

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

CORTAR, COPIAR Y PEGAR:
AUTORÍA Y PUBLICACIÓN EN EL SIGLO DE ORO ESPAÑOL

A DISSERTATION SUBMITTED TO
THE FACULTY OF THE DIVISION OF THE HUMANITIES
IN CANDIDACY FOR THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY

DEPARTMENT OF ROMANCE LANGUAGES AND LITERATURES

BY
JUAN CAMILO ACEVEDO MORENO

CHICAGO, ILLINOIS

MARCH 2018

Copyright © Juan Camilo Acevedo Moreno

All rights reserved

TABLA DE CONTENIDOS

LISTA DE IMÁGENES	v
AGRADECIMIENTOS	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN: PRINTSPACE	1
I. Entre bibliografía y análisis literario	5
II. Printspace: supuestos teóricos	8
III. Un autor es un autor es un producto	17
IV. El código español	26
V. Los casos	36
CAPÍTULO I: LITERATURA DE CORDEL: RUISEÑORES O PAPAGAYOS	41
I. Introducción: ¿qué es un pliego?	41
II. Pliego suelto: producción, distribución y consumo	49
III. Cristóbal Bravo: Ruiseñor popular o papagayo atroz	83
IV. Conclusiones: Benito Carrasco: autorías de pliego en el siglo XXI	100
CAPÍTULO II: ATALAYA DE UN IMPRESOR	109
I. Introducción: a pie de imprenta	109
II. Historia de una publicación, análisis de los elementos bibliográficos del Pícaro	119
III. Guzmán en Europa	159
CAPÍTULO III: DON JUAN CAMBIA DE AUTOR	177
I. Introducción	177
II. Autores de comedias	182
III. Don Juan cambia de autor	200
IV. Los hechos	207
V. El Gran Maestro y el Burlador	217

VI. Conclusiones	224
CAPÍTULO IV: LOS PARIAS DEL PARNASO	231
I. Introducción	231
II. El contexto y las obras	237
II. <i>Para todos</i>	245
III. Maestro Burguillos, el Grillo	258
IV. Conclusiones	275
CONCLUSIONES	282
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	293

LISTA DE IMÁGENES

- Imagen 1.1 Carrasco, Benito. *Aquí se contienen tres obras muy graciosas*. Sin datos, 1590. Página 50.
- Imagen 1.2 Bravo, Cristóbal. *Obra llamada los trabajos*. Sevilla: Rodrigo de Cabrero, 1590. Página 52.
- Imagen 1.3 Bravo, Cristóbal. *El testamento del Gallo*. Madrid: Imprenta de Andrés de Soto, sin fecha. Página 55.
- Imagen 1.4 *Primero quaderno de varios Romances los más modernos que hasta hoy se han cantado*. Valencia: Molino de la Rovella, 1596. Página 57.
- Imagen 1.5 Carrasco, Benito. *Caso milagroso sucedido en la Ciudad de Huesca ...* Valencia: Casa de Antonio de Prat, 1595. Página 58.
- Imagen 1.6 Carrasco, Benito. *La vida del estudiante pobre*. Barcelona: Sebastián de Cormellas, 1600. Página 59.
- Imagen 1.7 Carrasco, Benito. *Pregmatica real del rey nuestro señor sobre las balonas, y cosas profanas que manda guardar en Castilla*. Madrid: Guillermo Druy, 1594. Página 64.
- Imagen 1.8 Carrasco, *Pregmatica real*, colofón. Página 66.
- Imagen 1.9 Carrasco, *Pregmatica real*, Portada. Página 69.
- Imagen 1.10 Carrasco, *Criminoso y fiero caso: sucedido día de San Francisco*. Página 73.
- Imagen 1.11 Bravo, *Aquí se contienen tres obras muy graciosas para passar tiempo*. Página 73.
- Imagen 1.12 Carrasco, *Aquí se contiene un milagro notable que el glorioso Santo Fray Diego*. Página 73.
- Imagen 1.13 Carrasco, *Caso horrible y espantoso sucedido a veinte y un días del mes de março*. Página 74.
- Imagen 1.14 Carrasco, *Relación verissima la qual trata de un poderossicimo milagro que la Virgen*. Página 75.
- Imagen 1.15 Portada de D.F.R. de M. *An answer to the untruths, published and printed in Spaine, in glorie of their supposed vitcorie*. Londres: Thomas Cadman, 1589. Página 87.
- Imagen 1.16 “Respuesta al segundo romance”, *Desengaño a las mentiras*, pasaje. Página 89.
- Imagen 1.17 “Respuesta al segundo romance”, *Desengaño a las mentiras*, pasaje. Página 90.
- Imagen 1.18 “Respuesta al primer romance”, *Desengaño a las mentiras*, pasaje. Página 92.
- Imagen 1.19 “Respuesta al primer romance”, *Desengaño a las mentiras*, pasaje. Página 92.
- Imagen 1.20 “A gloria de nuestro Salvador Jesú Cristo”, portada. Página 93.
- Imagen 1.21 “Primer Romance de Bravo”, *Desengaño a las mentiras*, pasaje. Página 94.
- Imagen 1.22 *Desengaños de las mentiras*, “Respuesta al primer Romance”, pasaje. Página 98.

Imagen 1.23 Carrasco, *Relación muy verdadera agora nuevamente sucedida*. Página 102.

Imagen 1.24 Carrasco, *La vida del estudiante pobre*. Página 104.

Imagen 1.25 Carrasco, *La vida del estudiante pobre*. Página 105.

Imagen 2.1 Alemán, Mateo. *Ortografía Castellana*, alfabeto. Página 111.

Imagen 2.2 Retrato en cobre de Mateo Alemán. Tomado de la edición de *Sucesos de D. Frai García Gera*, 1613. Página 124.

Imagen 2.3 Retrato en madera de Mateo Alemán. Tomado de la edición de *Ortografía Castellana*, 1609. Página 124.

Imagen 2.4 Diversos retratos de Lope. Página 125.

Imagen 2.5 Retratos de autor. Juan de Timoneda, en *El Sobremesa y Alivio de caminantes* (1569); Alonso de Ercilla, *Primera y segunda parte de la Araucana* (1578); Juan Rufo, *La Austriada* (1584); Gutierre de Cetina en *Libro de descripción de retratos de ilustres y memorables varones* (1599-1644). Página 132.

Imagen 2.6 Portadas de las cuatro ediciones autorizadas de la *Primera Parte de la vida de Guzmán de Alfarache*. Página 135.

Imagen 2.7 Portada de la edición 2A del *Guzmán de Alfarache*. Página 136.

Imagen 2.8 Portadas de ediciones no autorizadas de *Guzmán de Alfarache*. Página 139.

Imagen 2.9 Alemán, Mateo. *San Antonio de Padua*. Portada. Página 141.

Imagen 2.10 Alemán, Mateo. *Guzmán d'Alfarache*. Paris: Nicolas Bonfons, 1600. Portada. Página 165.

Imagen 2.11 Portadas de algunos de los libros de picaresca de Barezzi. Página 166.

Imagen 2.12 Portadas de las ediciones francesas de 1639 del *Guzmán de Alfarache*. Página 168.

Imagen 2.13 Portadas de las traducciones de Mabbe del *Guzmán de Alfarache*. Página 170.

Imagen 2.14 Albertinus, Aegedius. *Der Landtstörtzer Gusman von Alfarache*. Portada. Página 172.

Imagen 4.1 Fe de erratas de las *Rimas de Tome de Burguillos*. Página 267.

Imagen 4.2 Suma del privilegio de las *Rimas de Tome de Burguillos*. Página 267.

Imagen 4.3 Portada de las *Rimas de Tomé de Burguillos*. Página 269.

Imagen 4.4 Retrato de Tomé de Burguillos. Página 269.

Imagen 4.5 Portada de *Fama Posthuma*. Página 279.

Imagen 4.6 Portada de *Lagrimas Panegiricas*. Página 279.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera comenzar por agradecer al profesor Miguel Martínez quien creyó en este proyecto desde el inicio y me dio su guía y su paciencia. Sus detalladas lecturas, correcciones y consejos fueron invaluable, sin ellos esta tesis no habría sido escrita. También quiero agradecer al profesor Frederick de Armas por estar siempre presto a reunirse conmigo y discutir ideas y lecturas necesarias para mi escritura. Asimismo, quiero agradecer al profesor Alfredo Rodríguez López-Vázquez cuya obra e ideas fueron fundamentales para mi trabajo.

Esta tesis tampoco habría sido posible sin el apoyo constante de mis padres, a ellos les debo mucho más que estas palabras. Quiero agradecer a mis perros Bowie y Florence quienes me sacaron a caminar todos los días y con ello me permitieron tener la disciplina necesaria para terminar este proyecto. A mis gatos Steve y Marta quienes me acompañaron cada día sin descanso. Y finalmente quiero agradecer a Emma, a ella todo, por ella todo.


ABSTRACT

During the 20th century, book historians, bibliographers, librarians, and archivists laid down the theoretical and empirical framework to understand the printed book as a commodity--a product of a specific market. In the 21st, the predominance of digital technologies and the cyberspace has made more evident than ever that print technologies created a specific market space for cultural exchange: the *printspace*. We propose *authorship* as a textual commodity, a cultural object that is shaped by the legal, commercial, and material limitations of the printing press as a platform of media communication.

Under this framework I present four study cases, analyzing different authorships associated with a specific print product, all in the context of the Spanish Golden Age. In the first case, I posit that the material characteristics of the *pliego suelto* produce a very specific kind of authorship that differs greatly from the authorship for books. Here, the works of Benito Carrasco and Cristóbal Bravo serve as an example and a probe for the market of *pliegos*. In the second case I contrast Mateo Alemán's authorial project with how the readers consumed his authorial persona. This juxtaposition shows how an authorship is not the sole creation of the author, but the result of the mechanisms of production, distribution, and consumption of printed text. The third case investigates the interaction between the market of *comedias* and the market of printed books. The play *El Burlador de Sevilla* serves to illustrate how this transfer created persistent authorial problems. I demonstrate how the *printspace*, as a theoretical framework, can provide critical solutions to these authorial problems. The last chapter studies the authorships of Lope de Vega and Juan Pérez de Montalbán as part of the editorial enterprise of the book merchant Alonso Pérez. This case exhibits the marketing strategies used in the construction of both authorships, and showcase the importance of the nascent figure of the editor in the market of books.

INTRODUCCIÓN: PRINTSPACE

In my writings, one of the most important ideas is that there are no such things as thoughts. There are only words. Literature is not an island but stands in relation to the external field of technical media.
Friedrich Kittler, “Theory, Culture & Society”

La idea es hablar de libros y autores pero comenzaremos hablando de computadoras. Cada vez somos menos los que recordamos que la secuencia *cortar, copiar y pegar* hace referencia a un proceso físico y no a uno digital. Para los que cortamos y pegamos hojas de papel al hacer fotocopias o procesar transparencias, los íconos  en la pantalla son referencias a tecnologías moribundas, no en vano fueron popularizados por la Xerox en los años setenta. Pero para los nativos en la tecnología digital esa connotación es posterior y mayormente desconocida. La secuencia *copy-paste* ha sido apropiada y re-semantizada en el mundo digital y a pesar de que se ha vuelto un procedimiento básico y repetitivo en la escritura de todo usuario, la verdad es que ahora el *copy-paste* tiene como principal connotación el fraude. Ese proceso de re-semantización esconde bajo una misma etiqueta a dos mecanismos de tecnologías diferentes. Pero más que eso, los íconos de *copy-paste* simbolizan lo que implica el cambio de lo impreso a lo digital. En la pantalla las tijeras se convierten en ícono, en referencia al objeto real y a su función, y esa conversión conlleva no sólo la evidente pérdida de materialidad del papel en lo electrónico, sino que representa una nueva serie de normatividades y legalidades. Por ello lo que allí era legítimo, acá es ilegal.

Decir que vivimos en la revolución digital es tan baladí como cliché, es una expresión tan gastada que hace que perdamos de vista qué es lo que ha sido revolucionado. Nos movemos del profundo temor nostálgico de aquello que el surgimiento de las nuevas tecnologías implica a una

euforia descontrolada por las posibilidades que estas ofrecen. Con facilidad pasamos de la muerte del libro, la proliferación de la información falsa, el abuso de control de las entidades gubernamentales a las utopías tecnológicas donde heroicos emprendedores del Silicon Valley salvarán nuestras sociedades con sus invenciones y *start-ups*. Realmente es este compendio de miedos y esperanzas, es este cúmulo de nuevas interacciones y posibilidades culturales lo que identificamos como Internet, y no el compendio de microchips, cables, satélites, y líneas de código que en efecto conforman la red. Las tijeras del ícono no cortan nada, pues nada hay que cortar. El texto en la pantalla que vemos desaparecer y aparecer son unas cuantas líneas de código que subyacen nuestras acciones.

En 1986 en su novela *Neuromancer*, William Gibson acuñó el término ciberespacio y con ello nos dio una forma de pensar el “mundo digital” de manera estructurada. En ese modelo Internet es la red de computadores (tecnologías materiales) y de protocolos informáticos (código o tecnologías formales), y el ciberespacio es el conjunto de relaciones culturales que Internet posibilita. Una cosa son las líneas de código que se necesitan para que el computador corte y copie una cadena de texto, y otra cosa es lo que nosotros como usuarios hacemos con ello. Sin embargo, hoy en día la palabra ciberespacio suena a término kitsch de novela sci-fi de culto –pues lo es–, y en general usamos Internet en su lugar. A pesar de ello, el cambio paradigmático que se señala cuando se alude a la revolución digital es justamente que el ciberespacio es ahora el lugar privilegiado de la producción, la distribución y el comercio de la información. Lo revolucionario a lo que nos referíamos al inicio es el espacio de interacción cultural; se ha pasado de lo impreso al ciberespacio, la revolución es la sustitución de un espacio por otro, las tijeras por su ícono. Sustitución que implica no ya una nueva forma de difundir el conocimiento y la información, sino un nuevo tipo de información y un nuevo tipo de conocimiento. Sustitución que proclama un nuevo mundo fácil de ver, pero que asimismo señala un mundo viejo en el que vivíamos y que por lo mismo no era tan fácil de ver.

Análogo al clamor por la revolución digital actual, en 1979 Elizabeth Eisenstein en su influyente *The Printing Revolution in Early Modern Europe* caracteriza a la imprenta como un agente de cambio y centra su trabajo en demostrar que existió en efecto una revolución impresa. Lo interesante aquí es que usamos el mismo término para explicar el surgimiento de la imprenta y el de Internet, y más aún que ese término guarda una cercana relación con el desarrollo de la imprenta. Revolución originalmente significaba regreso al lugar de origen, denotaba la rotación de los planetas alrededor de la tierra, pero mutó su significado a lo que el concepto de revolución planetaria generó en la cultura occidental, es decir *un cisma*, un punto de quiebre: el cambio del sistema ptolemaico por el heliocentrista¹. El término mismo es un ejemplo de cómo lo impreso condicionó y condiciona aún nuestra descripción de la realidad. Revolución, entendida como cisma, es en realidad una creación textual, no hay puntos angulares en la realidad. En la lógica del libro, en la linealización de la realidad que implica el texto impreso la sustitución de una forma de entender el universo por otra es descrita –y no puede no serlo– como un cisma. Pero lo más significativo y representativo de este hecho es que el proceso sociocultural que implicó el cambio del modelo de universo fue largo y tortuoso, y si bien es un cambio radical, también es cierto que tomó mucho tiempo fue gradual y grandemente dependiente de la imprenta y de la difusión de textos impresos. A pesar de todo usamos el mismo término para hablar de la revolución impresa, la revolución científica y ahora de la *revolución digital*.

