría de los casos encontramos su nombre como abonados a una o dos obras más, no es infrecuente el caso de personas que compraron por suscripción ocho, diez, doce, y hasta casi una veintena de títulos (Simón de Rojas, Pablo Font, Juan de Gamboa, Antonio Valladares de Sotomayor, Joaquín Méndez de Vigo, Bernardino Sierra, Fernando Mangino). Un número importante de personas, 73, aparecen como suscriptores de uno o más periódicos, y en cuanto a los libros, se incluyen entre sus preferencias obras de religión, de moral, de historia y geografía, de literatura, misceláneas, y algunos de materias especializadas, como medicina o legislación, propias de quienes ejercían en esos terrenos profesionales. Pero lo que más leían los lectores de *Clara Harlowe* eran novelas.

Se suscribieron a otra u otras novelas 231 de los 356 compradores antes señalados. La cifra habla por sí misma, y va corroborando la idea de que la novela tenía su público entre los lectores dieciochescos. Como con las compras de libros en general, lo más habitual es que un lector de *Clara Harlowe* aparezca suscrito a otra novela (125 casos) o a dos (53). Desciende mucho ya el número de personas suscritas a tres o más títulos, pero hay 5 personas abonadas a seis novelas (dos de ellas mujeres, como vimos) y 4 lo están a siete (Simón de Rojas, Juan de Gamboa, Ignacio Machuca, Juan Codina). Teniendo en cuenta que las novelas publicadas en esta década que incluyen listas de suscriptores no pasan de una quincena, se comprenderá lo que supone estar abonado a casi la mitad de esa oferta

³¹ No tengo en cuenta a los libreros, que por razones profesionales son recurrentes en las listas, y no compran los libros para su propio uso; tampoco se contabilizarán a efectos estadísticos en este apartado. Como se ha apuntado, la búsqueda en otras listas se limita a la década de los 90 y a algunos años anteriores y posteriores.

vendida por este sistema que podemos cuantificar.³² Y no por obvio estará de más recordar aquí que la noticia que tenemos de otras novelas vendidas por suscripción pero sin lista conservada elevaría esa cantidad de compradores, y que la compra por suscripción no excluía la adquisición por otros medios.

Los datos expuestos muestran que el número de suscriptores a novelas se ha incrementado ligeramente desde *La Casandra*, que en 1792, con una lista de suscritos de número similar a la de *Clara Harlowe* (768 abonados), presentaba a 173 personas que habían comprado otras novelas por suscripción (García Garrosa, 2016: 233-234).³³ En la lista de la novela de La Calprenède hay 72 personas cuyos nombres vuelven a aparecer en *Clara Harlowe*; serían, según la hipótesis planteada en esa investigación (236), compradores «ganados» como público para la novela en 1792 con el éxito de *La Casandra*.

Una última reflexión en este punto: los más de doscientos abonados a novelas, a todos los cuales hay que añadir un título más en su biblioteca, el de la propia *Clara Harlowe*, adquieren por suscripción en muy pocos años obras voluminosas y por ello caras (una media de casi tres títulos por persona, que supondrían más de veinte volúmenes, en casi todos los casos).³⁴ Teniendo en cuenta que otros títulos novelescos acompañarían muy probablemente a estas compras, y que la lectura de novela se compaginaba en bastantes casos con obras de otras materias y con la prensa, la lista de suscriptores de *Clara Harlowe* muestra en aproximadamente un tercio de los casos el perfil sociocultural de lectores de novela en España en 1794-1796 como consumidores habituales de cultura impresa y con medios económicos para sufragarla.

CONCLUSIONES

La Casandra, traducción de la novela francesa homónima, irrumpió en el mercado español en 1792 con una acogida extraordinaria por parte de los compradores; nada menos que 768 se inscribieron en una lista de suscripción que alcanzaba cifras no conocidas por una obra de entretenimiento y que dejaba constancia de varios fenómenos: el acierto del impresor Benito Cano al lanzar al mercado una obra en diez volúmenes de un modelo narrativo que, aunque antiguo, no había llegado todavía a los lectores españoles; el deseo de estos de equipararse a los lectores europeos, que desde hacía décadas habían tenido acceso a una oferta abundante y variada de novelas, a las grandes innovaciones de la novela inglesa, francesa, alemana, que la censura y la falta de dinamismo editorial habían escamoteado al público español; y unos hábitos de lectura que marcan la preferencia por obras extensas, que no resultan baratas, y que predisponen a una nueva relación del lector con el texto.

