

Las estampas en los catálogos españoles de venta de libros en el mundo moderno

Pedro Rueda Ramírez

Departament de Biblioteconomia i Documentació

Universitat de Barcelona

Profesor Lector

pedrorueda@ub.edu

RESUMO: Neste estudo, trataremos sobre alguns catálogos de venda de livros e estampas de livreiros, impressores e editores espanhóis. Os catálogos de venda permitem conhecer a oferta, a rede de circulação e a disposição à venda de livros e estampas. Analisaremos exemplos de venda de estampas como parte da estratégia de venda de catálogos de miudezas impressas, as estratégias dos livreiros que anunciam a venda das estampas junto a livros variados e, por último, catálogos que anunciam estampas "finas" e buscam uma clientela mais seleta e com maior poder aquisitivo. Finalmente, seguiremos a pista sobre a circulação de estampas em redes comerciais e, mais especialmente, no envio à América de estampas e seus usos nos vice-reinados da Coroa Espanhola durante os séculos XVII-XVIII.

PALAVRAS-CHAVE: Estampas, Ilustração de livros, Catálogos, Intercâmbio cultural, Circulação de gravuras

RESUMEN: En este estudio nos ocuparemos de algunos catálogos de venta de libros y estampas de libreros, impresores y editores españoles. Los catálogos de venta permiten conocer la oferta y la red de circulación y puesta a la venta de libros y estampas. Analizaremos ejemplos de venta de estampas como parte de la estrategia de venta de catálogos de menudencias impresas, las estrategias de los libreros que anuncian la venta de estampas junto a libros de surtido y, por último, catálogos que anuncian estampas "finas" y buscan una clientela más selecta y con mayor poder adquisitivo. Finalmente seguiremos la pista a la circulación de las estampas en las redes comerciales y, muy especialmente, el envío a América de estampas y su uso en los virreinos de la Corona española durante los siglos XVII-XVIII.

PALABRAS CLAVE: Estampas, Ilustración de libros, Catálogos de venta, Librerías, Intercambio cultural, Circulación de grabados.

En este estudio nos ocuparemos de algunos catálogos de venta de libros y estampas de libreros, impresores y editores españoles.¹ Las listas de obras que contienen son un indicador de la oferta cultural ofrecida por los profesionales del libro, ofrecen claves sobre la puesta en circulación de las obras en España y América y, finalmente, permiten entender el papel que juega el libro como árbitro cultural, un mediador entre culturas y territorios en ocasiones muy alejados, pero que tienen intereses comunes. Estos rasgos despiertan el interés de diferentes corrientes historiográficas, y como apunta M. Peña se plantean diferentes enfoques, entre los que destacan

¹ Este trabajo se inscribe dentro del Proyecto I+D+i Censo de los catálogos españoles de venta de libros (de los orígenes a 1840), Ref. HAR2009-08763, del Ministerio de Ciencia e Innovación.

los de la historiografía anglonorteamericana, con estudios que se centran “sobre el consumo en lugar de la producción” de estos impresos y en “el objeto como árbitro cultural y no sólo como producto de consumo”.² Un enfoque que nos interesa al analizar los catálogos de venta, ya que permiten reconocer los rasgos del consumo (a través de la oferta), y el papel mediador de los intermediarios que participan en la red de circulación y puesta a la venta.

Estos catálogos son poco citados y, en algunos casos, son desconocidos, ya que dada su rareza resulta difícil localizarlos, y en numerosos casos tan sólo conocemos un único ejemplar, tal como Lankhorst advierte estos catálogos están dispersos en numerosas colecciones de Europa y América.³ Las problemáticas metodológicas que plantean estos impresos fueron puestas de manifiesto en la recopilación de estudios sobre estas fuentes realizada por Charon y Parinet en *Les ventes de livres et leur catalogues, XVIIe-XXe siècle* (2000).⁴ En el caso de las Provincias Unidas Selm elaboró un espléndido estudio titulado *Een menigthe treffelijcke boecken: nederlandse boekhandelscatalogi in het begin van de zeventiende eeuw* (1987). La catalogación y edición de estos catálogos ha permitido la publicación de todos ellos en *Book sales catalogues of the Dutch Republic, 1599-1800* (1990). En el caso de Italia el estudio de Ceccarelli y Serrai, entre otros, han logrado reconstruir el censo de catálogos de impresos de venta de librerías y de bibliotecas privadas.⁵

El interés de los eruditos y curiosos, interesados en un saber enciclopédico, les llevó a coleccionar lotes de estampas que constituían una suerte de *theatri amplissimi* de las creaciones del hombre y la naturaleza, como el que logró reunir Samuel Quiccheberg en la obra *Inscriptiones vel tituli theatri amplissimi* (1565). En este libro se constituía un museo ideal que recopilaba noticias de las estampas que podían servir para mostrar mediante sus representaciones la historia, los espectáculos y la naturaleza, además de dar a conocer los descubrimientos geográficos, las obras de arte, la numismática y las antigüedades.⁶ Estos diversos ámbitos se detectan igualmente en los

² PEÑA DÍAZ, Manuel. La vida cotidiana en la época moderna: disciplinas y rechazos. *Historia social* 66, 2010. p. 41–56. *Under the hammer: book auctions since the Seventeenth Century*. Edited by Robin Myers, Michael Harris and Giles Mandelbrote. New Castle: Oak Knoll Press; London: The British Library, 2001.

³ LANKHORST, Otto S. *Les ventes de livres et leurs catalogues: XVIIe-XIXe siècle*. Paris: École de chartes, 2000. p. 11–26.

⁴ WINANS, Robert B. *A descriptive checklist of book catalogues separately printed in America, 1693-1800*. Worcester: American Antiquarian Society, 1981. McKITTERICK, David. Book catalogues: their varieties and uses. *The book encompassed: studies in twentieth-century bibliography*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. p. 161–175. También para el caso portugués DOMINGOS, Manuela D. Os catálogos de livreiros como fontes da história do livro: o caso dos Reycend. *V Centenário do livro impresso em Portugal, 1487-1987*. Lisboa: [s.n.], 1992. p. 305-322.

⁵ CECCARELLI, M. G. *Vocis et animarum pinacothecae. Cataloghi di biblioteche private dei secoli XVII-XVIII nei fondi dell'Angelica*. Roma: Instituto poligrafico e zecca dello Stato, 1990. SERRAI, Alfredo. Bibliographie del commercio librarlo. *Profilo di storia de la bibliografia*. Milano: Sylvestre Bonnard, 2005. p. 202-212. SERRAI, Alfredo, dir. *Storia della bibliografia*. v. 4. Roma: Bulzoni, 1988-1995.

⁶ SELBACH, Vanessa. La place de l'antique dans les collections d'estampes (XVIe-XVIIIe siècle). *D'une Antiquité a l'autre: la littérature antique classique dans les bibliothèques du XV^e au XIX^e siècle*. Sous la direction de Catherine Volpilhac-Auger. Lyon: ENS Éditions, 2006. p. 95.

coleccionistas de estampas españoles. Hernando Colón, hijo de Cristóbal Colón, reunió una importante colección de 3.204 estampas en su biblioteca sevillana, además las describió cuidadosamente en un excepcional inventario manuscrito, con minuciosidad y cuidado “*para tener memoria de las que se comprasen y para que una mesma pintura no se comprase dos veces*”.⁷ El modelo de las colecciones europeas causó sorpresa y admiración, facilitando la emulación entre los aficionados a las estampas. Las bibliotecas, museos, gabinetes y galerías de arte causaron notable interés en los viajeros, que consignaban en sus cartas y diarios la intensa curiosidad y admiración que despertaban.⁸ El jesuita Juan Andrés y Morell escribió a su hermano una carta aludiendo a uno de los aficionados a reunir estampas que encontró en Viena:

Prefecto o jefe de esta biblioteca es el Señor barón Van Svieten, hijo del célebre médico de este nombre. No le he conocido personalmente; pero he oído alabar su cultura, ingenio y elocuencia. Las bellas artes forman sus delicias, y amante de la música se divierte, no sólo en la teórica, sino también en la práctica. Su inclinación a las estampas le hace aumentar, más y más la riquísima colección, que ya antes se había hecho, como te he dicho, por el príncipe Eugenio, y acrecentándose con las nuevas adquisiciones de tantos años y aun oí a algunos quejarse (no sé si con razón, o sin ella) de que este su amor a las estampas perjudicaba un poco a los libros, empleando en la compra de aquéllas la mayor parte del dinero, que con mayor provecho podría servir para hacer más completa la copiosísima colección de éstos.⁹

Los inventarios de bienes *post-mortem* permiten conocer la difusión de libros y estampas en algunas colecciones reunidas por artistas o que contenían libros sobre las artes.¹⁰ Las bibliotecas privadas han sido una fuente clave para entender el papel que jugaron las estampas en algunos talleres de pintura, y el valor que le concedieron algunos artistas y coleccionistas que ampliaron sus gabinetes con series de estampas y planchas de cobre grabadas. Estas fuentes han sido de gran valor, pero es necesario acudir a otras fuentes que permitan reconstruir el circuito de producción, distribución y consumo de estas estampas, sobre todo en un momento en el que se están revisando los mecanismos y las redes de difusión de las imágenes bajo otros puntos de vista. Los estudios sobre el comercio del libro, centrados en las redes, los mecanismos de distribución y los medios de difusión como los anuncios, carteles y catálogos, están ofreciendo nuevas perspectivas

⁷ McDONALD, Mark. *La colección de estampas de Hernando Colón (1488-1539)*. Barcelona: Fundación “La Caixa”, 2004. p. 79.