Lo anterior señala por un lado que aún somos humanos tipográficos, en términos de McLuhan; y por otro, que ahora que podemos empezar a vislumbrar el cambio epistemológico, es

¹ En el *Nuevo Diccionario Histórico del Español*, el primer registro de la palabra revolución es de 1250 en el texto anónimo *Judizios de las estrellas*. La acepción acá es justamente la de describir el movimiento cíclico de los astros. El mismo diccionario reporta el primer registro de la palabra revolución en el que no se usa de forma circular sino como un vuelco, un cambio de ruta, en una carta de 1482, “Fernando a la reina de Nápoles, comunicando que ha mandado a todas las naves de sus puertos mediterráneos ir a Sicilia y ponerse a las órdenes del virrey”. De allí en adelante el uso de la palabra como cambio político se hace mucho más frecuente y el uso astronómico, cíclico, declina. Consultar: <http://web.frl.es/>

decir, ahora que nos sabemos hombres tipográficos, debemos intentar descripciones de la imprenta que sobrepasen lo impreso. Debemos intentar el *distanciamiento/detachment* que reclamaba Kittler en su descripción de las redes discursivas de 1800 y 1900, y que los bibliógrafos de los noventa han logrado elegantemente. El objetivo en esta tesis es intentar ver a la imprenta “desde afuera” para poder así describir y entender los productos que la misma creó. Queremos delinear su especificidad, queremos contextualizar a la imprenta cuando ya no es lo impreso nuestro contexto predominante. Ese es en líneas generales el propósito del presente trabajo.

Nuestro punto de partida es notar que cuando decimos imprenta, no nos referimos a una máquina sino a un organismo mucho más complejo que excede no ya al artefacto, a la prensa de papel, sino a lo material. Así como Internet no se puede reducir a lo puramente tecnológico y debemos crear el concepto de ciberespacio para entender la complejidad del sistema, cuando decimos imprenta debemos pensar en el espacio de intercambio cultural que la tecnología posibilita. Lo que nos permite el surgimiento de las tecnologías digitales es extender lo que Eisenstein ha iniciado, entender la imprenta no sólo como un cúmulo de invenciones sino como el espacio de intercambio cultural que ese cúmulo permite.

Sin embargo, el gran problema de quienes analizamos objetos culturales actualmente es que no podemos escapar completamente a la lógica de lo impreso. Y de ello sin duda adolece el presente análisis, pues cuando decimos que hay un cambio de espacio intentamos ser más precisos que simplemente señalar que hay una revolución pero somos conscientes de no poder escapar totalmente a las limitaciones del medio. Es cierto, las revoluciones son ante todo creaciones textuales y más aún creaciones impresas, pero no por ello ficticias. Cuando hablamos de revolución digital no sólo se evidencia la necesidad de describir un cambio paradigmático, se evidencia también que aún hoy tendemos a describir la realidad bajo la lógica de lo impreso como lo hemos hecho durante los últimos tres siglos y que nos tomará un buen tiempo adaptar nuestras descripciones de la realidad a

las posibilidades que los nuevos medios nos ofrecen. Sin embargo, queremos aprovechar la perspectiva que nos da el hecho de que hay un cambio de plataforma de la información para buscar el distanciamiento que señalamos arriba y así poder entender la *imprensa* desde una luz distinta. Sabiendo que esta tesis es un producto digital que simula uno impreso, sabiendo que el objetivo de un Doctorado es la producción de un libro, y que en términos cínicamente prácticos el objetivo último de un académico hoy es ser publicado, queremos mirar al *printscape* desde la atalaya que nos provee Internet.

I. Entre bibliografía y análisis literario

Si con Internet solemos confundir las tecnologías con el espacio cultural que estas posibilitan, con la imprenta hacemos todo lo contrario, la reducimos a un conjunto tecnológico –las más de las veces a una única máquina, y obviamos el conjunto de relaciones culturales, el espacio comercial, y las formas de entender y describir el mundo que dicha tecnología a la vez permite y limita. Por ello, a pesar del influyente trabajo de McLuhan, Foucault, Chartier, Kittler, entre otros, nos es difícil aún entender lo mucho que la imprenta condiciona nuestras formas de entender y relacionarnos con el mundo. Por lo mismo solemos entender productos que son completamente dependientes de la tecnología como productos independientes a ella, en particular entendemos al texto y al autor como objetos cuya relación con la imprenta es coyuntural.

La división entre el análisis bibliográfico y el análisis textual persistente en los estudios literarios es evidencia de lo anterior y de que el modelo comunicativo en que éstos se sustentan es lineal y básicamente jakobsoniano: emisor-mensaje-receptor. A su vez, señala una concepción del autor en la que éste resiste, o se resiste, a las contingencias del medio impreso, y en el que el hecho literario se aísla de su sistema de producción y consumo. McKenzie en su aguda e influyente formalización de la bibliografía como sociología del texto señala el problema:

(...) it could be argued that we reach the border between bibliography and textual criticism on the one hand and literary criticism and literary history on the other. My own view is that no such border exists. In the pursuit of historical meanings, we move from the most minute feature of the material form of the book to questions of authorial, literary, and social context. These all bear in turn on the ways in which texts are then re-read, re-edited, re-designed, re-printed, and re-published. If a history of readings is made possible only by a comparative history of books, it is equally true that a history of books will have no point if it fails to account for the meanings they later come to make. (McKenzie 23)

Y si bien los historiadores del libro siguen mayormente estas líneas e indican cada vez más la pertinencia de entender el texto en su materialidad, la verdad es que la ruptura subsiste y el estudio del texto se secciona y compartimenta en categorías separadas cuyas intersecciones se asumen vacías. El mismo McKenzie, líneas más adelante, al listar a quienes hacen análisis bibliográfico, “collectors, editors, librarians, historians, makers, and readers of books”, obvia abiertamente a aquellos que se dedican al análisis literario. La persistencia² de la división demuestra que aún hoy el hecho literario se entiende más como producto de un proceso personal y creativo de escritura y que los procesos de publicación, interpretación y consumo se consideran posteriores y consecuencias de éste.

Sin embargo,

(...) Literary works are fundamentally social rather than personal or psychological products, they do not even acquire an artistic form of being until their engagement with an audience has been determined. In order to secure such an engagement, literary works must be

² Se debe resaltar que cada vez son más los estudios que evitan la división y proponen nuevas formas de entender el libro, y que las ideas de esta tesis se basan particularmente en ellos. En el caso español las investigaciones de Lucía Megías o Pedro M. Cátedra, así como la obra crítica de Francisco Rico son prueba de ello. Asimismo es innegable la influencia que han tenido los estudios de la Historia del Libro en Francia (Chartier, Martin), tanto como los avances paleográficos en Italia, o el estudio riguroso del mercado del libro que se ha hecho en el Reino Unido.

produced within some appropriate set of social institutions, even if it should involve but a small coterie of amateurs. (McGann, 43)

El hecho literario debe entenderse como un hecho social *producto de un proceso de publicación* en el que el significado está en continua negociación y construcción. Ahora bien, lo primero que se debe tener en cuenta es que:

“[e]l término publicación, aunque de manera abusiva haya terminado por considerarse casi un sinónimo de impresión, remitía al proceso mediante el cual algo pasaba a ser sabido por todos y era ya, por tanto, público y notorio. (...) Además de paces y guerras, leyes, ordenanzas, mandatos o sentencias, también debían ser publicados testigos, probanzas, testamentos, conciertos, acusaciones, bulas, herederos, amonestaciones, nombramientos, jubileos o, a su manera, carteles de desafío.” (Bouza *Papeles*, 14)

Sin embargo, es con el desarrollo de la imprenta, el crecimiento del mercado del libro y la creación de instituciones de control y evaluación de textos que se oficializa un proceso de *publicación*. Esta oficialización moldea un sistema de producción y de consumo del texto en el que, de manera análoga, se oficializan etiquetas de clasificación, o paratextos, como autor y género. Ahora bien, los mecanismos de publicación creados por la imprenta y sus procesos de oficialización y autorización dependen de configuraciones y contextos locales, así como de evoluciones y desarrollos temporales. Y sin embargo, es sólo después del surgimiento de las tecnologías de reproducción audiovisual y sus respectivos mecanismos de publicación y distribución (cine, televisión, internet) que el predominio del texto impreso se percibe en crisis. Esto demuestra que, a pesar de cambios y evoluciones, el sistema de publicación creado por la imprenta define un espacio de comercio y de distribución de la información que se mantiene estable durante al menos tres siglos.

II. Printspace: supuestos teóricos

Debemos a la re-lectura de McLuhan hecha por Eisenstein, no sólo una aguda descripción del contexto del que la imprenta es tanto producto como productor, sino la constatación de que justamente el término imprenta es una etiqueta, “a convenient label, a shorthand way of referring to a cluster of innovations (entailing the use of movable metal type, oil-based ink, wooden handpress, and so forth)” (Eisenstein, 14). Además, del trabajo de Eisenstein se desprende que otras etiquetas, como *revolución científica*, *renacimiento*, *cisma religioso*, *protestantismo*, señalan procesos tecnológicos, históricos y epistemológicos que guardan una múltiple relación con la imprenta. En este modelo, el texto impreso es el objeto de un sistema de producción, distribución y consumo de la información, y en esa medida, sus límites materiales condicionan a la información misma. A su vez, los trabajos de los historiadores del libro que siguen las líneas de Eisenstein demuestran que el texto impreso, en particular el libro (formato privilegiado del mercado), impone un *orden* definido no sólo por la materialidad comercial y legal del medio sino por la naturaleza del texto impreso y el orden de consumo del mismo.

Contrary to the representation elaborated by literature itself and taken up by the most quantitative form of the history of the book, which states that the text exists in and of itself, separate from anything material, we need to remember that there is no text apart from the physical support that offers it for reading (or hearing), hence there is no comprehension of any written piece that does not at least in part depend upon the forms in which it reaches its reader. This means that we need to make a distinction between two sets of mechanisms, the ones that are part of the strategies of writing and the author's intentions, and the ones that result from publishing decisions or the constraints of the print shop. (Chartier *The order*, 9)

De modo que tiene sentido afirmar que la imprenta, como plataforma tecnológica, y el texto impreso, como medio y objeto del conocimiento, establecen un *espacio* de comercio en el cual las

interacciones de los participantes están supeditadas a las limitaciones materiales, legales y comerciales del medio. Es en este espacio donde se producen y consumen autores y obras.

Es importante resaltar que el uso de la palabra espacio no es fortuito. Primero, porque se debe entender a la imprenta como una infraestructura, o arquitectura que permite un tipo particular y complejo de negociaciones y relaciones respecto al conocimiento (i.e. permite un tipo particular de conocimiento). Segundo, permite inscribir a la imprenta en un contexto epistemológico y tecnológico más amplio en el que ésta es, a su vez, producto de espacios de comercio anteriores (los mercados del libro manuscrito, las tradiciones orales, el teatro, etc.). Y finalmente, porque relaciona la materialidad, o si se quiere la espacialidad, de la escritura alfabética y las limitaciones y posibilidades que la imprenta hereda de ésta:

The invention of the alphabet, like the invention of the wheel, was the translation or reduction of a complex, organic interplay of spaces into a single space. The phonetic alphabet reduced the use of all the senses at once, which is oral speech, to a merely visual code. Today, such translation can be effected back and forth through a variety of spatial forms which we call the “media of communication”. But each of these spaces has unique properties and impinges upon our other senses or spaces in unique ways. (McLuhan *Gutenberg*, 45)

Y es justamente por las características inherentes a la escritura alfabética, en particularidad su versatilidad para traducir lenguas, y por los niveles de distribución que la producción en serie de la imprenta permite, por lo que este espacio rompe las barreras locales y sociales, y se convierte en una verdadera *República de las letras* (Bouza) o *Commonwealth del conocimiento* (Einsenstein). Señalo los dos nombres pues ambos encierran propiedades clave del sistema. República, en la medida en la que es un espacio público con un mecanismo oficial de participación, y Commonwealth en el sentido en que el conocimiento se percibe como un bien común a todos los que participan del sistema.

Infortunadamente, en la topología actual del conocimiento los estudios acerca del mercado de libro tienden a delimitar el contexto basándose en variables nacionales posteriores: el libro en Italia, el libro en España, el libro en Inglaterra, etc. Esta división, es incompatible con una característica fundamental del espacio creado por la imprenta que es su capacidad de sobrepasar las fronteras culturales y los mercados locales, es decir: la capacidad de dispersión y distribución de la información. Amberes, Frankfurt, Venecia, fueron verdaderos puntos de encuentro continentales de comercio del libro que no se limitaban a proveer sus mercados locales³.

“During the sixteenth century, such printing shops represented miniature "international houses." They provided wandering scholars with a meeting place, message center, sanctuary, and cultural center all in one. The new industry encouraged not only the formation of syndicates and far-flung trade networks, similar to those extended by merchants engaged in the cloth trade or in other large-scale enterprises during early modern times. It also encouraged the formation of an ethos which was specifically associated with the Commonwealth of Learning - ecumenical and tolerant without being secular, genuinely pious yet opposed to fanaticism, often combining outward conformity to diverse established churches with inner fidelity to heterodox creeds.”(Eisenstein 112)

Además de lo anterior, a la capacidad de dispersión y distribución del sistema le hacen contrapeso los mecanismos de oficialización (estandarización, autenticación y centralización). Es por ello que con la imprenta surgen verdaderos *centros* de impresión que oficializan lo que en ellos se produce marginalizando todo lo demás. Es decir que en el espacio creado por la imprenta, por un

³ En este sentido se debe resaltar el aporte del profesor Andrew Pettegree, el Universal Short Title Catalog (USTC), catálogo que provee información bibliográfica sobre libros impresos en los primeros siglos de la imprenta. El catálogo es un esfuerzo transnacional en el que se incluyen libros de toda Europa.

lado se sobrepasan las fronteras locales y, por el otro, se promueve la consolidación de imaginarios e identidades nacionales y culturales.