La línea de investigación iniciada sobre esa novela pionera se ha continuado en este trabajo para establecer en qué medida su éxito contribuyó en los años siguientes a perfilar un público específico para el género novelesco, de qué modo la decisión de Benito Cano estimuló a otros editores a seguir con esa línea de oferta de obras extensas y venidas de fuera, y cuál fue el papel de la narrativa europea en la dinamización del mercado editorial,

³² He tenido en cuenta las siguientes novelas o colecciones que publican listas de suscriptores: *Las veladas de la quinta* (1788), *Adela y Teodoro o cartas sobre la educación* (1792), *Anales de la virtud* (1792), *Genealogía de Gil Blas de Santillana* (1792), *La Casandra* (1792), *Colección de novelas escogidas, o anécdotas sacadas de los mejores autores de todas naciones* (1795), *El subterráneo o La Matilde* (1795), *Experimentos de sensibilidad* (1796), *Historia de Amelia Booth* (1796), *Carolina de Lichtfield* (1796), *Las Noches de Invierno* (1797), *La Huerfanita inglesa* (1797), *La nueva Clarisa* (1797) y *El Quijote* (1797-1799).

³³ No se registraban allí los suscriptores a *El Quijote* de Sancha.

³⁴ Exactamente 2,96. En *La Casandra* la media era de 1,71 por persona, pero no se contabilizaban *El Quijote* ni la propia *Casandra* (García Garrosa, 2016: 235).

en la captación de nuevos tipos de lectores y en los cambios en las formas de lectura en el paso del siglo XVIII al XIX. Para responder a esas preguntas no parecía haber título más adecuado que *Clara Harlowe*, la mejor novela del siglo, en juicio unánime de la crítica y los lectores contemporáneos, la única novela moderna que superó en suscriptores a *La Casandra*, y la que fue objeto de un lanzamiento publicitario sin parangón en las páginas de la prensa, junto con el resto de novelas de su autor, Samuel Richardson. Y la única de las tres suyas de que nos ha llegado el listado con los nombres de sus compradores.

La amplia lista de suscriptores, 770 inscritos, da cuenta del éxito de venta por suscripción de la obra, y constata que dos años después de la salida de *La Casandra* el entusiasmo de los lectores seguía en las mismas cotas. Como podía esperarse, la investigación sobre un 60 % de los nombres identificados ha mostrado que el perfil sociológico de quienes se abonaron a *Clara Harlowe* no difiere mucho de quienes lo hicieron a la novela francesa. La nobleza y el clero siguen teniendo una representación notable, porque siguen siendo los grupos más formados y con mayor capacidad económica, y, en consecuencia, quienes más libros compran. Pero las listas de suscriptores a novelas confirman quizá más que las de ningún otro género una paulatina renovación y diversificación del público lector en este final del siglo. Como *La Casandra*, *Clara Harlowe* encontró su público mayoritariamente en las clases medias, en una masa lectora emergente en la que conviven funcionarios públicos, militares, abogados, jueces, médicos, docentes, escritores, comerciantes. Y mujeres. La novedad más destacada de la lista de *Clara Harlowe* es el aumento significativo del número de suscriptoras, casi un 14 % del total. La elevada cifra se explica sin duda por la propia temática de la novela, una obra sentimental y moral, presentada como la más útil para ellas, y también por una publicidad dirigida específicamente a captar su interés; pero también por la demanda creciente de las mujeres de este tipo de lecturas, por su acceso paulatino al mercado del libro y la mayor autonomía femenina en estas compras, que les lleva a inscribirse en las listas a título propio, sin escudarse en el nombre del marido, el padre o el hermano que comprarían las obras para ellas. La novela va asentándose como el género del «bello sexo», idea que avala el número de mujeres que compraron *Clara Harlowe* y que se suscribieron a otras novelas en los años siguientes.