⁸ Una introducción a las colecciones españoles de los siglos XVI-XVII en el trabajo de MORÁN, J. Miguel; CHECA, Fernando. *El coleccionismo en España: de la cámara de las maravillas a la galería de pinturas*. Madrid: Cátedra, 1985. p. 179-211.

⁹ ANDRÉS Y MORELL, Juan (S.I.) (1740-1817). *Carta del abate D. Juan Andrés a su hermano D. Carlos Andrés dándole noticia de la literatura de Viena* [1794]. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2000. p. 17–18. Disponible em: <<http://www.cervantesvirtual.com/>> Consulta em: 28 mar. 2011. La fascinación por la estampa es analizada por ROBINSON, William W. “<This passion for prints>: collecting and connoisseurship in Northern Europe during the Seventeenth Century”. ACKLEY, Clifford S. *Printmaking in the age of Rembrandt*. Boston: Museum of fine arts; New York graphic society, 1981, p. XXVII–XLVIII.

¹⁰ MORENO GARRIDO, Antonio. Algunas consideraciones en torno al estudio del grabado español del siglo XVII. *Mayurqa: revista del Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts*, v. 19, n. 1, p. 337–351, 1979. SOLER I FABREGAT, Ramon. *El libro de arte en España durante la edad moderna*. Gijón: Trea, 2000.

del consumo cultural.¹¹ Las publicaciones periódicas también son una fuente esencial para conocer la puesta a la venta y distribución de estampas. La aparición de publicaciones periódicas en la Corte, fundamentalmente la *Gaceta de Madrid*, el *Diario de Madrid* y el *Diario de Avisos*, favoreció la inclusión de anuncios de estampadores y libreros que anunciaban las nuevas obras realizadas o las que habían llegado del extranjero. La extensa difusión de estas gacetas y diarios de Madrid permitió que las librerías madrileñas actuarán como centro de redistribución de estampas a las provincias españolas (y a América).¹² Además este fenómeno de difusión de noticias sobre estampas a la venta se repetía en las publicaciones periódicas de las distintas ciudades. En los diarios, gacetas y avisos de Sevilla, Valencia o Barcelona, y en las que se publicaban en México, se incluían anuncios sobre venta de libros y estampas. De este modo las noticias sobre las estampas (de carácter lúdico como los juegos de oca, o las de tono más político y satírico) podían llegar a los lectores, y el público podían conocer las novedades y dónde encontrarlas.

En Europa parte de los estudios se han centrado en los catálogos de venta de obras de arte (que en numerosas ocasiones recogían estampas), pero en el caso español son escasos para el período moderno. Ante esta ausencia de un mercado del arte a la manera de París o Londres, adquieren un mayor relieve los catálogos de venta de libros y estampas de libreros y editores, y los catálogos de venta de las bibliotecas particulares mediante subastas. Estas fuentes resultan de gran valor al contener información sobre las estampas a la venta, sus precios y otras informaciones valiosas de la distribución al por mayor, y al detalle. El primer trabajo, pionero en España, en el estudio de estos catálogos fue el realizado por Antonio Rodríguez-Moñino en su *Catálogos de libreros españoles, 1661-1798: intento bibliográfico* (1942), ampliado más tarde en *Catálogos de libreros españoles, 1661-1840: intento bibliográfico* (1945).¹³ A este primer censo, que estamos completando en estos momentos, le precedieron algunos estudios puntuales sobre casos concretos, como el trabajo de Revello sobre un interesante *Catálogo, o memoria de libros de todas facultades* (Sevilla, c. 1689) con libros “*para vender en las Indias*”.¹⁴ La importancia de este catálogo merece ser resaltada, ahora bien, estas noticias deben ser corregidas y ampliadas, y es la tarea que estamos realizando en el equipo de investigación encargado de realizar un nuevo censo de catálogos de libreros. Este

¹¹ KIRSOP, Wallace. The State of the Discipline: Booksellers and Their Customers: Some Reflections on Recent Research. *Book History*, v. 1, n. 1, p. 283–303, 1998. HOWSAM, Leslie. *Old books and new histories: an orientation to studies in book and print culture*. Toronto: University of Toronto Press, 2006.

¹² VEGA, Jesusa. El comercio de estampas en Madrid durante la Guerra de la Independencia. *Estampas de la Guerra de la Independencia*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 1996. p. 17–40. VEGA, Jesusa. Estampas calcográficas de la década ominosa entre la devoción, la propaganda política y popular. *Archivo español de arte* 67, 268, 1994. p. 343–358.

¹³ RODRÍGUEZ MOÑINO, Antonio. *Catálogos de libreros españoles, 1661-1798: intento bibliográfico*. Madrid: Tip. de los Sucesores de J. Sánchez Ocaña, 1942.

¹⁴ TORRE REVELLO, José. Un catálogo impreso de libros para vender en las Indias Occidentales en el siglo XVII. *Boletín del Instituto de Investigaciones Históricas*, v. VII, n. 40, p. 233–253, 1929.

proyecto ha permitido localizar catálogos de venta impresos en Sevilla en 1680, 1682, 1683 y 1687.¹⁵ Estos hallazgos ofrecen una imagen distinta del papel que jugaron los libreros en la aparición de los catálogos para promocionar la venta de libros. Para situar su importancia conviene recordar que el primer catálogo realizado en las colonias británicas americanas para la venta de libros se imprimió en Boston, conteniendo los libros que habían pertenecido al reverendo Samuel Lee que fueron puestos a la venta en 1693. El estudio de los catálogos permite reconstruir algunas de las redes, detectando a los libreros e impresores con intereses en la distribución de surtidos, y en ocasiones las características del catálogo ofrecen indicios del público al que pretendía dirigirse. En 1760 el mercader de libros e impresor Manuel Espinosa de los Monteros (1713-1781) imprimió un extenso catálogo de venta de libros en latín con el título de *Catalogo de los libros, que se hallaran en la libreria de Dn. Manuel Espinosa de los Monteros, Impresor Rl. De Marina, en la ciudad de Cadiz, calle de S. Francisco* ([Cádiz], 1760). En este impreso difundió la oferta de surtido de teología, derecho, medicina, farmacia y humanidades mediante un catálogo de 118 páginas. Espinosa redactó una presentación del catálogo ofreciendo al futuro comprador “*los libros que al presente tengo*”, pero indicaba que para los otros impresos de erudición “*puedes con toda seguridad ocurrir a esta mi casa en la Oficina de la Imprenta Real de Marina en Cádiz, que en breve te serviré, por tener facilidad de recibirlos así de nuestra España, como de las ciudades extranjeras*”.¹⁶ El catálogo contiene un amplio abanico de textos en latín, destinados a los eclesiásticos, los profesionales del derecho y la medicina, los interesados en el mundo clásico y las humanidades. De este modo lograba segmentar el surtido y editar un catálogo a la medida de una parte del público potencial a uno y otro lado del Atlántico, ya que los libreros gaditanos también se convirtieron en intermediarios habituales del tráfico de libros desde Europa a la Corte, y a los territorios americanos de la Corona española.

Estos catálogos fueron un medio de difusión interesante, pero limitado y ocasional, esto llevó al desarrollo de nuevas iniciativas que favorecieran la circulación de información de los nuevos libros impresos. Algunos editores, fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XVIII y durante el siglo XIX, publicaron prospectos que anunciaban las novedades, en otros casos se publicaron carteles anunciando las publicaciones.¹⁷ De este modo se fueron ampliando los

¹⁵ RUEDA RAMÍREZ, Pedro. Los primeros catálogos de venta de libros. *Andalucía en la Historia*, n. 30, p. 90–93, 2010.

¹⁶ *Catalogo de los libros, que se hallaran en la libreria de Dn. Manuel Espinosa de los Monteros*. [Cádiz], 1760, h. A^{2r}. Biblioteca Palafoxiana, Puebla de Zaragoza (México).