These print-languages laid the bases for national consciousnesses in three distinct ways. First and foremost, they created unified fields of exchange and communication below Latin and above the spoken vernaculars. Speakers of the huge variety of Frenches, Englishes, or Spanishes, who might find it difficult or even impossible to understand one another in conversation, became capable of comprehending one another via print and paper. In the process, they gradually became aware of the hundreds of thousands, even millions, of people in their particular language-field, and at the same time that only those hundreds of thousands, or millions, so belonged. These fellow-readers, to whom they were connected through print, formed, in their secular, particular, visible invisibility, the embryo of the nationally imagined community. (Anderson 44)

Siguiendo una metáfora espacial que el mismo Anderson usa en su descripción del surgimiento de las conciencias nacionales, los mecanismos de dispersión -el mercado del libro propiamente, pueden ser entendidos como movimientos horizontales, en cuanto permiten la creación de comunidades de tipo horizontal. A su vez los mecanismos de estandarización pueden ser entendidos como movimientos verticales pues son mecanismos de fijación y estabilización. “If the development of print-as-commodity is the key to the generation of wholly new ideas of simultaneity, still, we are simply at the point where communities of the type ‘horizontal-secular, transverse-time’ become possible” (Anderson 37).

La relación entre los dos mecanismos puede ser muy compleja, caso del *Guzmán de Alfarache*. Una superficial revisión de la historia de la publicación de este texto puede dar cuenta de cómo estos dos procesos no funcionan necesariamente de manera independiente. En 1599, Mateo Alemán publica la *Primera parte de Guzmán de Alfarache*; en un lapso de quince años se producen más de veinte

ediciones piratas que añaden la palabra Pícaro al título –addenda a la que el autor siempre se opuso; para 1623 las traducciones del texto al inglés se intitulan: *The Rogue or The First part of the Life of Gusman de Alfarache*; y para 1730, las versiones inglesas hacen ya más énfasis en *The Spanish Rogue* que sobre el título original del texto. El hecho de que hoy consideremos al Guzmán como texto fundador de la picaresca es sin duda consecuencia del doble proceso de estandarización/dispersión que se evidencia en las prácticas de distribución y mercadeo del libro.

Es importante resaltar que, si bien es cierto que la imprenta es la maquinaria tecnológica que tiene el rol preponderante, en ningún caso es la única tecnología en juego. Como hemos apuntado, es usual entender la aparición de la imprenta como punto de quiebre en el que una de cuyas principales consecuencias sería la desaparición del libro manuscrito. Sin embargo, y a pesar de que con la imprenta se estandariza al libro impreso como medio privilegiado de conocimiento (así como a ciertos géneros y autores); también es cierto que el pliego, el libro manuscrito, las tradiciones orales y performativas, y el teatro, entre otros, son medios que conforman el espacio de comercio y que su papel no es en ningún caso menor, que la imprenta se nutre de ellos y que esta coexistencia es fundamental y se prolonga durante los siglos XVI y XVII.

La difusión tipográfica no llegó a suprimir, como hemos visto, la realidad de la transmisión a través de copias manuscritas, sino que, más bien, se llegó a establecer una suerte de doble circulación en la que, según fuesen los intereses y necesidades, cabía *correr* manuscrito o *correr* impreso. De la circulación manuscrita se podía pasar a la impresa cuando se quisiera obtener una difusión amplia de textos que programáticamente se querían cerrados sobre sí mismos, como los proyectos de Fernán Núñez; de la impresa sería posible pasar a la manuscrita cuando lo buscado fuera actualizar en lección de corte o en devoción, los textos de molde. (Bouza *Corre Manuscrito*, 83)

Un buen ejemplo de lo anterior es el caso de Don Juan como personaje-mito construido en el teatro y luego asimilado por la imprenta. El paso de uno al otro medio es complejo y revela las interacciones entre los corrales de comedias, el mercado del libro manuscrito, y la impresión de partes de comedias (revolución del mercadeo español). La tradicional atribución a Tirso como autor de la obra *El Burlador de Sevilla* y por ende autor del mito, se ha mostrado cada vez más débil y se ha replanteado abiertamente (Rodríguez López-Vázquez). Una tesis de este trabajo es que Don Juan es principalmente una creación teatral y de la transmisión manuscrita al que se le intenta dar un autoría impresa y que por lo mismo su autoría es tan problemática, pues se quiere imponer un tipo de autoría sobre un producto de naturaleza distinta.

En vista de las características anteriores, y emulando la formalización realizada por Lawrence Lessig del sistema internet/ciberspacio en su *Code 2.0*, tiene sentido proponer un modelo similar, en el que la imprenta, entendida como un conjunto de tecnologías y sus reglas de aplicación (legales y comerciales), crea un espacio, una arquitectura particular, que permite una serie de interacciones y negociaciones que imponen a su vez un modo particular de producción, distribución, almacenamiento, regulación y consumo del conocimiento. En este espacio, que por paralelismo con el ciberspacio etiquetaré *printspace* el objeto principal es el comercio del texto impreso y sus subproductos son tanto la figura del autor como la del lector⁴.

La relación entre *printspace* y ciberspacio podría parecer algo forzada, además de ser un claro anacronismo. Sin embargo, parte de los presupuestos de esta tesis consiste en entender a los objetos

⁴ Lo primero que hay que señalar es que el *printspace* no es un sistema invariable. Sin embargo, ciertas funciones permanecen: lector-autor-editor-publisher. No sigo la categorización tradicional del mercado del libro del Siglo de Oro pues la figura de librero algunas veces se refiere al librero-impresor, otras veces al librero mercader de libros, otras tantas al vendedor de libros. Estas distintas versiones de librero no siempre tienen la misma función ni alcance. Me interesa la figura del Publisher pues su función es invariable: es quién corre el riesgo económico de la publicación. El Publisher como lo conocemos hoy es un tipo de librero del siglo de oro del que Alonso Pérez o Blas de Robles (Editor del Quijote) son buenos ejemplos.

culturales como productos de sus propios espacios de comercio. Esta propuesta, a pesar de querer imitar un artículo impreso es un producto principalmente digital y ha sido producida en el ciberespacio. Además, mantener la analogía entre imprenta e internet es coherente con el hecho de que es sólo cuando la imprenta es absorbida por la tecnología digital que realmente el investigador se separa del texto impreso y lo puede entender, ya no como fin en sí mismo, sino como parte de un sistema complejo de comercio del conocimiento, es decir: como un producto social. McLuhan basó sus teorías tipográficas en el desarrollo de las redes de televisión, Einsenstein tenía a la fotocopidora en mente cuando escribió su principal texto sobre la imprenta (400), y no es casualidad que en los últimos veinte años se haya visto al mismo tiempo un incremento sustancial en el desarrollo de los estudios de la Historia del Libro junto con la expansión global de la red y la consolidación del ciberespacio como principal plataforma de comunicación. Es con el cambio de paradigma tecnológico como se puede ver el *printspace* en su artificialidad, sólo desde el ciberespacio se pueden ver las costuras del espacio anterior.

Además de lo anterior, la comparación entre espacios hace más inteligible al lector el concepto de *printspace* que si bien es análogo al de ciberespacio, es mucho menos evidente y palpable. Es fácil entender que entre el correo escrito y el correo electrónico existieron el telégrafo, el telegrama, el telex y el fax (entre otros); pero quizás no sea tan fácil entender que entre el libro impreso y el libro manuscrito existieron procesos de apropiación y desarrollo igualmente intrincados y de muy larga duración. Quizás sea más fácil entender la tesis de Bouza, en la que el texto impreso y el manuscrito *corren* paralelos en relaciones de retroalimentación complejas, si se tiene en cuenta que una de las principales corporaciones de Internet, a su vez una de las principales promotoras del libro digital, es justamente Amazon, entidad cuyo objeto principal era, hasta hace muy poco, el comercio del texto impreso. En la comparación con el ciberespacio se pueden encontrar las especificidades del *printspace* y sus reglas de construcción.

Siguiendo la tesis de Lessig la estructura de la red es el código computacional:

In cyberspace we must understand how a different “code” regulates—how the software and hardware (i.e., the “code” of cyberspace) that make cyberspace what it is, also regulate cyberspace as it is. As William Mitchell puts it, this code is cyberspace’s “law.” (...) We can build, or architect, or code cyberspace to protect values that we believe are fundamental. Or we can build, or architect, or code cyberspace to allow those values to disappear. There is no middle ground. There is no choice that does not include some kind of building. Code is never found; it is only ever made, and only ever made by us. (...) Or again, code determines which people can access which digital objects, how such programming regulates human interactions depends on the choices made.” (Lessig 6)

En el *printscape*, en cambio, coinciden el código legal y el códice⁵ como tecnología. No sorprenderá entonces, sobretodo si se tiene en cuenta la cita anterior, que en la primera ley del libro impreso promulgada por la corona de Castilla, se encuentren los presupuestos que definen al *printscape* como espacio de comercio y al libro como su mercancía principal:

D. Fernando y D.^a Isabel en Toledo año de 1480 ley 96. Considerando los Reyes, de gloriosa memoria, quanto era provechoso y honroso que a estos sus reinos se trujesen libros de otras partes, para que con ellos se hiciesen los hombres letrados, quisieron y ordenaron, que de los libros no se pagase el alcabala (ley 20. tit. 12. lib. 10.); y porque de pocos días a esta parte algunos mercaderes nuestros naturales y extranjeros han traído, y de cada día traen libros buenos y muchos, lo cual parece que redundá en provecho universal de todos, y en ennoblecimiento de nuestros reinos; por ende ordenamos y mandamos, que allende la dicha franqueza, que de aquí adelante todos los libros que se trajeren a estos nuestros reinos, así

⁵ Se considera el códice como el libro pre-imprenta. Considero que la diferencia entre el códice manuscrito y el impreso es de método producción. El libro impreso imita al libro manuscrito, el códice sobrevive, pero ahora se produce en serie.

por mar como por tierra, no se pidan ni paguen, ni lleven almojarifazgo, ni diezmo ni portazgo, ni otros derechos algunos por los nuestros almojarifes, ni los dezmeros, ni portazgueros ni otras personas algunas, así de las ciudades, villas y lugares de nuestra Corona Real, como de Señoríos, y Ordenes y Behetrías; mas que de todos los dichos derechos y diezmos y almojarifazgos sean libres y francos los dichos libros, y que persona alguna no los pida ni lleve, so pena que el que lo contrario hiciere caya e incurra en las penas en que caen los que piden y llevan imposiciones vedadas: y mandamos a los nuestros Contadores mayores, que pongan y asienten el traslado de esta ley en los nuestros libros, y en los cuadernos y condiciones con que se arriendan diezmos y almojarifazgos y derechos.

(*Novísima recopilación* IV 120-121)

Teniendo en cuenta que las leyes del libro posteriores⁶ se centran en la regularización de los mecanismos de publicación, tiene sentido afirmar que, en el *printspace*, el código tiene como objetivo principal definir qué se puede publicar y cómo se puede publicar. Contrario a lo que sucede en el ciberespacio, donde los usuarios una vez acceden a la infraestructura tecnológica pueden tanto producir como consumir, en el *printspace* hay lectores/consumidores y autores/productores y la línea divisoria es perfectamente clara. En el *printspace* no se escribe, se publica. Para ser lector basta con leer, pero para ser autor hay que ser publicado.

En suma, el *printspace* como modelo es un intento por entender, interpretar y leer los textos en su espacio propio, productos de relaciones de producción y consumo específicas sustentadas en una particular estructura tecnológica, legal y comercial. En este modelo tanto autor como obra literaria son productos sociales resultados de diversos procesos de publicación, divulgación y dispersión; así como de interpretaciones y valoraciones críticas y académicas, integraciones a discursos políticos,

⁶ De particular relevancia son las pragmáticas de 1502, 1554 y 1558. En un aparte posterior analizaremos la ley del libro aurisecular en detalle.

nacionales y culturales, y estrategias de mercadeo y del mercado. En el *printspace*, obra y autor son mercancías culturales cuyo valor simbólico ni es estable ni viene exclusivamente de lo escrito.

III. Un autor es un autor es un producto

Un buen ejemplo de la caracterización anterior es la producción de catálogos de referencias textuales así como manuales de todo tipo de disciplinas que maximiza la imprenta. De particular importancia son, por supuesto, los diccionarios. El caso del *Tesoro de la lengua castellana* compuesto por Sebastián de Covarrubias es particularmente interesante pues su oficialización es lenta y sólo se completa cuando la Real Academia lo toma como referencia para su Diccionario de Autoridades en 1713, cien años después de su publicación inicial. El texto comparte características del vocabulario, diccionario y tesoro. La voz de su autor está presente en gran parte de los artículos y es, algunas veces, más contenida que otras. Un breve rastreo puede dar cuenta de que es un texto consciente de ser una creación impresa, que no se inscribe a ningún género y que por momentos asume carácter enciclopédico. Por lo anterior el *Tesoro* es una excelente sonda para entender el concepto de autoría que se tenía en su momento de producción.

En su definición de *autor*, Covarrubias da dos caracterizaciones, una en la que autores son los que “inventan alguna cosa”, y otra en la que son quienes “escriben libros y los intitulan con sus nombres” (74). Autoría implicaba invención, novedad, creación y, por supuesto, escritura y firma. Esta definición deja por fuera a todos aquellos que publicaban en pliego, en particular a la gran mayoría de los autores de poesía popular. En la entrada para *escritor* también se señalan dos tipos distintos los “autores de algunas obras escritas” y los “copiadores de libros” (248), los que creaban y los que reproducían. A su vez, Covarrubias distingue entre dos tipos de autores: los *modernos*, los que han escrito “hace poco” y los *antiguos* que por su condición tienen mayor autoridad (112). De modo que ser Autor implicaba estar inscrito en una tradición a la cual se habría aportado alguna invención

o novedad. Por ello para Covarrubias no todo el que publica puede ser considerado autor. Quizá la entrada más elocuente al respecto es la de escribir:

ESCRIBIR, algunas veces significa fabricar obras, y dejarlas escritas e impresas, de diferentes facultades; y hanse dado tantos a escribir que ya no hay donde quepan los libros, ni dineros para comprarlos, ni hay cabeza que pueda comprender, ni títulos de ellos; verdad es que muchos no escriben sino trasladan; otros vierten y las más veces pervierten. (274)

Lo primero que hay que notar es que escribir no era “representar las palabras o las ideas con letras u otros signos trazados en papel u otra superficie” como señala el diccionario de la Real Academia Española en su edición más reciente. Escribir era principalmente publicar obras: fabricarlas y dejarlas escritas e impresas. Pero claramente no todo lo que se escribía tenía el mismo valor, ni todo el que escribía tenía la misma autoridad. Había quienes sólo trasladaban (de un medio a otro) y otros que “pervertían”. Por ello, más adelante en la misma entrada se promueve la enseñanza de la lectura para no ser engañado por falsos discursos o falsos autores.