La consolidación de las clases medias como público preferente de la novela afecta al más amplio aspecto sociocultural. *Clara Harlowe* confirma que había público para las obras extensas de un género de entretenimiento, en más de diez tomos, un público dispuesto a pagar un precio elevado por su adquisición y a adaptarse al ritmo de una lectura aplazada, al ritmo espaciado que iba marcando la publicación de los sucesivos volúmenes. Porque son un público, en su mayoría, de lectores habituales. Sin duda, para muchos, *Clara Harlowe*, o dos años antes *La Casandra*, sería la primera compra libresca de esa envergadura, quizá incluso su primera incursión en la lectura novelesca con un ejemplar propio que puede leerse y releerse, también compartirse, prestándolo; pero la lista de suscriptores a la novela de Richardson revela los amplios intereses culturales de casi la mitad de sus compradores cuyos nombres aparecen en los listados de otras obras adquiridas por los mismos años.

Los editores españoles, en el sentido moderno del término, supieron ver muy bien lo que el éxito de los diez volúmenes de *La Casandra* significaba para el mercado del libro, y reaccionaron ante la expectativa creada por esa obra para un público con poder adquisitivo y ganas de leer novelas. La apuesta para aprovechar el tirón de la novela francesa, traducida a destiempo, siglo y medio después del auge de la novela galante, sería quien al cerrarse el siglo había sido ya consagrado en toda Europa como el novelista más importante del XVIII, Samuel Richardson, el llamado «Homero de las novelas». El lanzamiento conjunto de las tres novelas del autor inglés (con veinticuatro volúmenes

previstos) fue una estrategia comercial de envergadura inusual en la España de la época, e ilustra la apuesta editorial por la novelística extranjera para satisfacer la demanda de un público que a estas alturas del siglo no disponía de una oferta significativa de obras contemporáneas, ni originales ni traducidas. Richardson significaba el contacto esperado de los lectores con la narrativa realista, moral y sentimental que desde los años cuarenta en Inglaterra había extendido su influencia por la novela europea, y que les permitirá gozar, al fin, del placer de una lectura intimista, emocional, que la forma epistolar favorece como ninguna; la llegada atropellada en los años siguientes, ya desde 1795, de otras obras de este corte (las novelas de Henry Fielding, Sophia Lee, Mme de Montolieu, Baculard d'Arnaud, etc.), muestra el acierto de esa decisión de traductores e impresores, y pone cifras, en número de ediciones y de compradores, al papel que tuvo la narrativa europea en la dinamización del mercado del libro en España al finalizar el siglo XVIII.

También fue decisivo el papel que jugó en este proceso el sistema de venta por suscripción. Tenía las ventajas de abaratar algo el coste, garantizaba a los suscriptores ser los primeros en tener completa la obra y poder así por fin conocer la suerte de la protagonista, demorada e imprevisible hasta el final de la obra; además, satisfacía la vanidad de los compradores de ver reflejados en unos listados públicos su estatus social, su solvencia económica, sus inquietudes culturales, y, en este caso concreto, su buen criterio al adquirir una novela de lectura obligada para estar a la moda. La iniciativa de la traducción y del lanzamiento de la suscripción partió del traductor, José Marcos Gutiérrez, en funciones, pues, de editor, que encargó la impresión de los once volúmenes a varios impresores. Su buen olfato comercial y su dominio de las estrategias de publicidad quedan patentes en los anuncios que desde junio de 1794 hasta mayo de 1796 insertó en las páginas de la *Gaceta de Madrid* y el *Diario de Madrid*. Su análisis nos ha mostrado de qué manera supo combinar el elogio de los méritos literarios de una obra ya convertida en un clásico con las garantías de una lectura que engancha y arrebató el ánimo. Y, especialmente, nos dicen mucho del poder de la publicidad para captar mayoritariamente a un público concreto: las mujeres, el sector seguramente más abierto en estos años a una oferta literaria específica con la que colmar su creciente afición a la lectura. Esos anuncios nos proporcionan una ayuda inestimable para entender la presencia de tantas mujeres entre los suscriptores a *Clara Harlowe*, y el poder que esos nombres expuestos en una lista de suscripción tenían, a su vez, para atraer a más lectoras, a más compradoras.