¹⁷ Las publicaciones periódicas han sido analizadas por MORÁN ORTI, Manuel, coord. *La oferta literaria en Madrid, 1789-1833: un estudio cuantitativo de la cultura del libro*. Madrid : Universidad Europea-CEES Ediciones, 2000. ALONSO SEOANE, María José. *Narrativa de ficción y público en España : los anuncios en la Gaceta y el Diario de Madrid (1808-1819)*. Madrid: Universitas, 2002.

mecanismos de publicidad del libro. Esta proliferación se pudo apreciar en los propios libros, paulatinamente algunos impresores comenzaron a incluir listas de libros impresos en sus talleres al final de las obras que imprimían, en otros casos los libreros promocionaban sus libros mediante las reseñas críticas en las revistas literarias, contribuyendo al fomento de algunas de las polémicas eruditas que les proporcionaron una clientela interesada en los debates (y las batallas) de la República de las letras.¹⁸ A finales del siglo XVIII algunos libreros se plantearon la conveniencia de una publicación periódica que recogiera las numerosas noticias sobre nuevos libros. Una de las publicaciones más interesantes en este sentido fue la *Biblioteca periódica anual para utilidad de los libreros y literatos* (Madrid, 1784-1791). Este anuario de nuevos libros incluía información recopilada de fuentes muy diversa, incluyendo los catálogos de libros como un fuente esencial. Al final de cada volumen se añadió una lista de los libreros que tenían las obras a la venta. Esta fuente permite conocer los establecimientos de venta activos cada año, y ha sido utilizado para establecer el mapa de los negocios de librería españoles.¹⁹ Varios libreros madrileños intentarían emular esta iniciativa, pero no resultó nada fácil consolidar las publicaciones sobre libros en España. La *Bibliografía nacional y extranjera o Periódico general de imprenta y librería* (1820) del librero Antonio Miyar Otero se publicó semanalmente, pero resistió únicamente un trimestre, del 4 de agosto al 27 de octubre de 1821. En este caso la publicación se dirigía “a la más perfecta instrucción tanto a los literatos como de los comerciantes de libros” e incluía un apartado específico para “cartas geográficas” y “estampas”.²⁰

Las estampas en los catálogos de venta de libros

Algunos catálogos incluyen un apartado de estampas, indicando generalmente de manera muy genérica las características de las estampas (si están iluminadas o no, si se venden al por mayor o al por menor) o formando lotes, sin precisar generalmente la autoría, el título, o las dimensiones, ya que como indica Selbach “ils présentent souvent des lots d’estampes sommairement

¹⁸ MORÁN ORTI, Manuel. El Almanak literario de Antonio Marqués: un perfil de la cultura del libro a principios del siglo XIX. *Aportes. Revista de Historia Contemporánea*, 15, 43, p. 3–14, 2000. ÁLVAREZ BARRIENTOS, Joaquín. *Los hombres de letras en la España del siglo XVIII: apóstoles y arribistas*. Madrid: Castalia, 2006.

¹⁹ LOPEZ, François. Gentes y oficios de la librería española a mediados del siglo XVIII. *Nueva revista de filología hispánica*, n. 33, p. 165–185, 1984 (cita de la p. 177).

²⁰ PANTÍN FERNÁNDEZ, Francisco José. La Bibliografía nacional y extranjera de Antonio Miyar, un instrumento bibliográfico al servicio del progreso de España, *Boletín AABADOM*, p. 18–25, 2001. Disponible em: <http://www.aabadom.files.wordpress.com/2009/09/40_0.pdf>. Consulta em: 28 mar. 2011. Sobre este librero véase PELAEZ GONZÁLEZ, Ana. Antonio Miyar, el librero de Corao. *Actas: 1er Congreso de Bibliografía Asturiana: Oviedo, 11 al 14 de abril de 1989*. Oviedo: Consejería de Educación, Cultura, Deportes y Juventud, 1992, p. 375–379. Analiza los catálogos de libreros BOTREL, Jean-François. *La diffusion du livre en Espagne (1868-1914)*. Madrid: Casa de Velázquez, 1988. p. 82-87.

décrits”.²¹ En muchos casos los catálogos ofrecen información básica sobre las estampas indicando si es un retrato, un paisaje o una estampa de reproducción de obras de arte. En cualquier caso las descripciones son breves, coincidimos con el análisis de Selbach de los catálogos franceses que indica que “*ces documents restent généralement très vagues*”.²² Esto es válido tanto para las estampas como para los libros, que no siempre aparecen con unos mínimos datos bibliográficos.

Los catálogos presentan tres modalidades diferenciadas. A continuación analizaremos varios ejemplos de estas tres modalidades: a) Venta de estampas como parte de la estrategia de venta de menudencias impresas. Estos catálogos incluyen estampas populares y anuncian una variada gama de impresos que pueden asimilarse al catálogo de la *bibliothèque bleu*, y que han recibido por parte de la crítica literaria la denominación de literatura de cordel.²³ Es un género editorial de notable éxito y notable continuidad durante la edad moderna, con títulos que siguen imprimiéndose reiteradas veces a lo largo de los siglos XVI al XVIII.

b) Las estrategias de los libreros que anuncian la venta de estampas junto a libros de surtido. Las estampas aparecen en los catálogos de venta de libros, conjuntamente con estos y pueden venderse junto a juegos de la oca, librillos educativos y productos de papelería. Las estampas fueron comercializadas en toda una amplia gama de establecimientos, y estos catálogos permitían la distribución a otros libreros, pero también a todo tipo de tiendas (mercerías, tiendas de comestibles, etc.) y a diversos intermediarios (buhoneros, ciegos y otros) que ocasionalmente sirvieron como una extensa red de distribución en zonas rurales y ciudades que no contaban con tiendas de libros ni imprentas.

c) Algunos libreros anunciaban estampas “finas” y buscaban una clientela selecta y con poder adquisitivo. Los catálogos de venta incluían estas estampas junto a libros o separadamente en catálogos exclusivamente de estampas, que son mas raros en el caso español. Lo habitual es encontrarnos algunas referencias a estampas “finas”, o incluso algunos editores como Antonio de Sancha llegan a anunciar la preparación de catálogos de venta de estampas “exquisitas” con la intención de atraer el interés de clientes que puedan comprar reproducciones de obras artísticas.

²¹ SELBACH, Vanessa. La place de l'antique dans les collections d'estampes (XVIe-XVIIIe siècle). *D'une Antiquité à l'autre: la littérature antique classique dans les bibliothèques du XVe au XIXe siècle*. Sous la direction de Catherine Volpillac-Augé. Lyon: ENS Éditions, 2006. p. 91.

²² SELBACH, Vanessa. La place de l'antique dans les collections d'estampes (XVIe-XVIIIe siècle). *D'une Antiquité à l'autre: la littérature antique classique dans les bibliothèques du XVe au XIXe siècle*. Sous la direction de Catherine Volpillac-Augé. Lyon: ENS Éditions, 2006. p. 91.

²³ BOTREL, Jean-François. Literatura de cordel. *Diccionario de literatura popular española*. Salamanca: Ediciones Colegio de España, 1997. p. 179-185.

En cualquier caso a veces estas modalidades pueden entrecruzarse, ya que algunos libreros diversifican sus actividades y venden a una clientela selecta y, a la vez, distribuyen estampas populares. En otros casos en la venta del surtido se incluyen libros, menudencias y estampas, lo que resulta muy adecuado para abarcar una oferta variada que pueda interesar a un público amplio. La *Lista del surtido que en el día tiene en su Imprenta Don Rafael Garcia Rodriguez, Calle de la Librería, Casa número 2. en Córdoba* [Córdoba, c. 1826]²⁴ incluye un pequeño lote de libros (en formato 8° y 16°), vendidos por docenas, es decir, al por mayor, también incluía novenas, un apartado extenso (que supone una buena parte del catálogo) dedicado a romances, relaciones, pasillos y coplas, y un conjunto de “estampas de a pliego” y otro de “estampas de a medio pliego” de imágenes devotas, indicando la advocación: “Santísima Trinidad. Smo. Sacramento. Sagrada familia. Sta. Cruz de Caracaba”, etc.

Además, en ciertos lugares como Murcia y otras áreas periféricas de la Península Ibérica, los libreros que publican catálogos distribuyen a toda clase de clientes, sin especializarse, ya que de ello dependía su supervivencia como negocio, y además desde estas ciudades se realizaba la distribución a las zonas rurales. Este último aspecto es esencial, cada catálogo ofrece un panorama diferente, en ocasiones, como los catálogos foráneos, buscaban una clientela erudita y letrada, pero en los numerosos catálogos impresos en España los libreros-editores e impresores ofrecen, generalmente, una amplia oferta de surtido. En tales casos los clientes podían encontrar la producción nacional, pero también numerosas obras traídas del extranjero, como es el caso del *Índice de los libros franceses, ingleses e italianos* (Madrid, 1798) puestos a la venta en las librerías de Manuel Sánchez Pardo, “y de las dos hermanas”, ambas en Madrid.²⁵ La amplia oferta de este catálogo era propia de la Corte y las grandes ciudades, pero contrasta con otros catálogos más modestos, que no lograban alcanzar la diversidad de títulos extranjeros ofertados para una clientela letrada que dominaba el latín o el francés.