A la luz de esta concepción de quién era o no un autor, no sorprende que Bouza describa las nuevas formas de entender los textos como un destronamiento del autor:

En primer lugar, la figura del autor ha ido perdiendo sus perfiles de creador todopoderoso que dominaba el texto de forma absoluta. Los beneficiarios de su parcial “desdibujamiento” han sido tanto los impresores y editores, a los que se les reconoce un grado de participación cada vez mayor en las obras de las que se ocupaban, como los propios lectores, entendidos ahora como más que meros receptores de las ideas que les proponía un omnipotente autor, modificándose la clásica idea de lectura hacia una forma de representación activa más que de pasiva recepción. En esto, la copia manuscrita se revela como una forma de transmisión en la que es posible reconocer varias manos y, por tanto, más de un autor. (*Corre Manuscrito* 21)

Sin embargo, ese destronamiento no es un proceso positivo y consciente creado por las investigaciones de los Historiadores del Libro como quiere el mismo Bouza (*Papeles* 22). Si bien es cierto que los diversos estudios sobre la autoría desde la bibliografía o desde el análisis literario y la teoría crítica coinciden en una relativización y re-interpretación del autor; también es cierto que a esas conclusiones se llega porque el paradigma de autor absoluto no resiste la evidencia acumulada.

En el caso de la ecdótica y la crítica textual, es justamente la búsqueda por encontrar métodos para la escogencia de un texto final (copia más fiel al arquetipo o ideal, *copytext* en inglés), la que abre la discusión que concluye con los trabajos de McGann y McKenzie citados anteriormente y en las que es evidente el destronamiento que señala Bouza. Los presupuestos de esta búsqueda por el texto final evidencian suposiciones sobre el proceso creativo. Las obras son dejadas a la imprenta por sus autores, de cada una existe una edición ideal que es la que el autor “tenía en mente” y el investigador debe buscar trabajar con una edición tan fiel a la ideal como sea posible.

El intento por sistematizar la escogencia de un *copy-text* (texto final) realizada por Greg bajo la premisa “la edición completa más temprana es el texto final” genera problemas para su autor y problematiza abiertamente el principio del sistema mismo:

an author, wishing to make corrections or alterations in his work, may not merely hand the printer a revised copy of an earlier edition, but himself supervise the printing of the new edition and correct the proofs as the sheets go through the press. In such a case it may be argued that even though the earlier edition, if printed from his own manuscript, will preserve the author's individual peculiarities more faithfully than the revised reprint, he must nevertheless be assumed. (34)

Y si bien Greg no plantea el problema de la intencionalidad del autor, “when he laid aside the problem of textual versions in his theory of copy-text, he was implicitly laying aside the problem of authorial intentions as well” (McGann 30).

Es por ello que en la continuación de Greg que hace Bowers se desarrolla la teoría de las intenciones finales. Esta teoría (que McGann llama ideología) es una expansión del principio de Greg en la que se mantiene el axioma de la existencia de un texto ideal, cristalización de las intenciones finales del autor. Sin embargo, Bowers examina ejemplos en los que las diferentes versiones de un texto se emparejan con diferentes momentos en la intencionalidad de su autor. La escogencia del texto final no obedece entonces sólo al imperativo cronológico sino también a la fidelidad a las intenciones finales o definitivas del autor. El énfasis cambia y el problema es entonces intentar discernir la intencionalidad del autor. Con ello el número de variables que el bibliógrafo debe tener en cuenta aumenta considerablemente. Sin embargo el axioma esencialista al subordinar el análisis bibliográfico del texto a la intencionalidad del autor, también subordina estas variables bibliográficas al autor. Es por ello que Bowers divide la disciplina en sub-campos de investigación que intentan hacer acercamientos bibliográficos al texto focalizándose en cada una de estas variables: bibliografía histórica (historia de la imprenta y la publicación), bibliografía analítica (el texto como artefacto) y bibliografía descriptiva (historia de las ediciones). Sin embargo, como señala Tanselle, esta desintegración más que resolver el problema, es muestra de que la categorización de la disciplina debe ser replanteada “Part of the trouble, it is evident, is that bibliography is not "a subject" but a related group of subjects that happen to be commonly referred to by the same term (...) To regard bibliography as principally historical is not to settle anything, since the status of history is also in question” (Tanselle 88).

No obstante como demuestra McKenzie, el problema central es que la disciplina se funda en la subordinación del texto al autor, basándose en la suposición de un texto ideal. “The purity of the discipline which Greg aspired to is to that extent qualified by its particular applications and these in turn imply that the definition does not fully serve its uses” (McKenzie 2). Una interesante ejemplificación de este debate es el Center for Editions of American Authors. Creado en 1963 por la

Modern Languages Association, era una institución cuya función principal era la de promover, verificar, y autorizar, ediciones que siguiesen rigurosamente los métodos propuestos por Greg y Bowers. Para 1976 el centro cambió su nombre a Center for Scholarly Editions y desde hace unas décadas no se consideran los métodos Greg-Bowers como modelos. En sus más recientes guías de publicación se promueven la inclusión de variables que usualmente se dejaban en un segundo plano.

La constatación entonces de que no existe una forma ideal que representa un texto sino que un texto está conformado por sus diversas versiones, es sin duda un cambio paradigmático en la concepción de texto y de obra escrita. Esta constatación, descrita de modos diversos en los trabajos de McKenzie y McGann, se basa en una observación clave, y es que en el momento “we are required to explain signs in a book, as distinct from describing or copying them, they assume a symbolic status, then bibliography cannot exclude from its own proper concerns the relation between form, function and symbolic meaning” (McKenzie 2). Y es por lo anterior que McGann puede afirmar que la obra es un artefacto social porque el significado y el valor simbólico no reside en el texto sino en el medio.

Una consecuencia de este cambio paradigmático es que una autoría, al igual que una obra literaria, también se convierte en un producto social: un objeto que supera lo personal, lo puramente textual y que “vive” y está delimitado por el sistema que lo produce. Una autoría es una unidad de discurso en términos foucaultianos, pero también es un producto legal y un producto comercial; en suma es una mercancía textual. Las autorías son esencialmente producidas y consumidas, incluso si los autores nacen y mueren.

La brecha que McKenzie cerró para el libro -y que es lo que nos permite comprender la autoría como hemos propuesto- se abrió en el siglo XVII. Mark Rose ha descrito el proceso con precisión, siguiendo de cerca las primeras contiendas legales sobre derechos de autor y propiedad intelectual en el mercado inglés.

The proponents of perpetual copyright focused on the author's labor. Those who argued against it focused on the results of the labor, the work. Thus the two sides established their positions by approaching the issue from opposite directions. Yet, however approached, the question centered on the same pair of concepts, the "author" and the "work," a person and a thing. The complex social process of literary production consisting of relations between writers and patrons, writers and booksellers, booksellers and readers was rendered peripheral. Abstracting the author and the work from the social fabric in this way contributed to a tendency already implicit in printing technology to reify the literary composition, to treat the text as a thing. (Rose 54)

Es la batalla legal para proteger los derechos de publicación de un texto dado lo que en última instancia separa al texto del libro y, en consecuencia, al autor de la materialidad de su propio producto. Y es este desprendimiento el que permitió al idealismo alemán sentar las bases teóricas del autor romántico que moldea la comprensión contemporánea de la autoría y la ley de derechos de autor (Bagioli 860). Sin embargo, como señala Woodmansee, la mayoría de los críticos “dan por sentado el concepto del autor que evolucionó en el siglo XVIII” y “tienden a pasar por alto el grado en que ese concepto fue moldeado por las circunstancias específicas de los escritores durante ese período”(98). La autoría es un objeto cultural, por lo tanto sus interpretaciones e implementaciones son contextuales.

No es mi intención presentar una historia evolutiva de la autoría. Los discursos evolutivos de objetos culturales son narraciones autovalidantes que sólo sirven para justificar nuestros puntos de vista actuales. Por el contrario, comencemos señalando lo que permanece constante en la autoría, lo que parece no ser específico del contexto. A pesar de los cambios en la forma en que se entiende críticamente, la autoría prevalece como el principal organizador del discurso. Lo único que McKenzie, McGann y los idealistas alemanes tienen en común es que ambos consumen libros y

autores. Las autorías son un producto innato de la imprenta, aunque no exclusivo. Esta prevalencia es lo que nos permite postular la autoría como una mercancía. Las autorías se producen y consumen continuamente sin tener en cuenta la manera en que estructuramos críticamente la categoría. Es fundamental mantener este concepto como un modelo fijo. La fijación de la autoría como materia prima nos permitirá ver y relativizar las diferencias contextuales implícitas en la autoría. En este marco podemos estudiar la autoría dentro de la actividad comercial del editor, el propósito artístico del autor, las restricciones legales de los mercados locales, las expectativas de los lectores y no simplemente como una unidad de discurso compuesta sólo de texto.

Aquí es interesante notar que la teoría crítica y el análisis literario llegan a una concepción de autor y obra análoga, operando, claro está, en discusión contraria a la de los estudios bibliográficos. Del axioma básico que siguió el formalismo ruso, poesía como enrarecimiento del lenguaje, se seguía que el objeto de estudio debería ser el texto, el código en términos de Jakobson. El axioma tenía implicaciones mucho más hondas, tácitamente se asumía que el modo científico de los estudios literarios era justamente el que objetivaba en el texto el hecho literario. En este modelo, la valoración se le deja al crítico y al público general, el estudioso es un científico, el autor es importante en la medida en que es capaz de producir un cierto tipo de texto, pero su persona es realmente una contingencia.

Este es justamente el concepto que el estructuralismo extiende al nivel del discurso y es su presupuesto fundamental. “Linguistically, the author is never more than the instance writing, just as / is nothing other than the instance saying /: language knows a 'subject', not a 'person', and this subject, empty outside of the very enunciation which defines it, suffices to make language 'hold together', suffices, that is to say, to exhaust it” (Barthes *The death* 145). Si el texto es un código de signos a descifrar y el significado no depende del autor, su primacía es un tiranía insoportable:

The image of literature to be found in ordinary culture is tyrannically centered on the author, his person, his life, his tastes, his passions (...) The explanation of a work is always sought in the man or woman who produced it, as if it were always in the end, through the more or less transparent allegory of the fiction, the voice of a single person, the author 'confiding' in us (Barthes *The death* 143)

Sin embargo, cuando declara la “Muerte del Autor”, Barthes no termina de salirse del paradigma formalista. Cambia, eso sí, el énfasis en el modelo comunicativo tradicional el cual ya no recae en el autor sino en el texto, o en su estructura. Matar al autor es un efecto estilístico (no por ello trivial), que evidencia más ciertas motivaciones teóricas que un verdadero cambio de paradigma en el entendimiento del texto. Barthes cambia el enfoque del autor al público pero nunca se sale del modelo de Jakobson, y el lenguaje escrito permanece siendo eje. El beligerante grito de Barthes no es un grito trágico como el de Nietzsche, es un grito triunfante y rebelde, en él se busca derogar al tirano (Autor) a favor del receptor (Lector):

We are now beginning to let ourselves be fooled no longer by the arrogant antiphrastically recriminations of good society in favor of the very thing it sets aside, ignores, smothers, or destroys; we know that to give writing its future, it is necessary to overthrow the myth: the birth of the reader must be at the cost of the death of the Author. (Barthes *The death* 148)

El autor deja entonces de ser una creación del escritor y se convierte en una creación del lector, o mejor: del público lector. Es este cambio de enfoque el que permite preguntarse a Foucault ¿qué es un autor? Y no quién. Y si bien su respuesta no tiene el tono beligerante de la de Barthes, Foucault también tiende a tiranizar al autor, aunque en menor medida. El cambio fundamental reside en que Foucault se separa del presupuesto formalista cuando señala que un autor es en primer lugar un nombre diferente, una etiqueta que designa a un unidad discursiva particular:

These differences may result from the fact that an author's name is not simply an element in a discourse (capable of being either subject or object, of being replaced by a pronoun, and the like); it performs a certain role with regard to narrative discourse, assuring a classificatory function. Such a name permits one to group together a certain number of texts, define them, differentiate them from and contrast them to others. In addition, it establishes a relationship among the texts. (Foucault *What is an author*, 199)

Ahora bien, es cierto que en su respuesta “his hypothesis that authorship as a function for the classification of discourses was attached to medieval scientific discourses while ‘literary’ works fell under the rule of anonymity seems somewhat more fragile” (Chartier *The order* 58); también es cierto que al describir todo en términos funcionales Foucault permanece en el paradigma estructuralista, o lo intenta; pero no es menos cierto que su caracterización del autor como una unidad discursiva sujeta a un “juridical and institutional system that encompasses, determines, and articulates the universe of discourses” (Foucault *What is an author*, 113) es un modelo que permite entender al autor como producto de un espacio de comercio de la información y que coincide ahora sí con el concepto de autoría de McGann y con las conclusiones de los estudios bibliográficos.

El hecho de que tanto estudios bibliográficos como estudios literarios lleguen a conclusiones equivalentes ha sido capturado quizás de la mejor manera por la Historia del Libro. Allí, como señala la descripción de McKenzie, confluyen todos los estudiosos del texto, y allí se describe el espacio en el que se consumen obras y autores. Es por eso que Lowenstein puede concluir ya sin fatalismos que el “Author is a censorship-effect, and also a book-effect, a press effect, a market-effect” (Loewenstein 12), y es por todo ello que nosotros podemos afirmar que un autoría es una mercancía textual.

IV. El código español

Para esta tesis el contexto que trabajaremos será el del imperio español en el último cuarto del siglo XVI y el primero del siglo XVII. Nuestra división no obedece principalmente a razones lingüísticas sino a razones legales y comerciales. De hecho, antes de la estandarización de la lengua española se estandariza el mercado del libro español. Como hemos dicho, el *printspace* es un sistema transnacional y esto se hace evidente en la primera ley del libro del mercado español que hemos citado más arriba. Sin embargo, analizar la legislación del libro europeo en su totalidad sobrepasa los límites del presente trabajo. Nos limitamos a los reinos bajo la jurisdicción de la corona española pues es una frontera legal y nos servirá como ejemplo de una porción del *printspace* del siglo XVII. Para ello comenzaremos por hacer un recuento de la legislación del libro en los primeros 150 años.

Lo primero que se establece en la pragmática de 1480 (P1480) es que en los reinos españoles el libro es un factor de cambio positivo. Más específicamente se le concede al libro el poder de ennoblecer, de mejorar o hacer más ilustres a los reinos. Pero ennoblecer es también un término de clase y en una sociedad de castas como la española la movilidad de clase es una subversión. Es decir que aunque se le concede un valor principalmente positivo en esta ley, también se intuye en el libro su carácter subversivo: el poder de modificar el orden establecido. A pesar de ello, la intención principal de esa ley es la de liberar de cualquier impuesto a los libros.