Con una obra de temática y estilo muy diferentes, *Clara Harlowe* confirma en 1794-1796 la tendencia a la consolidación comercial de los libros de novelas que había iniciado dos años antes *La Casandra*. El camino seguía abierto para otros editores, impresores, traductores arriesgados, convencidos, ahora sí, de que había un público expectante y ávido de títulos nuevos que llenaran sus bibliotecas y alargaran el placer de la lectura durante meses. También queda abierto el camino a nuevas investigaciones que corroboren o maten si estas líneas comerciales y sociológicas continuaron cuando llegaron otros títulos en los años siguientes, y que nos permitan elaborar un retrato más completo de la evolución de su público lector durante esta década de esplendor de la novela en la España del siglo XVIII.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ BARRIENTOS, Joaquín (2005), *Ilustración y Neoclasicismo en las letras españolas*, Madrid, Síntesis.
- ARIAS DE SAAVEDRA ALÍA, Inmaculada (2017), «Libros y autores británicos en las bibliotecas españolas del siglo XVIII», en Concepción Camarero Bullón y Juan Carlos Gómez Alonso (coords.), *El dominio de la realidad y la crisis del discurso*, Madrid, Polifemo, pp. 321-365.
- ARMSTRONG, Nancy (1991), *Deseo y ficción doméstica*, Madrid, Cátedra.
- BOLUFER, Mónica (1998), *Mujeres e Ilustración. La construcción de la feminidad en la España del siglo XVIII*, Valencia, Institució Alfons el Magànim.
- (2007), «Mujeres de letras. Escritoras y lectoras del siglo XVIII», en Rosa M^a Ballesteros García y Carlota Escudero Gallegos (eds.), *Feminismos en las dos orillas*, Málaga, Universidad de Málaga, pp. 113-141.
- BUIGUÈS, Jean-Marc (2017), «Suscripción y canon: Las *Obras* de Torres Villarroel (1751-1752), primera suscripción a una obra impresa en España», *Arte nuevo*, n^o 4, pp. 849-901. <https://bit.ly/2k9t8cb>.
- (2018), «Los suscriptores a las *Obras sueltas* (1774) de Juan de Iriarte. Una propuesta de estudio de redes y sociología», *Studi Ispanici*, n^o XLIII, pp. 309-329.
- (2019), «La suscripción a obras literarias en España en la segunda mitad del siglo XVIII: Libreros e instituciones», *Arte nuevo*, n^o 6, pp. 357-389. <https://bit.ly/2mahMFD>.
- CHARTIER, Roger (1989), «Las prácticas de lo escrito», en Philippe Ariès y Georges Duby (dirs.), *Historia de la vida privada. Del Renacimiento a la Ilustración*, Madrid, Taurus, pp. 113-161.
- (2000), «Revolución de la novela y revolución de la lectura», en *Entre poder y placer. Cultura escrita y literatura en la Edad Moderna*, Madrid, Cátedra, pp. 179-198.
- DEACON, Philip (1998), «La novela inglesa en la España del siglo XVIII: Fortuna y Adversidades», en Fernando García Lara (ed.), *I Congreso Internacional sobre novela del siglo XVIII*, Almería, Universidad de Almería, pp. 125-139.
- Diario de Madrid* (1794-1796).
- DIDEROT, Denis [1762] (1951), *Éloge de Richardson*, en *Oeuvres*, ed. de André Billy, París, Gallimard, pp. 1059-1074.
- DUFOUR, Gérard (1994), «El público de Ramón de la Cruz», *Ínsula*, n^o 574, pp. 19-20. *Gaceta de Madrid* (1794-1796).
- GARCÍA GARROSA, María Jesús (2011), «Comercio y lectura de novelas en España en el siglo XVIII», *Estudis*, n^o 37, pp. 9-28. <https://bit.ly/2kdmTnV>
- (2014), «“Richardson, el Homero, digámoslo así de las novelas”. El elogio de Richardson en España. 1787-1807», *Bulletin of Spanish Studies*, n^o 91. 9-10, pp. 199-216.
- (2016), «Los suscriptores de *La Casandra* (1792). Una aproximación al público lector de novelas en la España de finales del siglo XVIII», *Mélanges de la Casa de Velázquez*, n^o 46. 2, pp. 219-238. <https://bit.ly/2ksRIVS>; DOI : 10.4000/mcv.7189.
- (2018), «El precio de leer a los clásicos en el siglo XVIII: Los lectores españoles de versiones vendidas por suscripción», *Cuadernos de Estudios del Siglo XVIII*, n^o 28, pp. 51-71. <https://bit.ly/2m7LDhP>
- GLENDINNING, Nigel (1983), *Historia de la literatura española. El siglo XVIII*, Barcelona, Ariel.
- GOLDBERG, Rita (2009), «Clarissa and the Puritan conduct books», en *Sex and Enlightenment. Women in Richardson and Diderot*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 24-65.
- GUTIÉRREZ, José Marcos (1796), «El traductor», en *Clara Harlowe. Novela traducida del inglés al francés por Mr. Le Tourneur, siguiendo en todo la edición original revista por su autor Richardson, y del francés al castellano por Don Joseph Marcos Gutiérrez*, t. XI, Madrid, Viuda e Hijo de Marín, s. p.