Los catálogos de venta que incluyen estampas populares han despertado un notable interés entre los especialistas en bibliografía e historia de la literatura. Es el caso de la descripción que realiza el bibliógrafo Serrano Morales en su obra *Reseña histórica en forma de diccionario de las imprentas que han existido en Valencia*,²⁶ en este estudio cita una *Memoria de los Romances, Relaciones, Historias,*

²⁴ RODRÍGUEZ MOÑINO, Antonio. *Catálogos de libreros españoles, 1661-1798*: intento bibliográfico. Madrid: Tip. de los Sucesores de J. Sánchez Ocaña, 1942. p. 114.

²⁵ *Índice de los libros franceses, ingleses e italianos, que se hallan venales en las librerías de Manuel Sanchez Pardo, calle de Toledo, y de las Dos Hermanas, casa nº 22, quarto baxo, librería que fué de Don Francisco Guerrero.* [Madrid], 1798. Toledo. Biblioteca de Castilla-La Mancha, Caj. fol. 4-23105(15).

²⁶ SERRANO MORALES, José Enrique. *Reseña histórica en forma de diccionario de las imprentas que han existido en Valencia desde la introducción del arte tipográfico en España hasta el año 1868.* València: Ajuntament de València, 2000. p. 244.

Entremeses, Estampas iluminadas, Libros, y otras menudencias que se hallan en Valencia, en la Imprenta de Agustín Laborda, vive en la Bolsería, la casa del Núm. 18 (c. 1746-1780), el impreso pertenecía a la colección de Serrano Morales. Esta noticia fue recogida por Rodríguez Moñino e Infantes.²⁷ No se conoce ningún ejemplar. En este catálogo el impresor y librero Agustín Laborda, un destacado editor valenciano del siglo XVIII, anunciaba la puesta a la venta de lotes de “*estampas iluminadas*” y otras menudencias en un impreso con 2 hojas a tres columnas en folio. Ahora bien, no podemos conocer más detalles de la procedencia de estas estampas, con bastante probabilidad estampas populares, con motivos devotos y de interés local, para su distribución en la ciudad y en el reino de Valencia. Los libreros valencianos, y los de las otras ciudades, vendían estos productos económicos en sus tiendas, pero también ofrecían estos productos de bajo costo a buhoneros y vendedores ambulantes que hacían llegar las menudencias a los pueblos y villas.²⁸ El escritor Rodrigo Fernández de Ribera en *El Mesón del Mundo*, publicado en las prensas madrileñas en 1631, recogía el anuncio de una “librería vagabunda”, de un vendedor ambulante, y muestra el público interesado en estos impresos “casuales y demandados”:

Levánteme por la mañana del otro día, que era fiesta, y hallé una pared de casa entoldada de ristras de papeles y rimas de libretes, que al parecer debía ser alguna librería vagabunda, en que entran coplas, relaciones y sus pocas estampas, y algunos libros casuales y demandados; llégume con golosina y hallé más curiosos a otros que habían madrugado más, vecinos del lugar, que estaban apoderados cada uno en su género, hechos unos cantares; comencé a recorrer los tenderos...²⁹

Otra modalidad de catálogo es la oferta de surtido, que incluye libros y estampas. Un caso interesante es el del *Catálogo de algunas obras que se hallan de venta en la imprenta y despacho de libros de José de Santa María*.³⁰ Este catálogo es un claro ejemplo de la estrategia de una librería e imprenta local, establecida en Murcia, que intenta ofertar una notable diversidad de libros, librillos educativos (como las “cartillas de Valladolid” o unas “muestras finas para escribir de todas letras”) y estampas. Aunque es un catálogo del siglo XIX una parte de los productos tipográficos que oferta eran idénticos a los que se producían durante la centuria anterior. Ofrecía “estampas finas de

²⁷ RODRÍGUEZ MOÑINO, Antonio. *Catálogos de libreros españoles, 1661-1798*: intento bibliográfico. Madrid: Tip. de los Sucesores de J. Sánchez Ocaña, 1942. p. 43. INFANTES, Víctor. Infortunios y apócrifos de un pliego teatral del siglo XVI: el “Auto llamado Lucero de nuestra salvación” de Ausias Izquierdo. *Castilla: Estudios de literatura*, n° 4. p. 137-151, 1982 (referencia en la p. 149).

²⁸ GRIFFIN, Clive. Itinerant booksellers, printers, and pedlars in sixteenth-century Spain and Portugal. *Fairs, markets and the itinerant book trade*. Edited by Robin Myers, Michael Harris and Giles Mandelbrote. New Castle, DE: Oak Knoll Press; London: British Library, 2007. p. 43-59. Un estudio detallado de un librero ambulante en CASTAÑEDA, Carmen. Libros como mercancías y objetos culturales en la Feria de San Juan de Los Lagos, México, 1804. *Estudios del hombre*, 20, 2005. p. 87-107.

²⁹ Fragmento citado y comentado por INFANTES, Víctor. Ristras de papeles y rimas de libretes. Las lecturas populares en el cambio de siglo. *La cultura en Andalucía. Vida, memoria y escritura en torno a 1600*. Eds. Pedro Ruiz Pérez y Klaus Wagner. Estepa: Ayuntamiento, 2001. p. 136.

³⁰ *Catálogo de algunas obras que se hallan de venta en la imprenta y despacho de libros de José de Santa María, calle de la Platería, n° 14 en Murcia*. [Murcia: José de Santa María], c. 1823-1840. Murcia. Archivo Municipal de Murcia, Biblioteca Auxiliar, 1-H-48(5).

varios tamaños y de los mejores buriles de Madrid, Barcelona y Valencia”, limitando así a la producción calcográfica nacional las imágenes disponibles (lejos de la oferta de las librerías más selectas de Madrid y las grandes capitales). Además de ofrecer las estampas “de los mejores buriles” (un ardiz publicitario), indica en el catálogo que tiene a la venta “tarjetas de varias clases finas”, aludiendo a la novedad de contar con tarjetas de presentación, una moda que Aguilar Piñal ha reconstruido en sus orígenes en España a partir de algunas colecciones de tarjetas de visita de la Corte, pero que como vemos tuvo un éxito también en provincia.³¹ También otra rúbrica del catálogo indica que tiene disponibles “retratos del Rey iluminados y en negro”, que por las fechas del catálogo (probablemente de los años treinta del siglo XIX) deben corresponderse con imágenes de Fernando VII (1784-1833).³² La diversidad de libros, productos impresos (tarjetas, muestras, papel de música, papel pautado) y estampas que incluye en su catálogo son una respuesta clara de una imprenta y librería que busca un público diversificado, interesado por el libro escolar, la lectura de ocio y las imágenes para decorar los hogares. Al poco tiempo algunos catálogos se especializarían, como puede apreciarse claramente en el caso de los libros escolares y los de material escolar,³³ pero cuando nos encontramos con ciudades de provincia la oferta de sus catálogos indica que su público potencial es variado y deben responder a demandas de notable diversidad.

Una última modalidad de catálogo es la que incluye estampas “finas” procedentes tanto de los talleres de grabadores nacionales como extranjeros. Estos catálogos especializados ofrecen estampas con autor y título reconocidos, y valorados entre los coleccionistas, incluyendo tanto grabados originales como grabados de interpretación.³⁴ Es posible encontrar estos grabados en las librerías de las grandes ciudades, y también se distribuyen mediante correspondientes en las principales ciudades. Un caso interesante es el *Catálogo de los libros impresos en casa de Sancha, impresor y mercader de libros en esta Corte* (Madrid, c. 1797).³⁵ Antonio de Sancha (1720-1790), uno de los más destacados libreros-editores e impresores del Madrid de la segunda mitad del siglo XVIII, ofrecía en su catálogo libros de imprentas españolas en castellano, un abundante surtido de comedias y

³¹ AGUILAR PIÑAL, Francisco. Otra innovación del siglo XVIII: las tarjetas de visita. *Bulletin hispanique*, v. 104, n. 1, p. 23–40, 2002.

³² El valor de la imagen del rey es analizado en MATILLA, José Manuel. Estampas españolas de la Guerra de la Independencia: propaganda, conmemoración y testimonio. *Cuadernos Dieciochistas*, n. 8, p. 247–265, 2007 (especialmente p. 254–256).

³³ GUEREÑA, Jean-Louis. La edición escolar en España durante la Restauración (1875-1900). *Centros y periferias: prensa, impresos y territorios en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jacqueline Covo-Maurice*. [s.l.]: PILAR, 2004. p. 105-116. ESTEBAN MATEO, León. Los catálogos de librería y material de enseñanza como fuente iconográfica y literario-escolar. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, n. 16, p. 17–46, 1997.

³⁴ VIVES PIQUÉ, Rosa. *Del cobre al papel: la imagen multiplicada*. Barcelona: Icaria, 1994. p. 94-101.