P1480 también es muestra de que el mercado de libros era aún menor y que la producción de libros en la península era mínima pues la ley tan sólo concierne a la importación de libros del extranjero. El panorama cambia rápidamente. En julio 8 de 1502 se promulga una pragmática (P1502) que regula la distribución de los libros impresos en los reinos españoles (Reyes Gómez *El libro*, 96). Esta ley tiene profundas diferencias con la anterior. En P1480 la ley hace referencia a libros sin especificar el tipo y tan sólo se señala que son libros que vienen del extranjero, en P1502 se habla de libros impresos en molde específicamente. Además, aquí los reyes mandan que ningún “librero, ni

impresor de libros de moldes, ni mercaderes” imprima libros sin licencia previa otorgada por las autoridades pertinentes, las cuales también se designan en la pragmática. Salvo Granada y Valencia en donde se designa al Presidente de la audiencia, todos los encargados de la emisión de Licencias son Obispos o Arzobispos. En un lapso de apenas veintidós años se ha generado un grupo social de libreros, impresores y mercaderes, que producen y distribuyen libros impresos; y como contrapeso se normalizan instituciones que regulan el contenido de los libros. P1480 es representativa del eje horizontal del *printspace* y P1502 en cambio representa el surgimiento de los movimientos verticales.

A pesar de la regularización en P1502 la corona todavía no impone impuestos sobre el comercio de libros impresos. Se señala eso sí que el castigo de circular o vender libros impresos sin licencia será el de la quema de los mismos más una multa de tres veces el valor de los libros quemados a repartir en partes iguales entre el juez, el denunciante del caso y la corona. Asimismo se señala que debe haber un “letrado” encargado de asegurarse de que el libro impreso coincida con el original al que le fue otorgada la licencia y que el pago por ese trabajo debe ser justo pero menor. De tal forma la Corona comienza a entrever que los libros son provechosos para el reino siempre y cuando su contenido esté de acuerdo con sus intereses. Si en P1480 apenas se intuía el poder subversivo del texto impreso, en P1502 se asume y se intenta controlar. Sin embargo no se ponen trabas a nivel comercial para la circulación propiamente dicha. Se controla el discurso pero no el comercio.

Este doble movimiento horizontal/vertical se confirma y se amplifica con el comercio del libro en América. El *printspace* se extiende al continente americano tal y como lo había hecho en la península ibérica: primero llegaban el libro impreso y la ley, después las prensas. Así como todo lo que viajaba a América, los libros estaban sujetos a la aprobación del Consejo de Indias. Era esta institución la que decidía qué libros podían viajar o no. En los *Anales del Perú*, Montesinos famosamente reporta que para 1506 el Rey prohíbe la venta de libros profanos a los indios (15). El

libro llega a América pero no llega sólo el objeto sino todo el aparato rector. Esta ordenanza es fundamental porque delimita aún más el *printspace* español, pero esta vez a nivel del público. Se tiene así pues definido un grupo productor y distribuidor (libreros, impresores, mercaderes), un grupo de control (la iglesia y los letrados), y finalmente se segmenta al público consumidor (españoles, indios). En el *printspace* del siglo XVI no todo consumidor está en una posición de igualdad y no puede acceder a la plataforma de la misma manera.

El 2 de marzo de 1525 la corona da una Cédula Real a Juan Cromberger para comerciar y viajar al Nuevo Mundo (Reyes Gómez *El libro*, 116). Era un permiso especial pues Cromberger era extranjero y no le estaba permitido viajar a Indias; sin embargo, el hecho de que fuese uno de los impresores más importantes de Sevilla habría sido razón suficiente para hacer una excepción (Martínez). Este permiso se extendería y en 1537 Cromberger instalaría la primera prensa novohispana (Martínez). El sistema del libro impreso continúa su expansión al otro lado del Atlántico. Acompañado de este permiso, el control de contenidos permanece y la corona promovería en al menos dos ocasiones, 1531 y 1536, la prohibición de la venta de libros de ficción, con referencia explícita al Amadís, por el daño que los mismos harían en los indios (Leonard *Books of the Brave* 81). A pesar de todo la liberación de impuestos a los libros se mantiene incluso en América y el 24 de noviembre de 1548 se ratifica por cédula real. Cromberger lleva la prensa a América y ello implica no sólo la máquina, sino las leyes.

Esta legislación temprana muestra que la magnitud del poder transformador de lo impreso es bien entendida por la corona. Es cierto entonces que se controla y censura el discurso pero la contraparte es cierta también, la legislación promueve la producción y distribución de libros. En suma, se promueve la expansión controlando el contenido. El fortalecimiento del medio radica en el movimiento doble: dispersión/centralización.

El siguiente gran cambio en la arquitectura legal del mercado del libro se da en una ordenanza promulgada en 1554 (O1554). El Rey Carlos I ordena que el otorgamiento de licencias a libros impresos se debe centralizar en el Consejo de Castilla (Reyes Gómez *El libro*, 165) . Si bien es claro que este mecanismo es una suerte de censura previa, también se debe tener en cuenta que el efecto de esta pragmática no es sólo coercitivo. Los libros impresos después de 1554 tienen la licencia del Consejo de Castilla, único ente capacitado para tal fin y por lo mismo son *legales* o legítimos en todos los territorios de la corona. Se crea un territorio textual legal: los reinos bajo el control de Castilla (Bellido et al.). El lector que tiene un libro en sus manos tiene un discurso aprobado por el Consejo de Castilla, un discurso oficial.

Otro factor interesante de O1554 que se debe tener en cuenta aquí es que la corona no sólo buscaba ordenar el sistema de otorgamiento de licencias, que era absolutamente caótico (Bellido et al.), sino que la ley obedecía a una política de estado aún mayor en la que se buscaba fortalecer al Consejo de Castilla como institución de control y como ente fiscal (Solares). Los libros no tenían impuestos, pero el proceso de licenciamiento sí tenía un costo, en efecto enunciado en P1502, y ahora era el Consejo quien recibiría dicho pago. Si se entiende O1554 dentro de la política de fortalecimiento fiscal que pretendía la corona, no se puede obviar que habría pues no sólo un interés censor sino también económico, sobre todo si se tiene en cuenta que el mercado del libro era cada vez mayor.

En las mismas líneas se produce la pragmática de 1558 (P1558) que define explícitamente el proceso de licenciamiento extendiendo lo dicho en O1554. Esta pragmática es fundamental pues prevalecerá por largo tiempo y establece no ya el flujo práctico, sino también la necesidad de hacer explícita la licencia en los impresos, creando así los primeros paratextos estandarizados de manera legal: los libros deben proveer lugar de impresión, licencia, impresor, tasa y privilegio si lo hay (Reyes Gómez *El libro* 190). Además de ello en P1558 se invita a los Arzobispos, Obispos y Prelados de la

Iglesia a denunciar cualquier libro que esté por fuera de la doctrina católica. Se establece de tal modo una censura post-producción que además se encarga a la iglesia. Bien es cierto que esta censura posterior a la publicación ya sucedía desde P1480, pero queda ahora plenamente normalizada e institucionalizada. Y ahora que el licenciamiento y la censura son independientes, el rol censorial que jugaba el primero cuando estaba en manos de la iglesia se debilita. De tal modo se fractura el sistema y se establece la publicación de libros como un mecanismo de carácter público y la censura un mecanismo de carácter religioso. El Estado asume el rol de promover y legitimar la producción y la Iglesia asume el rol de controlar los contenidos. No queremos decir que el proceso de licenciamiento sea sólo de carácter burocrático, prevalece su naturaleza censorial, pero es mucho menor respecto al rol policivo que tiene la censura post-producción de la iglesia.

Este mecanismo de legalización del discurso y posterior evaluación por parte de la iglesia será constante y una característica fundamental del *printspace* del Siglo de Oro. Tendrá muy pocos cambios hasta el siglo XVIII aunque el control censorial por parte de la Iglesia y de la Inquisición aumentará. La publicación del Índice de Libros Prohibidos de 1559 y sus posteriores actualizaciones son el mejor ejemplo de ello. Es justamente esta estabilización y estandarización de los mecanismos de control y producción lo que le permite señalar a Jaime Moll a P1558 como representante de un momento clave del mercado del libro y lo que nos permite a nosotros afirmar que es a partir de este momento que el *printspace* se estabiliza y con ello se privilegia al libro frente a los otros productos del mercado del texto impreso.

Además de lo anterior, de modo análogo a lo que sucedía en la primera mitad del siglo XVI, la partición del *printspace* entre Europa y América se reforzará en la segunda mitad. El control sobre lo que se podía leer e imprimir en América ahora se extenderá a lo que se podía imprimir *acerca de* América. En la cédula real emitida el 2 de septiembre de 1556 dirigida a los jueces y justicias de España y América se ordena que no permitieran la impresión y venta de libros que trataran “de

materias de Indias no teniendo especial licencia expresa del soberano despachada por nuestro Real Consejo de las Indias y hagan recoger recojan y remitan con brevedad a él todos los que hallaren y ningún impresor ni librero los imprima tenga ni venda y si llegaren a su poder los entregue luego en nuestro Consejo para que sean vistos y examinados” (cit. en Medina x). Esta disposición se confirmará al menos cuatro veces más a lo largo del siglo XVI, lo cual resalta su importancia (Medina xii). La normatividad se demostraría profundamente efectiva en el control del discurso sobre América dentro de las fronteras de los reinos españoles, de tal modo que el discurso impreso “americano” estaba plenamente controlado (Peña 180).

El *printspace* español quedaba ahora completamente fracturado pues paralelo al Consejo de Castilla se erigía el Consejo de Indias que controlaba no sólo lo que se podía publicar en las Indias sino lo que se podía decir de las Indias en los reinos de la corona. Parecería a primera vista que el Consejo de Indias era un organismo aún más restrictivo que el Consejo de Castilla. Sin embargo, la función censorial de ambas era realmente similar. El Consejo de Castilla controlaba todo aquello que se podía publicar en los reinos bajo su jurisdicción y por supuesto también controlaba lo que se decía sobre esos reinos y que lo publicado fuera acorde a los intereses de la corona. El Consejo de Indias controlaba lo que se publicaba en y sobre América y el Consejo de Castilla lo que se publicaba en y sobre España. Es por esta función paralela entre las dos instituciones por lo que el *printspace* español queda completamente partido en dos. Dos territorios legales, dos territorios textuales que se traslapan y que conviven pero dos territorios diferentes. En una carta fechada en 1597, el Consejo de Indias recordaba al rey Felipe II esta separación y lo invitaba a recordársela al Consejo de Castilla a lo cual el rey se habría mostrado favorable (Medina xii).

Señor, Algunos libros se han impreso los años pasados en que se trata de cosas de Indias con menos inteligencia y certinidad de lo que ha pasado de la que convenía tuviese historia nueva y de tierra tan invidiada de que resulta poca satisfacción y algunos inconvenientes de

consideración y para que esto se pueda remediar para adelante como lo procura el Consejo en lo que puede se juzga por muy conveniente que VM se sirva de mandar advertir al Consejo de Castilla que cuando se pida licencia en él para semejantes impresiones ordene que antes que se conceda se vean y censuren los libros en que se trata de cosas de Indias por alguno de los deste Consejo para que vayan con la justificación y verdad que conviene que es el fin que en estos casos se debe pretender En Madrid á diez y seis de julio de mil é quinientos noventa y siete. (cit. en Medina xiii)

Esta arquitectura legal que hemos descrito hasta acá permanecerá estable a lo largo del siglo XVII y es la base fundacional de lo que se ha llamado el antiguo régimen del libro español. Las ordenanzas, cédulas reales y las pragmáticas que hemos citado son el andamiaje del *printspace* pues son lo que se denomina el derecho común, es decir el derecho de carácter general que concierne a todos los ciudadanos del reino. Sin embargo, concurrente al derecho común se erige el derecho privado: un cuerpo de leyes de carácter no general, leyes que se promulgaban caso a caso y que aplicaban sólo a particulares y que tienen un severo impacto en el proceso de publicación en el *printspace* (Reyes Gómez “Con privilegio”, 163). La gran mayoría de este cuerpo de leyes lo conforman los privilegios sobre obras: leyes emitidas por el rey y que concedían la exclusividad de la publicación e impresión de (una) obra(s) dada(s) a un particular. La naturaleza del privilegio es la de proteger la inversión hecha por el librero, impresor, o autor de un libro, frente a otros impresores que quisieran publicar la misma obra. Bajo el derecho común una obra sin privilegio podía ser reimpressa por otros impresores sin autorización de los involucrados en la primera impresión.

Es fundamental señalar que los privilegios no son leyes que den propiedad sobre un texto, sino que dan exclusividad sobre la publicación de un libro. Es una diferencia crucial pues implica que que el derecho común contemplaba que cualquier persona podría publicar cualquier texto siempre y cuando se obtuviera licencia y en ningún momento requería una autoría, un autor, o la

intervención de una persona que se considerara como la creadora del texto. El privilegio no busca defender una autoría sino un negocio. Aquí se debe tener cuenta que los primeros privilegios españoles no se daban para la impresión de una obra particular sino que eran privilegios de impresión en general, es decir se hacía exclusivo el negocio de la impresión como tal (Reyes Gómez 164). Un buen ejemplo de ello es el privilegio que se le concede a Juan Cromberger para imprimir en Nueva España como único impresor en el Nuevo Mundo.

Es en esos primeros privilegios en los que se basan los privilegios a obras específicas y es de donde heredan su composición y su naturaleza: la protección de un negocio u actividad comercial. Sin embargo, dada su naturaleza de ley privada el privilegio operaba de caso a caso y por lo tanto no era mecanismo completamente estandarizado y por ende es impreciso hablar del Privilegio como si fuera una institución o una ley fija. No obstante, en su minucioso análisis Reyes Gómez señala las siguientes características generales que nos permiten dar una taxonomía del privilegio del libro español antiguo:

1. El *otorgante* del privilegio varía de territorio a territorio y de época a época. Dependiendo del otorgante y de su jurisdicción, real o eclesiástica, el privilegio tendrá un *alcance* territorial mayor o menor, aunque la mayoría de los privilegios tienen circunscripción local.
2. En cuanto a su *duración* el privilegio se podía solicitar de uno a un número ilimitado de años, siendo lo más común el privilegio a cinco años.
3. El *privilegiado* era la persona que solicitaba y pagaba por el privilegio. No se requería más que ser el propietario del manuscrito que iba a ser licenciado. Ello no implicaba ser su autor. El solicitante podía ser el autor, el impresor, el editor o una institución. Era común que el autor solicitara el privilegio y negociara su pago con quien financiara la edición.
4. Se podía conceder privilegio a una obra, a una serie de obras, o a diferentes versiones de una obra. También fue común el privilegio a tipos de obras, como las cartillas de lectura, los

sínodos eclesiásticos, las bulas, breviarios y rezados. En el caso de estos privilegios generalmente se le daban a una institución particular, comúnmente un hospital o un convento o monasterio. Estas instituciones podían contratar la impresión con quienes considerasen pertinente.