- LARRIBA, Elisabel (2013), *El público de la prensa en España a finales del siglo XVIII (1781-1808)*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- LOPEZ, François (1981), «“Lisants” et “lecteurs” en Espagne au XVIII^e siècle. Ébauche d’une problématique», en AA.VV., *Livre et lecture en Espagne et en France sous l’Ancien Régime*, Paris, Éd. A.D.P.F., pp. 139-148.
- (1998), «Las malas lecturas. Apuntes para una historia de lo novelesco», *Bulletin Hispanique*, n° 100. 2, pp. 475-514.
- (2003), «Industria y Comercio», en Víctor Infantes, François Lopez y Jean-François Botrel (dirs.), *Historia de la edición y de la lectura en España, 1472-1914*, «Segunda Parte (1680-1808)», Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp. 328-367.
- LÓPEZ-VIDRIERO, María Luisa (1994), «La imprenta en el siglo XVIII», en Hipólito Escolar (dir.), *Historia ilustrada del libro español. De los incunables al siglo XVIII*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp. 201-269.
- PAJARES INFANTE, Eterio (1994), «Samuel Richardson’s Presence and Absence in Spain», *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, n° 7, pp. 159-170.
- (2010), *La traducción de la novela inglesa del siglo XVIII*, Vitoria, Portal Editions.
- RICHARDSON, Samuel (1794-1796), *Clara Harlowe. Novela traducida del inglés al francés por Mr. Le Tourneur, siguiendo en todo la edición original revista por su autor Richardson, y del francés al castellano por Don Joseph Marcos Gutiérrez*, vols. I y II, Madrid, Benito Cano, 1794; vol. III, Madrid, Fermín Villalpando, 1794; vols. IV, V y VI, Madrid, Fermín Villalpando, 1795; vols. VII y VIII, Madrid, Viuda de García, 1795; vol. IX, Madrid, Viuda de García, 1796; vol. X, Madrid, Antonio Cruzado, 1796; vol. XI, Madrid, Viuda e Hijo de Marín, 1796.
- URZAINQUI, Inmaculada (1987), «Anuncios y reseñas de traducciones de obras inglesas en la prensa española del siglo XVIII», en *Scripta in Memoriam J. B. Álvarez-Buylla*, Oviedo, Universidad de Oviedo, pp. 313-332.
- (2006), «La mujer como receptora literaria en el siglo XVIII», en Susana Gil-Albarellos y Mercedes Rodríguez Pequeño (eds.), *Ecos silenciados. La mujer en la literatura española. Siglos XII al XVIII*, Valladolid, Junta de Castilla y León-Instituto Castellano y Leonés de la Lengua, pp. 289-313.