³⁵ *Catálogo de los libros impresos en Casa de Sancha, Impresor y Mercader de Libros en esta Corte, y de otros varios que se hallan venales en su casa en la calle del Lobo*. [Madrid, c. 1797]. Barcelona. Biblioteca de Catalunya, BerREs. 78-12°

obras musicales de Mozart, Johann Baptist Vanhal y Luigi Rodolfo Boccherini, entre otros, “*que se venden sueltas*”. A esta oferta variada se sumaba una oferta de estampas para coleccionistas e interesados en el arte, o bien aquellos que querían formar series de estampas temáticas o por escuelas, ya que el interés por las obras artísticas extranjeras y la difusión de las obras de arte en España había comenzado a tener un éxito notable entre eruditos, académicos y viajeros interesados en las colecciones reales europeas, los gabinetes y los primeros museos abiertos al público para mostrar las obras pictóricas. En el catálogo el impresor y librero Sancha, buen conocedor del público de la Corte, ofrecía “*un surtido de estampas exquisitas inglesas, italianas, y alemanas, copiadas por los mejores pintores, y grabadas por los mejores grabadores, de las que hay catálogo aparte*”.³⁶ Es interesante resaltar la oferta de “*estampas exquisitas*”, un reclamo publicitario para el público diletante, y el hecho de seleccionar un lote de grabados de reproducción de obras de arte. En este caso la estampa actúa como un objeto de sustitución del dibujo, la pintura, la obra arquitectónica, la escultura, o las piezas numismáticas y las medallas, alimentando el interés por la colección de estampas en los gabinetes y museos de humanistas, letrados, eruditos e ilustrados.³⁷ En tales ocasiones las estampas imitaban las técnicas pictóricas, como el grabado *mezzotinta*, el aguafuerte y otras técnicas que tenían la finalidad de aproximarse a la textura y los matices de la pintura original que trataban de reproducir. Era esencial lograr estos matices ya que permitía comparar a los maestros que servían de modelo y delimitar las escuelas, reproduciendo obras de artistas reconocidos y galerías de arte de notable fama. La formación de colecciones llegó a adquirir tal importancia que se publicaron manuales con modelos como el que ofrecía Carl Heinrich von Heineken en su *Idée générale d’une collection d’estampes* (1771). En estos casos la copia fiel del original era muy valorada por los entendidos y coleccionistas, pero también las academias y las sociedades de amigos del país se interesaron en el arte de la estampa. Estas piezas podían decorar sus salones y adornar sus gabinetes, incorporarse a sus bibliotecas y contribuir a los debates artísticos. Entre los miembros que visitaban sus salones, como era el caso de Bernardo Iriarte, se encontraban algunos de los coleccionistas que propusieron la exhibición pública de pinturas y estampas en tiempos de la Ilustración, un antecedente de los museos pictóricos del siglo XIX.³⁸ El librero-editor Sancha informaba a los posibles compradores de estampas “*que hay*

³⁶ *Catálogo de los libros impresos en Casa de Sancha, Impresor y Mercader de Libros en esta Corte, y de otros varios que se hallan venales en su casa en la calle del Lobo*. [Madrid, c. 1797]. Barcelona. Biblioteca de Catalunya, BerREs. 78-12°. p. 23.

³⁷ SELBACH, Vanessa. *La place de l’antique dans les collections d’estampes (XVIe-XVIIIe siècle). D’une Antiquité à l’autre: la littérature antique classique dans les bibliothèques du XVe au XIXe siècle*. Sous la direction de Catherine Volpillac-Augier. Lyon: ENS Éditions, 2006. p. 92.

³⁸ JORDÁN DE URRÍES Y DE LA COLINA, Javier. El coleccionismo del ilustrado Bernardo Iriarte. *Goya: Revista de arte*, n. 319-320, p. 259–280, 2007. PEMÁN MEDINA, María. Estampas y libros que vió Goya en casa de Sebastián Martínez. *Archivo Español de Arte*, 65, 259-260, p. 303–320, 1992.

catálogo aparte”, pero este catálogo no nos ha sido posible localizarlo. Es probable que la ausencia de detalles sobre las estampas puesta a la venta se deba a la existencia del otro catálogo, este únicamente de estampas, que ofrecería datos precisos sobre los temas tratados y las obras de arte reproducidas.

La distribución de estampas

Los impresos eran conocidos de antemano gracias a los catálogos de venta, destacando los catálogos de las ferias de Leipzig y Frankfurt que llegaban a manos de los libreros de la Corte española. En 1650 Juan Bautista Dávila, un jesuita que perseguía con saña los libros prohibidos, informaba a los Inquisidores de algunos nuevos libros de teólogos herejes que debían prohibirse. Dávila afirmaba que había “*buscado el Catálogo universal de las Ferias de otoño celebradas en Franco Furt este año de mill y seiscientos y cinquenta*”, y que al leer las listas de libros “*se hace mención de muchos libros o nuevos o nuevamente impresos y añadidos por los mismo autores theólogos herejes*”.³⁹ Los catálogos, como vemos, no caían únicamente en manos de libreros y compradores, también los colaboradores del Santo Oficio podían estar muy interesados en las novedades. Estos nuevos libros eran distribuidos a través de librerías de Lyon, París, Venecia o Amberes, entre otras, y era posible comprarlos gracias a los agentes extranjeros que vivían (o visitaban) las ciudades españolas para acordar la compra-venta de lotes de libros y estampas que llegarían por vía terrestre o marítima a las tiendas españolas, como era el caso de Juan Pulman que trabajó como agente de Plantino en Salamanca.⁴⁰ Estos intermediarios lograron introducir con facilidad libros y estampas, sin que las trabas inquisitoriales pudieran poner freno a la circulación, aunque las visitas de navío o de las librerías podían detener algunos títulos.⁴¹

Las estampas incluidas en las obras litúrgicas son un excelente ejemplo de la difusión de modelos iconográficos imitados en las obras pictóricas y en las esculturas de las iglesias y conventos. González García estableció una relación entre algunos de los grabados del *Missale*

³⁹ AGULLÓ Y COBO, Mercedes. *La imprenta y el comercio de libros en Madrid*: (siglos XVI - XVIII). Tesis (Doctorado en Historia) - Departamento de Historia Moderna, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2009. p. 21-22. Disponible em: <<http://eprints.ucm.es/8700/>>. Consulta: 02 abr. 2011. El papel de estas ferias en la distribución del libro puede seguirse en LEAVEN, A. H. The Frankfurt and Leipzig book fairs and the history of the Dutch book trade in the seventeenth and eighteenth centuries. *Le magasin de l'univers: the Dutch republic as the centre of the European book trade*. Leiden: E. J. Brill, 1992. p. 185-197.

⁴⁰ ROBBEN, Frans M. A. *Cristobal Plantino (1520-1589) y España*. Madrid: Dirección General del Libro y Bibliotecas. Ministerio de Cultura, 1990. El destacado papel del mercado de estampas parisino en GRIVEL, Marianne. *The Print Marketing Paris from 1610 to 1660*. French prints from the age of the musketeers. Boston: Museum of Fine Arts, 1998. p. 13-19.

⁴¹ PEÑA DÍAZ, Manuel. Libros permitidos, lecturas prohibidas (siglos XVI-XVII). *Cuadernos de Historia Moderna*, Anejos 1, p. 85-101, 2002.

Romanum y las obras de arte castellanas, aunque su estudio se limita a algunos casos puntuales.⁴² En todo caso el origen de algunos grabados estaba basado en la copia de cuadros, como puso de manifiesto López Plasencia al analizar los cuadros barrocos de escuela española que sirvieron a Juan Bernabé Palomino para elaborar los grabados que realizó para el *Misal* (1780) del impresor Antonio Sancha.⁴³ Las estampas de santos tuvieron un éxito extraordinario, y la clientela podía encontrar con facilidad un surtido muy variado, además en algunos casos las propias librerías, como la librería de Millana de Madrid, se ofrecían para hacer “*con brevedad el santo que se encargue, como se demostrará en el libro de muestras de dicha librería*”,⁴⁴ en esta librería podían encontrarse estampas devotas y de santos “*pintados en vitela y papel avitelado, de relieve y calados, de varios gustos, a imitación de los de Alemania*”.⁴⁵ Esta diversificación de la oferta de estampas para libros, relicarios, registros, etc. otorgaba una presencia iconográfica de estas imágenes de manera constante, como elementos protectores y de salvaguarda.

zLos libros litúrgicos constituyeron uno de los negocios editoriales más destacados del mundo moderno. En territorio americano fue necesario enviar miles de ejemplares para dotar las nuevas capillas, iglesias y conventos con los libros adecuados para el cumplimiento de los oficios. Además esta inversión debió revisarse a raíz de la reforma litúrgica emprendida tras el Concilio de Trento.⁴⁶ Este fue un momento de cambio que afectó a todas las iglesias y centros religiosos. Los jerónimos de El Escorial tuvieron un papel clave en la distribución de estos libros del Nuevo Rezado al lograr el favor de Felipe II y sus sucesores que les concedieron privilegios de distribución de estos libros en Castilla y en América. Los monjes jerónimos se abastecieron de varios impresores tanto en España como en Italia, pero muy especialmente compraron libros de la Officina Plantiniana de Amberes. En estos breviarios y misales los grabados jugaron un papel relevante, tal como han demostrado Bowen e Imhof al analizar la correspondencia de Francisco de Villalba y otros con Plantino, cartas en las que se le dan al impresor indicaciones precisas sobre

⁴² GONZÁLEZ GARCÍA, Miguel Ángel. El grabado en los libros litúrgicos de uso en España en los siglos XVI-XVIII y su influencia en la pintura y escultura. *Cuadernos de arte e iconografía*, p. 312–318, 1991. Disponible em: <<http://www.fuesp.com/revistas/pag/cai0731.html>>. Consulta: 28 mar. 2011.