Además de estos lineamientos generales se debe considerar otra característica intrínsecamente ligada al privilegio y particular al *printscape* español: el valor del libro, la tasa, la fijaba el ente que emitía la licencia. Esto sucedía de manera informal sólo para los libros que llevaban privilegio durante la primera mitad del siglo XVI y se institucionaliza después de P1558 para todos los libros. La fijación del precio tenía una implicación fortísima a la hora de decidir si se solicitaba un privilegio o no ya que el derecho de exclusiva tenía un valor y no era una inversión menor ni necesaria. Si una obra era un éxito y se tenía privilegio, dado que el precio estaba fijado de antemano, quienes tuvieran el privilegio no se beneficiarían más por el éxito pues no podían aumentar el precio de los libros capitalizando la demanda del mercado. Se podría pensar que la ventaja era la de poder capitalizar el éxito con segundas ediciones. Pero se debe tener en cuenta que dada la circunscripción local de los privilegios, un éxito de ventas podría ser reimpresso en otros reinos sin problemas. Es el caso de Mateo Alemán y su *Guzmán de Alfarache* que analizaremos en detalle en uno de nuestros capítulos. Alemán poseía el privilegio para la segunda parte de su obra pero ello no lo protegió de al menos tres ediciones no autorizadas y sin duda no le proveyó una ventaja comercial. El privilegio lo que en realidad hacía era proteger contra ediciones de terceros en el mismo reino, de tal modo que había un control leve sobre la oferta total de una obra dada. Es decir que la tasa ponía un precio tope al libro y al controlar la oferta con el privilegio se regulaba el precio mínimo del libro que no podría ser muy bajo pues había poca oferta. De tal modo, el derecho común regulaba qué y quién podía publicar, y el derecho privado regulaba levemente los aspectos puramente comerciales intentando mantener controlada la competencia entre impresores.

Esta es la anatomía legal del *printspace* del Siglo de Oro. En resumen: el libro impreso se entiende como un catalizador de cambio y en general como un objeto de comercio provechoso para el público, y siempre como un objeto de poder sobre el lector. El libro es el principal producto del mercado del texto impreso pues la ley del derecho común se refiere a su comercio casi de modo exclusivo. Otros productos como cartillas, pliegos sueltos y material de corte religioso, apenas se nombran en la ley y no se establecen mecanismos estandarizados para los mismos. Algunos libros se consideran peligrosos y se censuran, pero en la misma medida otros libros se consideran herramientas de educación y de expansión de la doctrina católica. Más aún el sistema prevé que el libro debe ser una herramienta de expansión. Por lo anterior las instituciones legales y de control se centran en proteger dos cosas: la inversión económica de los mercaderes de libros, es decir el valor comercial, y que los contenidos sean favorables al poder establecido. Lo primero garantiza que el negocio sea rentable y se expanda, lo segundo que sea favorable al régimen y a su ethos. El *printspace* del Siglo de Oro no ve a la imprenta como una plataforma donde ejercer la voluntad de una expresión, o como una plataforma de discusión, si bien estas dos suceden, sino que entiende a la imprenta como una herramienta de fijación de un saber particular.

Una característica significativa de esta anatomía es que la autoría de una obra está ausente de la legalidad del libro impreso en el Siglo de Oro, tanto en el derecho común como en el privado. Es cierto que la censura de un libro podía implicar el juzgamiento de su autor y el privilegio como mecanismo beneficiaba a algunos autores. Es decir, es claro que se le concede responsabilidad al creador de un discurso, pero no hay mecanismo legal que requiera que un libro tenga un autor o que conceda a un autor propiedad sobre un libro. En el *printspace* español el contenido prima sobre el autor, pues no le pertenece ni le es exclusivo. Ello no quiere decir que no haya autoría, claro que la hay, pero no es un elemento legal sino comercial. De tal modo que nuestro trabajo radica entonces

en buscar no las leyes literarias que conforman la autoría, ni las leyes legales, sino el comportamiento comercial del texto.

V. Los casos

A pesar de que en el mercado del texto impreso el libro se vuelve rápidamente el producto privilegiado del comercio, a lo largo del siglo XVI se generan muchos más productos que sólo libros. Estos productos son fundamentales en el *printspace* y deben ser tenidos en cuenta. Además de ello paralelo al comercio del libro impreso, el comercio de manuscritos, pliegos sueltos, y el mercado teatral son espacios de comercio de texto que conviven en el *printspace* y que tienen relaciones muy interesantes de retroalimentación con lo impreso. Para esta tesis hemos seleccionado cuatro casos de estudio que intentarán dar una panorámica, no ya total, pero sí amplia del mercado del texto impreso y que permitirán mostrar los diversos tipos de autoría que se generan. En cada aparte intentaremos analizar un producto impreso particular determinando siempre los mecanismos de su construcción y consumo.

El primer caso de estudio que se tratará es el de los ruseñores populares del siglo XVI: escritores de pliegos sueltos y de relaciones de sucesos que a pesar de su popularidad o, justamente por ella, suelen ser considerados autores de segunda clase o, usando el término más común, autores no cultos. Por razones bibliográficas y de alcance, tomamos como casos de estudio a los poetas Benito Carrasco y Cristóbal Bravo. Los dos casos tienen ciertas similitudes bastante significativas. Los dos autores eran hombres “vagabundos”, ciegos, bastante pobres, y muy populares en sus ciudades (Izquierdo Villaverde 868; Rodríguez Moñino 2). De los dos poetas se han recogido suficientes textos que permiten el análisis y cuya comparación es posible y pertinente. El proceso fundamental que hemos seguido consiste en considerar estas autorías desde un punto de vista histórico teniendo en cuenta, primero, que como autorías apenas están siendo construidas; segundo, que son justamente el pliego y la cartilla los formatos impresos más difundidos del siglo XVI. Un

punto que se debe tener en cuenta es que la relación de verdad que tenía el pliego con la realidad poetizada se mueve bajo supuestos distintos a la de otros medios impresos y en general a la ficción. La particular relación que existe entre el escritor, la realidad poetizada, el público y el pliego se presenta diferente a la del libro impreso propiamente dicho: no sólo la legislación no es la misma y por ende el proceso de publicación es distinto, sino que el autor o la autoría se basan en supuestos distintos. Las obras de un autor se comentan en el pliego, se copian apartes, se dispersan. Pero quien sólo circula en pliegos no parece acceder al título de autor. Si bien en volumen el pliego se consumiese ampliamente, el mercado claramente privilegiaba al libro, un gran librero era ante todo un mercader de libros.

El segundo caso de estudio explorará el género picaresco. El texto primario será el *Guzmán de Alfarache* de Mateo Alemán. La publicación de este texto, como ya se ha señalado, supone un excelente caso de estudio. Se debe tener en cuenta que es a éste al que se debe el auge del Lazarillo en el siglo XVI, pues es después de esta reescritura que hace Alemán del Lazarillo cuando se publican una serie de textos similares que hoy inscribimos en el género picaresco (Sobejano “Un perfil de la picaresca”). Por esta razón se suele considerar al *Guzmán* como texto arquetípico del género picaresco. Sin embargo, son las ediciones no autorizadas de la obra las que adjuntan el adjetivo pícaro en la portada del texto, a lo cual Alemán se opone. También la segunda parte apócrifa utiliza el adjetivo pícaro en la portada. Alemán responde en la portada de su segunda parte, no sólo manteniendo su título sin la palabra pícaro, sino declarándose en la portada “el verdadero autor”. Al considerarse o proclamarse dueño de un personaje ficticio y de su narración, Alemán intenta establecer una relación particular con el relato, no de verdad o de autoridad. Un punto de análisis clave que describimos en este capítulo es ver cómo respalda y construye Alemán su “verdadera autoría” y cómo ese proyecto se desarrolla en el *printscape*. El paralelismo entre la construcción genérica que implican las ediciones no autorizadas y apócrifas, y la batalla por construir

su autoría son un buen ejemplo de cómo tanto contenidos como paratextos obedecen a las reglas del consumo del texto impreso. Una de las conclusiones de este caso es que hay un abismo entre la concepción del libro impreso que tiene Alemán y la forma en que el mercado lo concibe o mejor como lo consume. Este abismo tiene unas implicaciones bastante elocuentes en cuanto a la autoría entendida entonces como producto de una forma particular de distribuir y consumir textos y no tanto como producto de una particular visión personal o proyecto autorial individual.

En contraposición al anterior ejemplo, el tercer capítulo estudiará a *El burlador de Sevilla*, caso que también se ha anunciado más arriba. El cambio del género narrativo al teatral permitirá ilustrar la persistencia del mercado manuscrito y teatral en el *printspace*. La discusión sobre la autoría de este texto ha tenido grandes cambios en los últimos treinta años, en particular gracias a los aportes de Rodríguez López-Vázquez. Siguiendo sus argumentos se puede deducir que la atribución a Tirso es claramente cuestionable. La evidencia estilística usada en favor de Tirso parece más favorable para Claramonte que para el propio Tirso. El problema bibliográfico es mucho más complejo si se tiene en cuenta que la obra *El Burlador de Sevilla* es sólo una de un cúmulo de textos y representaciones que comparten personajes, temáticas, historias, estrofas o que simplemente son unos variantes de los otros; pero que giran todos alrededor de Don Juan y el Convidado de piedra. En este capítulo dilucidamos cómo funciona la autoría en este cúmulo de textos, partiendo de la distinción entre *autor de comedias* y escritor de comedias. Más aún proponemos una forma de replantear el problema que se ajuste a los documentos que tenemos actualmente y que solucione algunos problemas interpretativos que el análisis tradicional ha enunciado. De allí generalizamos cautamente cómo es la interacción del *printspace* con el teatro, para así poder entender la especificidad de las obras teatrales que llegan a la imprenta. El marco conceptual del *printspace* nos permite plantear que estas obras no son un producto impreso como tal, sino que son un producto multimediático en el que intervienen muy diversos agentes, pero del cual sólo conservamos documentos impresos o manuscritos.

El cuarto capítulo investigará dos autorías de altísima distribución y consumo en el *printspace* del Siglo de Oro. La primera que se analizará es la de Lope de Vega, desde el punto de vista de su obra tardía y de su madurez profesional. La segunda es la autoría de Juan Pérez de Montalbán, la cual, contrariamente a la de Lope, es una autoría no sólo mucho menos voluminosa sino también mucho menos estudiada y respetada actualmente. Los puntos de contacto de estos dos autores son muchísimos, pero el más significativo es el rol que juega el padre de Montalbán, el mercader de libros Alonso Pérez, en la formación de la obra de los dos. Según demuestra Anne Cayuela en su detallado estudio sobre el mismo, Pérez es quizás el primer y más importante editor de obras literarias del mercado del libro español. Ello quiere decir que es el primer mercader de libros del Siglo de Oro en especializarse en un segmento específico del mercado, y sobre todo que es el primer mercader de libros cuya labor podría ser caracterizada como editorial propiamente. Además de ello Lope al final de su obra publica de manera exclusiva con Pérez. Esta relación editorial hace que Montalbán crezca como persona y como autor apadrinado por Lope, pero sobretodo hace que su proyecto autorial sea premeditado y calculado desde el inicio. Esta íntima relación editorial en la que se tiene al mercader, al modelo de la autoría más establecida del mercado, Lope, y al joven que busca replicar lo aprendido, hace que el caso sea muy pertinente para nuestro análisis, y nos permitirá describir el rol que juega el editor en la conformación de ambas autorías.

Estas dos autorías y su relación editorial con Pérez se estudiarán en un momento coyuntural del *printspace* del Siglo de Oro: el período de 1625-1634 en el que el Consejo de Castilla suspende la emisión de licencias para comedias y novelas. Esta normativa supone para los dos autores el problema de qué publicar y cómo seguir siendo autores ahora que no pueden sacar al mercado sus productos habituales. El texto de Lope que se tendrá en cuenta es *Rimas humanas y divinas del licenciado Tomé de Burguillos* (1634), poemario que Lope escribe y publica justo antes de morir, en el que ficcionaliza la figura autorial desdoblándose en un heterónimo, el licenciado Tomé, supuesto autor

de los poemas que Lope compila. El texto de Montalbán que será tenido en cuenta es el *Para Todos* (1632). Este libro es una miscelánea de carácter universalista que tuvo una fuerte distribución en el mercado, siendo uno de los libros más populares de su momento, pero que también fue el blanco de la sorna y burla de Francisco de Quevedo en su *Perinola*. La obra de Lope y la de Montalbán son obras en muchos sentidos opuestas pero que responden a problemáticas similares, y su contrapunto nos permitirá estudiar la arquitectura de dos autorías fundamentales en el Siglo de Oro, evidenciando en particular su naturaleza editorial.

En el capítulo de conclusiones el objetivo es mostrar las relaciones de los distintos casos de estudio entre sí y con el contexto de producción. Se evaluará si el enfoque bibliográfico aporta al análisis textual y, en particular, si ofrece lecturas nuevas o explica líneas de interpretación y si sirve para replantear ciertos supuestos sobre la autoría y el medio. Asimismo, se intentará dar una descripción del proceso de publicación y sus mecanismos en el contexto de publicación del Siglo de Oro que nos lleven a perfilar algunas de las estructuras del *printspace*. A su vez, se analizará en detalle las relaciones encontradas entre publicación y las autorías propuestas, señalando posibles problemas de investigación y casos en los que se pueda generalizar.

Como se puede ver, los casos de estudio seleccionados representan no sólo diversos géneros literarios: relato, novela, teatro y poesía. También representan diferentes problemáticas de la autoría: autorías no reconocidas debido en gran medida a formatos populares de producción material y de distribución (ruiseñores); autoría, copia y género literario (Aleman); atribuciones, autorías problematizadas y cuestionadas, autorías construidas (Tirso); y marcas editoriales y autorías canónicas (Lope y los Pérez). Asimismo, los casos ilustran que si bien en el *printspace* el medio privilegiado es el libro impreso, otros mercados de textos conviven bajo éste: el pliego, el manuscrito y la representación teatral, sumados a sus circuitos de distribución, conforman el espacio.

CAPÍTULO I: LITERATURA DE CORDEL: RUISEÑORES O PAPAGAYOS

*No todas las voces ledas
son de Sirenas con plumas,
cuyas húmidas espumas
son las verdes alamedas;
si suspendido te quedas
a los süaves clamores,
No son todos ruiseñores
los que cantan entre las flores,
sino campanitas de plata,
que tocan a la alba,
sino trompeticas de oro,
que hacen la salva
a los soles que adoro
“No son todos ruiseñores”
Luis de Góngora*

I. Introducción: ¿qué es un pliego?

Un pliego suelto era un cuadernillo de papel impreso y de pocas páginas. Fue un formato de amplísima difusión desde los primeros años de la imprenta hasta principios del siglo XX. El formato más común era el pliego en cuarto que se conseguía al imprimir en cada cara de una hoja de papel cuatro páginas, con lo cual se obtenía un cuadernillo de ocho páginas. También se imprimían pliegos en octavo y en dieciseisavo, cuadernillos de dieciséis y treinta y dos páginas respectivamente, estos tipos sin embargo eran bastante inusuales. Por lo general había una obra principal por pliego: una relación de algún suceso extraordinario, notable o ejemplar, o alguna historia de esparcimiento o humorística. En el espacio restante, si lo había, se solía incluir algún romance o villancico. También fueron muy comunes los pliegos que compendaban diferentes romances o coplas. En general, el contenido de los pliegos variaba muchísimo entre impresores, regiones y épocas.