⁴³ LÓPEZ PLASENCIA, José Cesáreo. La pintura española de los siglos XVI y XVII en la producción impresa del Setecientos. Los grabados del *Misal* de Antonio de Sancha (1780). *Vegeta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, p. 111–132, 2004.

⁴⁴ *Diarios de Avisos* de 1808, p. 331. cit. VEGA, Jesusa. El comercio de estampas en Madrid durante la Guerra de la Independencia. *Estampas de la Guerra de la Independencia*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 1996. p. 19.

⁴⁵ *Diarios de Avisos* de 1808, p. 331. cit. VEGA, Jesusa. El comercio de estampas en Madrid durante la Guerra de la Independencia. *Estampas de la Guerra de la Independencia*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 1996. p. 19.

⁴⁶ BÉCARES, Vicente. Aspectos de la producción y distribución del Nuevo Rezado. *Early music printing and publishing in the Iberian world*. Kassel: Reichenberg, 2006. p. 1–22.

las ilustraciones que se deben incluir y el lugar que deben ocupar en los impresos.⁴⁷ El impresor Cristóbal Plantino y sus sucesores vendieron a los monjes escorialenses miles de libros para su venta y distribución en América, pero también despacharon estos libros a los jesuitas y a algunos mercaderes que introdujeron estas ediciones en Nueva España y Perú. Las investigaciones de Imhof demuestran que en 1653 Lorenzo de Vélez, que se definía en la documentación como mercader en México, Perú y las Indias, compró 18 cajas de libros a Balthasar II Moretus, de ellas 6 iban dirigidas a Puebla de los Ángeles. El contenido de este envío destinado a la ciudad de Puebla era un lote de 51 misales, 138 breviarios, 224 devocionarios, 202 libros de la *Imitación de Cristo* de Tomás de Kempis y 192 libros de oraciones para los carmelitas descalzos.⁴⁸ La importancia del nuevo rezado se aprecia en los catálogos de venta. En el *Cathalogo de libros* [Barcelona, 1714] de José Ferrer incluye un apartado de “rezo” en el que los compradores podían abastecerse de misales, breviarios, diurnos, martirologios y otros libros “de todas medidas”, que dan una idea de la variada oferta de textos para la liturgia que podían encontrarse en las librerías españolas.⁴⁹

Las estampas permitían, como apunta Méndez Rodríguez, que los maestros sevillanos pudieran copiar los modelos y agilizar la producción de las pinturas. Las obras eran vendidas fácilmente a través de los canales mercantiles de la Carrera de Indias.⁵⁰ Las estampas entraron en el circuito de venta de obras de arte a través de la Carrera de Indias.⁵¹ Los pintores andaluces que atendían estos encargos podían contar con abundantes estampas en sus talleres. Este era el caso de Domingo Martínez que tenía cientos de estampas que quedaron detalladas en el inventario que fue realizado en Sevilla en 1751. Entre las entradas podemos encontrar “yten otro [tomo] del tamaño de papel ymperial la maior parte de el originales de Rubenes y de otros autores semejantes en su tamaño con quarenta y siete estampas”.⁵² La diversidad de esta colección de estampas artísticas es reveladora del importante circuito de distribución que facilitó el coleccionismo de

⁴⁷ BOWEN, Karen Lee; IMHOF, Dirk. *Christopher Plantin and engraved book illustrations in sixteenth-century Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. p. 130-132.

⁴⁸ IMHOF, Dirk. Las ediciones españolas de la Officina Plantiniana. Su comercialización en España y América Latina en los siglos XVII y XVIII. *Un mundo sobre papel: libros y grabados flamencos en el imperio hispanoportugués* (siglos XVI-XVIII). Leuven; Den Haag: Acco, 2009. p. 76.

⁴⁹ *Cathalogo de libros de todas facultades que se hallaran en casa de Joseph Ferrer* [Barcelona, 1714], p. 24. Biblioteca de Reserva de la Universitat de Barcelona, C-187/7/13(7).

⁵⁰ MÉNDEZ RODRÍGUEZ, Luis. *Velázquez y la cultura sevillana*. Sevilla: Universidad de Sevilla: Secretariado de Publicaciones: Fundación Focus-Abengoa, 2005. p. 136-137.

⁵¹ KINKEAD, Duncan. Juan de Luzon and the Sevillian Painting Trade with the New World in the Second Half of the Seventeenth Century. *The Art Bulletin*, v. 66, n. 2, p. 303-310, 1984. Un estudio de conjunto con abundantes datos en QUILES GARCÍA, Fernando. *Sevilla y América en el Barroco: comercio, ciudad y arte*. Sevilla: Bosque de Palabras, 2009.

⁵² NAVARRETE PRIETO, Benito. «El buen uso de las estampas...». Pintura e imagen impresa en la obra de Domingo Martínez. *Domingo Martínez: en la estela de Murillo*. Sevilla: Fundación El Monte, 2004, p. 75-85. También analiza las estampas de las bibliotecas particulares de artista: NAVARRETE PRIETO, Benito. *La pintura andaluza del siglo XVII y sus fuentes grabadas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, 1997. Disponible em: <<http://eprints.ucm.es/tesis/19972000/H/0/H0047701.pdf>>. Consulta: 18 abr. 2011.

estampas llegadas de toda Europa a España, y desde los talleres de artistas y las librerías se embarcaron para América. En este tráfico participaron los propios artistas en numerosas ocasiones, pero también los libreros llevaban estampas y en ocasiones pinturas. Francisco de la Fontanilla, un librero que retornó a Lima en 1650 con 72 cajones de libros llevaba también “un cajón de pintura de santos y apóstoles y vírgenes con cuarenta liencos”.⁵³ De hecho, muchas de las pinturas enviadas eran productos en serie, y numerosas estampas iluminadas lo eran igualmente, de tal manera que el mercado del arte favoreció la distribución e incluso algunos artistas participaron muy directamente en la venta de estas obras. Una vez llegadas estas estampas a América podían servir, igualmente, de modelo a las obras pictóricas. Los estudios sobre la pintura en los virreinos muestran la estrecha relación de las series de estampas y las ilustraciones de los libros con los encargos realizados a los pintores. El cliente podía indicar con claridad la estampa que debía seguirse. De este modo incidía notablemente en la elección del motivo iconográfico e incluso el modelo concreto que se deseaba imitar. Es el caso de los cabildos catedralicios que orientaban el diseño y las líneas fundamentales de la decoración de los espacios de la catedral. En 1675 el Cabildo de Puebla entregó al pintor Echave Rioja las estampas de Rubens que le interesaba que utilizara como modelo para la sacristía.⁵⁴ Las representaciones que los artistas usaban provenían de un repertorio común, producido en los tórculos de los principales talleres europeos de grabado de Venecia, Roma, París, Lyon o Amberes. Los motivos iconográficos pudieron interesar de diferente manera, de tal manera que algunas series de estampas, como muestra Rodríguez Moreno en el caso de los reyes y profetas de Israel grabados por Vignon y editados por Leblond, sirvieron de modelo en territorio americano más que en España.⁵⁵

En un catálogo impreso para la venta de libros en Indias, el rarísimo *Catálogo o memoria de libros de todas facultades* [Sevilla, c. 1689], podemos encontrarnos con el envío a Puebla de los Ángeles y México de unas “resmas de estampas ordinarias” junto a “dozenas de comedias de Madrid” y un amplio surtido de libros.⁵⁶ El envío estuvo ligado, con bastante probabilidad, a Tomás López de Haro. Este librero-editor e impresor sevillano de tiempos de Carlos II fue uno de los más activos e innovadores de la época. Era muy versátil en sus negocios de compra-venta

⁵³ Archivo General de Indias (AGI). Contratación, 1197. N. S. del Rosario y la Antigua, f. 34r.