El pliego suelto era un formato de producción rápida que sólo requería uno o dos días de impresión (para una tirada de 1000 a 1500 ejemplares) y, por ende, el riesgo económico que suponía publicar una obra era menor. Durante el siglo XVI y principios del XVII, el costo de un pliego

oscilaba entre 3 y 8 maravedís (García de Enterría, *Sociedad y poesía* 81), lo cual era considerablemente bajo si se tiene en cuenta que para 1605 una docena de huevos costaba 63 maravedís, un pollo 55, una resma de papel 28 y una copia del Quijote 290¹. Esto lo hacía asequible a un público mucho más vasto que el de los libros. Su tamaño y peso permitían que se vendiera fuera del circuito tradicional de librerías: de calle en calle y de plaza en plaza, donde los pliegos colgaban de un cordel, y de allí el nombre *Literatura de cordel*². El pliego podía ser pregonado por entero antes de ser vendido, así como leído en voz alta entre vecinos y amigos. La versatilidad, tanto de su producción como de su consumo y distribución, lo convirtieron en un formato de amplísima difusión y alcance. El pliego cumplía muy diversas funciones: informativas e históricas (relaciones de sucesos, noticias y pragmáticas); educativas (casos ejemplares, cartillas de lectura, vidas de santos); y de entretenimiento y estéticas (coplas, villancicos, romances y poesías)³.

En este trabajo nos limitaremos al estudio del pliego de la segunda mitad del siglo XVI y de las primeras décadas del siglo XVII. Nos centraremos en los pliegos de contenido poético, conocidos como pliegos de coplas y omitiremos los pliegos de contenido estrictamente religioso como bulas o rezados, y las cartillas de lectura. Como se ha señalado en la *Introducción*, el período

¹ Estos precios los reporta Francisco Rico en: De Cervantes Saavedra, Miguel. “Tasa”. *Don Quijote de La Mancha*. Ed. Francisco Rico. Ed. Del IV Centenario. Madrid: Real Academia Española, 2004. 3, nota 4. Print. Para más datos sobre precios de impresos en el Siglo de oro se puede consultar: Griffin, Clive. *The History of a Printing Dynasty*. Oxford: Clarendon Press, 1988. xvii-xviii. Print.

² Este término fue acuñado por Julio Caro Baroja en su *Ensayo sobre la literatura de cordel*.

³ Para un estudio introductorio a la literatura de cordel véase el capítulo de Giuseppe di Stefano, “El pliego suelto: del lenguaje a la página”, en *Imprenta y crítica textual en el Siglo de Oro*. Para un estudio detallado y extenso sobre la literatura de cordel se puede consultar el trabajo monográfico de García de Enterría, *Sociedad y poesía de cordel en el Barroco*. También se puede consultar el fundacional *Ensayo sobre la literatura de cordel* de Julio Caro Baroja que, si bien es un trabajo con enfoque más histórico-cultural y menos filológico que el de García de Enterría, se presenta como un excelente punto de partida para el interesado en estudiar el pliego suelto y su posición en el discurso literario español. Para una lista amplísima sobre trabajos referentes a la literatura de cordel véase el trabajo de Nieves Pena Sueiro, *Estado de la cuestión sobre el estudio de las Relaciones de suceso*; a pesar de centrarse en las relaciones de suceso el rastreo que hace la investigadora es completísimo e incluye la bibliografía principal para el estudio de los pliegos.

escogido es un momento de estabilización del *printspace* que se evidencia en un aumento de la segmentación del mercado general del texto, lo cual implica a su vez la estabilización tanto del pliego como del libro. Si se examinan los pliegos de los primeros años de la imprenta, siglo XV, se notará que “predominan netamente los autores cortesanos, profanos como los Manrique, Santillana o Mena, religiosos como Montesino, Román o Íñigo de Mendoza, amén de San Pedro, más alguna obra religiosa y los consabidos textos de propaganda dinástica o política” (Beltrán 376). A partir del primer cuarto del siglo XVI el formato se estabiliza y tiende a una cierta estandarización tanto en contenido como en forma. El registro de los pliegos deja de ser estrictamente cortesano y los contenidos se “vulgarizan”, si bien se siguen imprimiendo pliegos que incluyen poesía cortesana o incluso obras de autores cultos.

Dado que nuestro objetivo es analizar la relación entre autoría y los diversos productos del *printspace*, en este caso el pliego, hemos elegido centrarnos en la obra de dos autores: Cristóbal Bravo y Benito Carrasco. Los dos son excelentes representantes de la producción de la literatura de cordel en el marco temporal señalado. Las razones que justifican esta elección serán presentadas en detalle en dos apartes posteriores. Primero intentaremos dar una descripción satisfactoria y completa del pliego como medio, formato y género, siempre en el contexto conceptual del *printspace*. El objetivo es dar un marco teórico que permita entender al cordel como un canal de intercambio cultural particularizado por sus características bibliográficas; características que suponen, a su vez, la creación de un tipo específico de autoría. Como herramienta de análisis volveremos continuamente a la comparación entre el pliego suelto y el libro; este contrapunto nos permitirá dilucidar con mayor claridad las especificidades de cada medio y, consecuentemente, entender la autoría en el pliego en comparación con la autoría en el libro.

Las ideas en las que basamos la descripción del pliego como formato, medio y género son el resultado de un rastreo de la crítica académica de la literatura de cordel. Nuestra aproximación al

corpus crítico ha sido vertical, con miras a generar un recuento histórico de la producción discursiva centrada en el pliego suelto. Este enfoque permite entender los distintos aportes críticos en sus contexto de enunciación, de modo que se puedan analizar las motivaciones teóricas de cada aporte y su relación particular con el objeto de estudio. El propósito es exponer de manera completa la evolución del pliego suelto como unidad discursiva para así poder generar un marco teórico suficiente y garantizar la precisión de nuestra descripción del medio. Como resultado de este rastreo hemos podido delinear una breve historia de la crítica de la *literatura de cordel*.

Esta historia inicia cuando termina la producción del pliego suelto, en la ciudad del siglo XX donde desaparecen el ciego y el buhonero, ejes principales en la distribución de la literatura de cordel. Si bien otros medios de comunicación, desde el tabloide hasta el telediario, pasando por la música popular y la radio, la telenovela, etcétera, suplen de algún modo las funciones que en su momento llegó a tener la literatura de cordel, la verdad es que intentar un paralelismo “evolutivo” entre estos medios y el pliego es negar que el medio como tal, el cordel, dejó de funcionar y, con él, una forma particular de intercambio cultural. Los pliegos se dejan de producir y distribuir en los inicios del siglo XX pero no será sino unas décadas después cuando se conviertan en un objeto de estudio. Hasta el momento de su muerte, el pliego como tal no entraba en el discurso crítico.

En la segunda mitad del siglo XX una serie de investigadores saca al pliego del archivo y hace un análisis total del mismo. Ellos son quienes establecen las bases del estudio de la literatura de cordel. Julio Caro Baroja, José Manuel Blecua, María Cruz García de Enterría y Antonio Rodríguez Moñino, entre otros, inician las investigaciones de todo lo producido en ese formato. Sus estudios se apoyaban en la valoración que del romancero habían hecho muchos de los integrantes de la generación del 98, muy en particular el trabajo de Ramón Menéndez Pidal, pero añadían dos componentes fundamentales: el enfoque bibliográfico y el sociológico. Es de la conjunción de estas dos posiciones de la que nace realmente la literatura de cordel como objeto del discurso crítico. Son

estos investigadores los primeros en poner al cordel por encima de otras categorías de catalogación. Lo interesante es que al formar y estudiar la categoría *literatura de cordel*, se subraya el enfoque bibliográfico sobre el literario, o al menos se le iguala.

Estos autores, debemos decirlo, reciben un medio muerto, o moribundo. Reciben una serie de cadáveres de papel que comienzan a sumar valor, no como obra de arte en sí misma, sino valor arqueológico. Lo anterior debe ser matizado y no implica que los investigadores recibieran suvenires del pasado, o que los tratasen como tal, sino que se acercaban a documentos que usualmente no se entendían como parte del corpus de estudio del investigador literario, rarezas de un medio muerto, y que justamente este hecho los particularizaba.

Pero cuando empieza a sonar el nombre de «literatura de cordel», o mejor, de «pliegos sueltos», entre los estudiosos éstos siguen sin casi mencionar la importancia de ellos para la Historia literaria. En este momento, quizá, podemos hablar de olvido. Se conocía algo, sí, pero se olvidaba manejarlo y utilizarlo porque, trabajando casi siempre con lo que se había dicho antes, el desconocimiento anterior influía en la actitud inmediatamente posterior (García de Enterría, *Sociedad y poesía* 55)

En suma, por un lado el canon y el libro, y por el otro el folklore y el pliego. Esta valoración les venía del siglo XIX y podría ser resumida principalmente en la posición de Ramón Menéndez Pidal. Su emblemático trabajo se enfocaba sobretodo en el romancero y se acercaba a lo popular desde la poesía y lo oral y no desde lo impreso. En su aproximación el pliego y lo bibliográfico eran variables mucho menores comparadas con otras de tipo historiográfico, nacional y literario, en las que el romancero podía ser visto más como momento iniciático de una tradición folclórica nacional que como un objeto de consumo en su propio contexto.

Justamente por lo anterior la historia de la literatura de cordel no empieza sino hasta la segunda mitad del siglo XX, sólo cuando el investigador se decide a entender el pliego como

documento, testigo de una forma particular de intercambio cultural y no como anécdota. Es en la obra de Caro Baroja donde queda de mejor manera enmarcado este proceso discursivo en el que la categoría primordial deja de ser el romance, la poesía folklórica o la tradición popular, y se cataloga como *literatura de cordel*. Es decir que se pasa de categorías de catalogación puramente “literarias” y el formato de publicación se vuelve la cualidad común a todas las obras, el elemento unificador.

Sin embargo es el cuidadoso trabajo de Antonio Rodríguez Moñino, trabajo de recolección y catalogación material, el que de manera más palpable ha ayudado a delimitar el campo de trabajo del estudio de la literatura de cordel. Su *Diccionario bibliográfico de pliegos sueltos poéticos* (Madrid : Editorial Castalia, 1970) es una obra seminal y punto de partida obligado para el estudioso del pliego. Antes de él, como se ha dicho, todo se supeditaba a otras categorías y el cordel no formaba un corpus en sí mismo. Este, claro está, es el aporte del filón bibliográfico.

A partir de aquí y a lo largo de las décadas del sesenta y del setenta los investigadores estudiarán y aumentarán desde un enfoque sociológico el corpus de pliegos que Moñino ha recogido. En estas décadas los acercamientos a la literatura desde la sociología se vuelven ampliamente comunes. Los investigadores se interesan principalmente por literaturas que han sido marginalizadas por el discurso crítico tradicional. El pliego entonces se presenta como un excelente objeto de estudio por su usual inclusión dentro de las tradiciones folclóricas y populares. Se debe señalar que en este enfoque sociológico se tendía a hacer una distinción de clase en el público del pliego suelto en la que éste se asumía como perteneciente únicamente a las clases bajas. Sin embargo la evidencia no tardaría en mostrar que esta distinción era bastante difícil de defender y más bien señala las motivaciones teóricas, y quizás políticas, de las aproximaciones sociológicas.

Es el trabajo monográfico de García de Enterría, *Sociedad y poesía de cordel en el barroco*, el primer estudio total de la literatura de cordel durante el Siglo de Oro y el mejor ejemplo de lo anterior. Su detallada lectura analiza transversalmente un grupo suficientemente grande de pliegos de

los siglos XVI y XVII. Es un trabajo fundamental pues logra caracterizar un corpus literario clara y materialmente delimitado, modelando en gran medida los estudios del pliego posteriores. En este trabajo se pueden rastrear los presupuestos fundamentales del *ethos* con el que estos primeros investigadores del pliego se acercaban al mismo. Primero el presupuesto de clase: “[l]a literatura de cordel era la que leía «el pueblo» (...) Era necesaria una literatura de masas para gente iletrada, aunque no analfabeta, para gente sencilla en todos los terrenos, también el económico” (García de Enterría, *Sociedad y poesía* 18). Segundo un presupuesto universalista en el que el objetivo es “la investigación de la unicidad de la obra, de la belleza estética de un poema, válido por sí y ante todos” (García de Enterría, *Sociedad y poesía* 46). Ahora estos dos presupuestos se combinaban y se transfería la valoración de clase a una valoración estética, de tal suerte que el pliego se estudiaba bajo el presupuesto de que su calidad era igualmente pobre a su público. Es claro que literaturas que tradicionalmente se han catalogado como populares se adscriben todas a discursos y a problemáticas similares y que la valoración cultural “popular” depende en gran parte de presupuestos estéticos similares. No obstante, lo interesante acá es que el género, pliego, se supedita a esta valoración y que su estudio y su construcción como unidad de discurso surgen de estos supuestos. De modo que el medio completo cae en esta valoración.

Ahora bien, si se consideran las implicaciones que lo anterior tiene sobre la autoría en el pliego se podrán señalar ciertos puntos de partida para nuestro estudio. El pliego es un medio o género que se recupera en el discurso académico desde lo bibliográfico y desde lo sociológico. Esta recuperación valora al medio como popular y de menor calidad, valoración que se transfiere a sus autores. Este enfoque marginaliza al pliego porque tiene como paradigma al libro, y del mismo modo marginaliza a los autores del pliego porque tiene como paradigma las autorías del libro. Sin embargo la autoría en el pliego no puede ser entendida bajo los mismos presupuestos de la autoría del libro pues las características que le son exclusivas al libro se verán como falencias en las autorías

del pliego. La visión de clase sumada a una concepción de la autoría que se rige por el paradigma del mercado del libro, ha contribuido a que no se hayan construido ni estudiado autores de pliegos de coplas. No es descabellado decir que cuando Rodríguez Moñino escribe su diccionario no existen autorías en el pliego. El discurso crítico no considera a los autores de pliegos como autores. Más aún, los presupuestos en los que se ha basado el estudio del pliego supone la “imposibilidad” de tener autores de pliegos. Esto lo demuestra el hecho de que ni siquiera Moñino puede llamar a uno de sus casos de estudio, Cristóbal Bravo, poeta o autor sino debe recurrir a la metáfora “ruiseñor” y sus obras no son obras, son “obrillas” (Rodríguez Moñino, “Cristóbal Bravo...” 5).