⁵⁴ SIGAUT, Nelly. Una identidad artística periférica entre la tradición y la modernidad. *José Juárez: recursos y discursos del arte de pintar*. México: Museo Nacional de Arte, 2002. p. 73. Y muy especialmente las p. 98–101 sobre las estampas en la forja de la tradición pictórica novohispana.

⁵⁵ RODRÍGUEZ MORENO, Agustina. Imágenes que crean imágenes. Pinturas y estampas francesas en América colonial. *Arte y crisis en Iberoamérica: segundas Jornadas de Historia del Arte*. Santiago de Chile: RiL Editores, 2004. p. 77–84. También RODRÍGUEZ, Agustina. De París a Cuzco: los caminos del grabado francés en los siglos XVII y XVIII. *Goya: Revista de arte*, n. 327, p. 132–143, 2009.

⁵⁶ TORRE REVELLO, José. *Un catálogo impreso de libros para vender en las Indias Occidentales*. Madrid: Francisco Beltrán, 1930. p. 30.

de libros, negociaba la venta de tipos de imprenta, traídos de Holanda, editaba libros y tenía estampas a la venta en su tienda. En 1681 encontramos a Tomás López de Haro embarcando 22 baúles con un total de 287 títulos remitidos en los galeones de Tierra Firme a través de los intermediarios habituales de la Carrera de Indias. En la memoria que presentó a los inquisidores sevillanos anotó con detalle los títulos de los libros, al final del listado indicó que iban en el envío “comed[ías] sueltas varias” y en la última línea del documento anotó “una resma de estampas varias”.⁵⁷ La resma era la unidad de medida habitual en la venta por lotes. Una resma era “el mazo de veinte manos de papel”, y la mano cada “una de las partes en que se divide la resma de papel, que contiene veinte y cinco pliegos”. Es decir, la resma contenía 500 pliegos impresos. Las estampas se embarcaron en los navíos que atravesaron el Atlántico por cientos y miles, ya que era un producto que pasaba fácilmente los controles, era muy demandado y, aunque no siempre, podía resultar económico. El 13 de enero de 1610 un mercader sevillano, Florencio Ponce, presentó un registro de mercancías. Este documento era un negocio en el que participaba el mercader Juan de la Fuente Almonte, una familia conocida en ambos lados del Atlántico, por sus lazos con agentes de los puertos de ambas orillas. En la hoja de registro se detallan las mercancías embarcadas, este mercader llevaba:

12 docenas de estansas cartones pequeños a 1020 maravedís gruesa.

1000 estampas negras a doce maravedís cada docena.

1000 estampas digo 42 docenas de estansas luminadas pequeñas de papel a 50 maravedís cada docena.

8 docenas de cartones grandes luminaciones a 160 maravedís cada docena.

1000 estampas negras a 12 maravedís la docena.

1000 estampas negras de papel a 12 maravedís la docena.⁵⁸

Florencio Ponce llevaba en este envío un total de 3.744 estampas. Aclarar que la “gruesa” del primer asiento era una unidad de medida usual en la época, se trata de doce docenas, esto es, 144 estampas.

En el caso anterior nos encontramos con una venta de un lote al por mayor, con estampas que podían servir para la decoración de los hogares o la devoción, ya que podían usarse en oratorios, llevarse en la faltriquera o acompañar la lectura de una obra devota. Los libreros podían vender sueltas estas estampas, pero también tenían otras estrategias. En ocasiones podían vender un libro a precio más económico al no contar con las estampas o bien un precio más elevado al incorporar juegos de grabados calcográficos a página completa que se cosían a los cuadernos del ejemplar editado para completar una unidad de venta a un precio más elevado. Un fenómeno que

⁵⁷ AGI. Contratación, 1237. *San Miguel*, f. 53v.

⁵⁸ AGI. Contratación, N. S. *de la Concepción*, f. 47r-v y 48r.

se da con frecuencia en ediciones de lujo y libros editados en numeroso volúmenes, como es el caso de la edición de *El ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha compuesto por Miguel de Cervantes Saavedra. Nueva Edición corregida por la Real Academia Española. Con su Superior permiso* (Madrid, por Don Joaquín Ibarra, 1780, 4 vols.). El libro podía comprarse con las láminas “a trescientos reales sin encuadernar” o bien “juegos sueltos de estampas a cien reales cada uno”, tal como apareció anunciado en la *Gaceta de Madrid* de 22 de mayo de 1781.⁵⁹ Las librerías podían ofertar estas estampas “finas” o de lujo, pero también ofrecían una variedad que llegara a todos los públicos, como el anunció de la librería de Barco del *Diario de Madrid* de 1811 que ofrecía un surtido variado de:

Aleluyas ordinarias y diferentes láminas de santos, las tentaciones de San Antonio, el abecedario en figuras, una lámina de aves, otra id. de animales, los trajes de España, los gritos de Madrid, los oficios de Madrid, los juegos de los muchachos, la retreta en día de gala, la vida del soldado, las expresiones del jugador de lotería, y la guerrilla de los muchachos a pedradas. De todos estos artículos se surtirá al comprador al por mayor y menor a 5 reales la mano, y sueltas a 3 cuartos el pliego.⁶⁰

Además de las estampas los libros con ilustraciones fueron una fuente de inspiración para los grabadores y los talleres de imprenta americanos, que copiaron los modelos importados y utilizaron o retocaron grabados xilográficos y calcográficos⁶¹ adquiridos en Europa, siguiendo una larga tradición de transferencias de grabados en madera y metal de una imprenta a otra por venta o intercambio, un fenómeno que se remonta a la etapa incunable y se mantuvo durante la edad moderna ya que permitía la reutilización de materiales en distintos talleres.⁶² El tráfico comercial de estos materiales se incrementó al difundirse las novedades a la venta mediante la edición de especímenes tipográficos con tipos, frisos y viñetas de las principales fundiciones europeas.⁶³ La publicación de estos muestrarios resultó clave para difundir los materiales disponibles en las fundiciones entre los posibles impresores interesados; para dar a conocer el material de los talleres de imprenta a sus clientes, actuando como libro de muestras que incluía tipos, adornos y grabados de un taller; o las simples pruebas para archivar o presentar a sus clientes (bien pruebas con los tipos o de otro tipo).⁶⁴ Además debe valorarse la notable importancia que tuvo el viaje de artistas

⁵⁹ *Gaceta de Madrid*, Madrid, Imprenta Real, 22 de mayo de 1781 (nº 81), p. 414.

⁶⁰ VEGA, Jesusa. El comercio de estampas en Madrid durante la Guerra de la Independencia. *Estampas de la Guerra de la Independencia*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, 1996. p. 27.

⁶¹ ROMERO DE TERREROS, Manuel. *Grabados y grabadores en la Nueva España*. México: Ediciones Arte Mexicano, 1948. GRAÑÉN PORRÚA, M^a Isabel. El grabado libresco en la Nueva España, sus emblemas y alegorías. *Juegos de ingenio y agudeza: la pintura emblemática de la Nueva España: Museo Nacional de Arte*, noviembre, 1994-febrero, 1995. México: Ediciones del Equilibrista; Turner, 1994. p. 117-131. Sobre los libros de emblemas véase LÓPEZ POZA, Sagrario. Los libros de emblemas y la imprenta. *Lectura y Signo*, n. 1, p. 177–200, 2006.

⁶² LEUTRAT, Estelle. *Les débuts de la gravure sur cuivre en France: Lyon 1520-1565*. Genève: Droz, 2007. p. 33–35. En el caso mexicano véase GRAÑÉN PORRÚA, María Isabel. Hermes y Moctezuma, un tarot mexicano del siglo XVI. *Estudios de cultura Náhuatl* 27, p. 369–393, 1997.

⁶³ THOLENAAAR, Jan; JONG, Cees de. *Type: a visual history of typefaces and graphic styles*. 2 v. Köln: Taschen, 2009.

⁶⁴ CORBETO, Albert. *Especímenes tipográficos españoles*. Catalogación y estudio de las muestras de letras impresas hasta 1835. Madrid: Calambur, 2010. p. 15. Un ejemplo de los grabados disponibles en un taller es el libro de muestras de

con conocimientos de grabado y la estrecha colaboración que tuvieron en los siglos XVI-XVII con los impresores. Este fue el caso de Samuel Stradanus que procedente de Amberes abrió a comienzos del siglo XVII algunas de las primeras calcográficas empleadas en los impresos mexicanos.⁶⁵ En el siglo XVIII el panorama se diversificó, y algunos de los artistas se especializaron en grabado. Es el caso del zamorano Jerónimo Antonio Gil (1731-1798), alumno de la Academia de San Fernando de Madrid que pasó a México para trabajar como profesor de grabado y llegó a encargarse de la administración de la Casa de Moneda. En México Gil trabajó abriendo láminas de los monarcas, ilustrando libros, creando punzones y matrices de tipos, y grabando medallas.⁶⁶ Los pintores y grabadores intentarían contar con el favor del virrey, y llegaron a representar sus quejas contra los “oficiales que sin ser abridores tienen tórculos en que tiran estampas que venden” en un documento que conviene citar por extenso:

En esta ciudad hay algunos profesores mulatos y hay algunos españoles, que sin ser pintores, tienen para su comercio obradores en que les pintan los oficiales, y hay algunos oficiales que sin ser abridores tienen tórculos en que tiran estampas que venden. Y porque de esos abusos se sigue público perjuicio, suplicamos rendidamente a la superioridad de vuestra excelencia, se digne de mandar, que en lo de adelante, los de semejante inferior calidad no ejerciten dichas artes, a excepción de los que ya el día de hoy son profesores, y que los profesores no los admitan por aprendices; y que sean de la calidad que fueren, los que no fueren pintores, no puedan tener obradores para que les pinten los oficiales; ni tampoco puedan los oficiales que no fueren abridores, tener tórculos para tirar estampas, ni pública ni secretamente, bajo de las respectivas penas convenientes.⁶⁷

Este testimonio sobre “oficiales que sin ser abridores tienen tórculos en que tiran estampas que venden” nos permite entender la facilidad con la que se propagó la producción de estampas en México. Un oficial sin conocer el arte del grabado podía fácilmente utilizar los tórculos para producir estampas. Esto tiene sentido si analizamos un caso que muestra como el cliente puede llevar consigo la plancha grabada y encargarse de la tirada de estampas, realizando el operario la mera producción mecánica. El mercedario Fr. José de Yepes viajó de Quito a Nueva España con una imagen de la Virgen. Esta peregrinación le permitió recoger limosnas, con la intención de comprar

1871 del impresor Cumplido. *Establecimiento tipográfico de Ignacio Cumplido*: libro de muestras. México, D.F.: Instituto Mora, 2001.

⁶⁵ MATHES, Migel. Los flamencos en las artes gráficas en Nueva España en los siglos XVI y XVII: Cornelio Adrián César, Enrico Martínez y Samuel Stradanus (van der Straet). In: _____. *Memorias e historias compartidas. Intercambios culturales, relaciones comerciales y diplomáticas entre México y los Países Bajos, siglos XVI-XX*. México, D.F.: Universidad Iberoamericana, 2009. p. 41–69.

⁶⁶ MEDINA, José Toribio. *La imprenta en México: 1539-1821*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1989, t. I, p. CCXVII. El activo papel de Gil en la Academia de San Carlos y sus solicitudes de compra de estampas y libros pueden seguirse en RODRÍGUEZ MOYA, Inmaculada. *El retrato en México, 1781-1867: héroes, ciudadanos y emperadores para una nueva nación*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispano-Americanos: Universidad de Sevilla: Diputación de Sevilla, 2006. p. 42–44.

⁶⁷ Archivo Histórico de la Ciudad de México, Artesanos y Gremios, t. 381, exp. 6, f. 60r–61v. Cit. por RAMÍREZ MONTES, Mina. En defensa de la pintura. Ciudad de México, 1753. *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, 78, p. 103–128, 2001. (cita de la p. 116).

libros y muebles para su convento quiteño. El fraile viajó finalmente a España y regresó, por la vía de Buenos Aires, lo que hizo sospechar al fiscal de la Corona que intentaba introducir mercancías de contrabando. Este asunto generó un pleito y fue interrogado Fr. Pedro de Saldaña, que le acompañó en su peregrinación. Saldaña en 1768 respondía a varias preguntas, una de ellas era sobre:

Si sabe y le consta que don Josef y don Vicente de Ojeda y Estrada eran mis correspondientes antiguos en la Puebla de los Ángeles y don Miguel Lazo de la Vega en la Veracruz, puerto de la Nueva España, y que de ellos me valía para varios encargos y compras de medallas, cruces y otros efectos para la postulación en tan gruesas cantidades que hubo ocasión en que se compraron por su mano cien mil y la listonería de diversos anchos para satisfacer la devoción de los fieles con medidas de la Santa Ymagen.⁶⁸

En su respuesta afirma que los conocía y acudió a ellos:

para la impresión de gruesas cantidades de estampas de todos tamaños, novenas y otros devocionarios en tanta copia, que después de dar abasto a toda la peregrinación el declarante condujo muchos caxones a dicha hermita de los que reparte hasta oy entre los fieles después de haber llenado toda la provincia y la de los Pastos y Barbacoas.⁶⁹

De este modo contando con los grabados podía imprimir estampas y repartirlas a su paso. Los mercedarios las utilizaron habitualmente en sus misiones, para conocer más detalles de estas actividades viajeras contamos con otro caso. Los misioneros mercedarios del Hospicio o Colegio de Misioneros de San Ramón de Las Conchas que visitaron algunas parroquias en 1768-1769, a su paso por Luján el párroco del lugar dejó constancia del “sermón, tan edificativo alentando a los fieles a la caridad con los pobres, y en especial con los cautivos cristianos, haciendo finalmente una procesión solemne con Nuestra Señora de las Mercedes en la cual personalmente pedían la limosna para el rescate de los cautivos, moviendo asimismo con tres niños que vistieron como cautivos a lo morisco con sus grillos y cadenas.”⁷⁰ Estos viajes por zonas rurales les permitían conectar con comunidades dispersas y difundir de manera selectiva ciertas advocaciones. En estas misiones solían llevar consigo estampas y librillos para incrementar la devoción de los fieles, mediante el uso de la imagen devota, y la lectura guiada de textos piadosos.⁷¹

Conclusiones

Las catálogos de venta de libros incluyeron estampas en numerosas ocasiones, es el caso del *Catálogo, o memoria de libros de todas facultades* (Sevilla, c. 1689) y el de otros más que hemos

⁶⁸ AGI. Quito, 288, n° 7.

⁶⁹ AGI. Quito, 288, n° 7.

⁷⁰ BARRAL, María Elena; DI STEFANO, Roberto. Las «misiones interiores» en la campaña de Buenos Aires entre dos siglos: de los Borbones a Rosas. *Hispania sacra*, v. 60, n. 122, p. 635–658, 2008. (cita de la p. 642).

⁷¹ PALOMO, Federico. Limosnas impresas. Escritos e imágenes en las prácticas misioneras de interior en la península Ibérica (siglos XVI-XVIII). *Manuscripts*, n. 25, p. 239–265, 2007.

analizado. Las estampas podían estar presentes en catálogos de venta de menudencias, formando parte de la oferta de los grabados populares, generalmente xilográficos, que habían favorecido extraordinariamente la difusión de juegos y devociones. También encontramos estampas a la venta en los catálogos de venta de surtido, que venden libros y otros productos, incluyendo lotes de estampas que podían servir en la decoración de los hogares y como parte de una afición por las imágenes y su coleccionismo. Este último aspecto dio lugar a una publicidad específica en los catálogos que aluden a la calidad de las estampas, afirmando que son estampas “finas” o “exquisitas”. En cualquier caso los catálogos deben analizarse en relación a la suma de canales de comunicación con el público que nos permiten detectar los mecanismos de comunicación de las novedades impresas. El librero o estampero difunde su mercancía gracias a los anuncios en la prensa, a los catálogos de venta, a la presencia de listas en las puertas de las librerías o la publicación de prospectos anunciando nuevas obras.

Los libreros fueron agentes activos en la distribución de estampas a los territorios americanos de la Monarquía hispánica. El caso de Tomás López de Haro resulta revelador, ya que es un mercader de libros sevillano que publicó varios catálogos de venta, y al mismo tiempo fue un cargador que embarcaba en los navíos de la Carrera de Indias lotes de estampas para su venta. También los pintores fueron consumidores de grabados, que utilizaron en sus talleres como modelos, pero al mismo tiempo fueron agentes activos que negociaban la venta de pinturas y estampas. En el caso de los talleres sevillanos el comercio artístico con América fue un incentivo clave de las actividades artísticas. Estos agentes, libreros y artistas, contribuyeron a la configuración de un entramado de intereses que favoreció la formación de gabinetes de estampas. De este modo a la distribución de estampas al por mayor realizadas con finalidades devotas, decorativas o de ocio, se suma una creciente especialización artística en el mercado de estampas, que se refleja en el caso de Antonio Sancha en el anuncio de un catálogo de estampas “exquisitas”. Los catálogos reflejan esta creciente división del público al que se destinan las estampas, por una parte, algunos catálogos incluyen imágenes de precios económicos que se distribuyen junto a impresos menores, las denominadas menudencias impresas que incluyen una variada gama de textos populares. Estos materiales entrarían en un consumo de amplio espectro. Ahora bien, se publican algunos catálogos que comienzan a promover la venta de grabados de reproducción de arte. Estos intereses también favorecieron la aparición de algunos catálogos dedicados exclusivamente a la venta de estampas, destinados a un público especializado e interesado en la formación de colecciones de estampas para sus gabinetes o museos privados.