Sería simplista decir que lo anterior se debe sólo a una valoración estética negativa. Es claro que el cordel como medio comporta particularidades muy distintas a las del libro y que estas características minan puntos fundamentales en los que se basa la construcción de autorías para el libro. Los elementos que garantizan legal y comercialmente la relación entre autor y obra no existen en el pliego, e incluso elementos estéticos como la reescritura de obras, muy común en el pliego, va en contra de la unicidad que es fundamental en el concepto de libro. En su relectura de Foucault, Chartier señala como los procesos legales e industriales de producción del libro generan un orden particular de creación y difusión del conocimiento, y en ello unas particulares figuras de autor, o autorías. (Chartier, *The Order of Books* 26). Del mismo modo las particularidades del pliego generarán unas formas específicas de autoría y un orden particular de transmisión del texto. Por ello el trabajo que se le presenta al investigador del pliego que quiera aproximarse a algún autor es, primero, entender las particularidades del medio y las consecuencias que estas tienen en definir una singular función autorial y, segundo, asumir que su trabajo es el de construir unidades de discurso que aún no existen o que existen a medias. Ese será nuestro objetivo en la siguiente sección, allí daremos una panorámica del pliego como medio usando como arquitectura de nuestra descripción sus procesos creación y difusión.

Con el objetivo de generar un corpus de pliegos suficientemente vasto para el propósito de este capítulo hemos seguido como principal herramienta de catalogación bibliográfica el *Nuevo Diccionario bibliográfico de pliegos sueltos poéticos* de Rodríguez-Moñino (Madrid : Editora Regional de Extremadura, 1997) en su versión actualizada y corregida por Askins e Infante. Como fuentes primarias hemos tomado la colección facsimilar de pliegos, *Joyas Bibliográficas*, editada en mayor parte por García de Enterría, que contiene pliegos de diversos fondos de un gran número de bibliotecas: Universidad de Praga, Biblioteca Nacional de Madrid, Ambrosiana de Milán, Estado de Baviera de Múnich, Universitaria de Gotinga, Universitaria de Pisa, Nacional de Lisboa, Nacional de Viena, Universitaria de Cracovia, Biblioteca de Cataluña, Pública Municipal de Oporto, Biblioteca Rodríguez-Moñino, y la biblioteca del British Museum. Asimismo, hemos consultado distintas fuentes en-línea que ofrecen versiones digitalizadas de pliegos españoles, en particular los fondos de la Biblioteca de la Universidad de Barcelona, la Universidad de Valencia, la Universidad de Copenhague y la English Early Books Online (EEBO). Si bien nos centraremos en las obras de Bravo y Carrasco, el rastreo bibliográfico ha abarcado los documentos de los fondos anteriormente mencionados, lo que consideramos suficiente para los objetivos trazados.

II. Pliego suelto: producción, distribución y consumo

En nuestro análisis nos hemos guiado por tres preguntas: ¿cómo es un pliego? ¿cómo se vende? y ¿cómo se consume? Este enfoque nos permitirá evidenciar las relaciones de interdependencia que tienen los procesos de producción, distribución y consumo, los cuales se condicionan mutuamente, y obtendremos así una imagen más completa del mercado del pliego.

Para responder a la pregunta ¿cómo es un pliego? Comenzaremos por describir la portada. Se debe tener en cuenta que debido a su forma de venta ambulante “[e]l posible atractivo exterior del pliego suelto se juega todo en su portada, o sea en el recto de su primera hoja; raras veces en el

verso.” (di Stefano 179) Varios elementos componen la portada de un pliego: el título, la ilustración tipográfica y los primeros versos. Sin embargo, estos elementos no siempre se encuentran en un pliego. De hecho, la composición de la portada más bien parecería decidirse en el momento de la producción del pliego y no obedecer a un único patrón.



Imagen 1.1 Carrasco, Benito. *Aquí se contienen tres obras muy graciosas*. Sin datos, 1590.⁴

El título más usado es un resumen de la(s) obra(s) que contiene el pliego y por lo general incluye el nombre del autor, del impresor y la licencia, si la hay. El título de un pliego no es totalmente equivalente al título de un libro pues rara vez da nombre al pliego, la inmensa mayoría de veces cataloga los contenidos y no más. Más aún, era bastante común que las coplas incluidas en un pliego no tuvieran título (ver Imagen 1). Sólo una de las coplas de Bravo y dos de Carrasco están

⁴ El pliego se encuentra en la Biblioteca de la Universidad de Gotinga. Para una versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca Universitaria de Gotinga*, pliego XI.

propriadamente tituladas⁵. En el caso de Bravo la copla se titula de dos formas distintas: *Las angustias de la bolsa* o *Los trabajos que pasa la triste de la bolsa*⁶. De los pliegos que contienen esta obra publicados en la segunda mitad del siglo XVI estos son los títulos:

- *Obra nueva llamada las Angustias de la bolsa. Agora nuevamente compuesta, para reyr, y passar tiempo. Con un villancico al cabo* (sin datos, 1580).⁷
- *Obra llamada Los trabajos que passa la triste de la Bolsa: para reyr y passar tiempo agora nuevamente impresa en este año de mil y quinientos y noventa y seis, en Sevilla* (Sevilla: Rodrigo de Cabrero, 1590).⁸
- *Obra llamada, los trabajos que passa la triste de la Bolsa. Aora nuevamente compuesta para reyr y passar tiempo* (sin datos, 1600).⁹

⁵ La primera obra es: Carrasco, Benito. *Obra nveva llamada la vida del estudiante pobre, diligente y industrioso, júntamete con la del necio ocioso*. Valencia: Casa de los herederos de Iván Navarro, 1593. Para una versión facsimilar véase *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca Ambrosiana de Milán*. La segunda: Carrasco, Benito. *Pregmatica real del rey nuestro señor, sobre las balones, y cosas profanas, que manda guardar en Castilla*. Madrid: Guillermo Druy, 1594. Para una versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos del s. XVI de la Biblioteca Rodríguez-Moñino*, pliego VIII.

⁶ Rodríguez Moñino atribuía esta obra a Bravo. Sin embargo, esta atribución ha sido discutida por García de Enterría en *Catálogo de Los Pliegos Poéticos Españoles Del Siglo XVII: En El British Museum de Londres* (142). Sus razones son excelentes pero no concluyentes. Como tampoco lo son las de Rodríguez Moñino. Este caso lo analizaremos en detalle más adelante y allí presentaremos nuestra hipótesis sobre el problema de la atribución.

⁷ Rodríguez Moñino sugiere como impresor a Bornat en su artículo “Cristobal Bravo: ruseñor popular” (4). El pliego se encuentra en la Biblioteca Nacional de España en Madrid, R-31364/20.

⁸ Para una versión facsimilar véase *Los pliegos sueltos de Thomas Croft*, pliego XIII.

⁹ El pliego se encuentra en el British Museum bajo la signatura T. 184. Para una versión facsimilar véase *Catálogo de los pliegos poéticos españoles del siglo XVII: en el British Museum de Londres*, pliego VI.

OBRA LLAMADA

Los trabajos q passa la triste dela Bolsa: para reyr y passar tiempo
Agora nuevamente impresa eneste Año de Mil y quiniétos
y noventa y feys, En Sevilla.



Comiença la obra.

Dezid Bolsa mi zagala,
para q quiero quiereros,
pues por estar sin dineros,
nunca me veo sin gala,
ni ando entre cavalleros.
Quando vos teneys dinero,
señora, ya me entendeys,
ando alegre y plazentero,
pero si no, ya sabeyz
que no como, quando quiero,

mas no me hazen honor
si sienten que andays vazia.
Que os cuesta a vos estar llena
con el dinero sobrado?
hazer que yo biva honrado
libre de congoxa y pena,
muy alegre y descansado.

Bolsa.

¶ El mas illustre Señor
por vos, noble Bolsa mia
me haze gran cortesia,

¶ Bien se que de todo aquella
vos señor teneys la culpa,
yo jamas e hecho exceso
y vos armays me procello

Imagen 1.2 Bravo, Cristóbal. *Obra llamada los trabajos*. Sevilla: Rodrigo de Cabrero, 1590. Véase nota 8.

El hecho de que el título del pliego no sea el nombre de la obra se deduce rápidamente de este ejemplo. En el pliego de la Imagen 2, esto se subraya gráficamente: las palabras *Obra llamada*, capturan inmediatamente la atención del lector y señalan que la obra contenida en el pliego tiene un nombre pero que el título del pliego no es el nombre de la obra. Puede parecer un sutileza sin importancia pero no lo es. El título de un libro lo singulariza y estandariza, su función paratextual se mantiene estable incluso bajo cambios de edición, existe una identificación plena entre el objeto-libro y la obra contenida que se materializa de manera textual en el título. En el pliego el título varía casi con cada edición, rarisimas veces permanece estable. Esa variación señala que no hay una identificación total entre objeto-pliego y obra contenida, como sí la hay en el libro. Existe por ende una distancia entre el objeto-pliego y la(s) obra(s) que contiene, distancia que será fundamental. En otras palabras, la función paratextual del título de un pliego es distinta a la de un título de un libro.

En el pliego el título no intenta añadir un campo semántico que incremente los niveles de significado de la obra. Su función es fundamentalmente informativa y no semántica. El título tiene como objetivo decirle al consumidor lo que va a comprar, su funcionalidad es publicitaria y en sentido estricto no es parte de las obras contenidas en el pliego. Lo anterior claro está, no niega que el título cumpla con una función estética particular: precisamente el cambio de fuente, tabulaciones particulares y el uso de adjetivos así lo señalan, pero su función estética influye en el campo semántico de pliego y no en el de las obras que contiene y, en cualquier caso, no es su razón de ser la de incidir en el significado de las obras. Por lo anterior y para evitar confusiones llamaremos al título de un pliego, encabezado. Lo que se busca es subrayar la particularidad en la funcionalidad paratextual del título del pliego y diferenciarla del título de un texto como lo entendemos hoy y como se entiende en el libro, es decir como nombre que unifica texto, obra y objeto.

Sin embargo es interesante notar que esta distancia entre el objeto-pliego y la(s) obra(s) que contiene no conlleva a una distancia entre el medio y el género coplas, de hecho los pliegos eran llamados *pliegos de coplas* en su momento. Contrario a lo que sucederá con el libro, el pliego no fija la copla, la transporta, la mantiene viva pero no la fija. Ahora bien, si se piensa lo anterior desde el punto de vista autorial las consecuencias son muy interesantes. Así como el encabezado señala una distancia entre el objeto-pliego y la(s) obra(s) que contiene, el nombre del autor conservará la misma distancia debilitando así la función autorial al separarla del objeto mismo y señalando que la función autorial en el pliego no reside exclusivamente en la organización del discurso impreso. El autor de las coplas no es necesariamente el autor del pliego, de hecho es poco común que todas las obras de un pliego pertenecieran a un único autor. La pregunta sería entonces cómo se traduce esta distancia en la recepción de la autoría del pliego. Para poder analizar a profundidad las consecuencias que genera este distanciamiento debemos tener en cuenta otros factores que intervienen en la producción y distribución y que nos permitirán entender mejor la función autorial en el pliego.

Se debe señalar que la particular funcionalidad publicitaria de los encabezados de los pliegos parece perderse a finales del siglo XVII. A medida que el libro se estandariza como formato de distribución del discurso, el título se vuelve un elemento más necesario y el encabezado tiende a parecerse cada vez más al título de los libros. Un buen ejemplo de ello es una copla de Bravo, *El testamento del gallo*, cuya aparición más temprana es en un pliego de 1590 (ver Imagen 1) y del cual tenemos al menos once versiones posteriores¹⁰. En ninguna de las versiones en las que Bravo pudo haber intervenido se le atribuye propiamente un nombre a las coplas. En el pliego de 1590 el encabezado introduce la obra de manera tradicional: *“Aquí se contienen tres obras muy graciosas para passar tiempo. La primera es un testamento que hizo un Gallo, y de las grandes mandas que mando a sus amigos. La segunda, es una pregunta que pregunto un gentil hombre a un doctor d Medicina que orden tenia para curar a su muger porque era braua y muy picuda. La tercera es una Cartilla en copla, que pidió una dama a un galán poeta, para aprender a leer brevemente, porque era ruda de ingenio. El testamento del gallo y la obra de la muger picuda compuestas en verso castellano por christoual brauo ciego de la vista corporal natural de la ciudad de cordoua”*(sin datos, 1590)¹¹. Como se puede ver, las coplas, cuidadosamente atribuidas a Bravo, no están propiamente tituladas en esta primera versión y el encabezado tan sólo cumple su función informativa, enumerativa y comercial. Sin embargo, para una versión del siglo XVIII impresa por Andrés de Sotos, pliego y copla se identifican bajo un sólo título: “El testamento del Gallo” (ver Imagen 3):

¹⁰ Rodríguez-Moñino lista once pliegos que contienen el *Testamento del Gallo* en su *Cristóbal Bravo: rui señor popular*. Para un lista completa véase la bibliografía especializada del autor que hemos añadido como apéndice.

¹¹ Para una versión facsimilar véase: *Pliegos Poéticos Españoles de La Biblioteca Universitaria de Gotinga*. Pliego IX.



Imagen 1.3 Bravo, Cristóbal. *El testamento del Gallo*. Madrid: Imprenta de Andrés de Soto, sin fecha.¹²

El pliego de 1590 contiene *un* testamento de un gallo. La ausencia de título es importante pues respalda la pretensión performativa que tiene el texto. La obra quiere ser un testamento tanto como el Lazarillo quiere ser una autobiografía, sin distanciar al autor del narrador. Titular el testamento iría en contra de este juego performativo. En el pliego de Sotos el testamento ya se ha convertido en un objeto en sí mismo y de ahí el título, deja de ser un testamento de un gallo para convertirse en *El testamento del gallo*. El encabezado ya no cumple un función titular y pasa a estar por debajo de la ilustración. Como se ha dicho antes, esto obedece a la estandarización del título como paratexto principal del libro. No obstante, para el período que nos interesa el encabezado es una pieza constante en el pliego, no equivalente al título de un libro, y que singulariza al pliego frente al libro.

¹² Madrid: Imprenta de Andrés de Sotos, sin datos. Este pliego no hace referencia a su año de impresión. Dado que su impresor, Andrés de Sotos, tuvo una vida activa en el mercado en la última mitad del siglo XVIII, podemos deducir que el pliego fue impreso en este período. Una versión digitalizada de este pliego se puede consultar abiertamente en el sitio web de la Biblioteca de la Universidad de Valencia. <http://bivaldi.gva.es/es/consulta/registro.cmd?id=5533>

Generalmente el primer renglón del encabezado se imprimía en un tamaño de fuente mayor al del resto e identifica el tipo de obra que incluía (ver imágenes 1 y 2). Los encabezados solían tipificar la obra que contenían por medio de expresiones y adjetivos que se repetían en todos los pliegos de manera bastante general. En el caso de las obras humorísticas la expresión “para reyr y passar el tiempo” que hemos visto en los pliegos de Bravo era muy común; del mismo modo lo era la expresión “obra muy graciosa”. En los pliegos de Carrasco, cuya producción está compuesta mayoritariamente por relaciones de suceso y casos notables, encontramos varios ejemplos de expresiones comunes para este tipo de obras: “Caso gustosísimo y agradable” para un caso ejemplar de corte humorístico, “Caso horrible y espantoso” para un caso moralizante y educativo, y el muy común “Relación muy verdadera”¹³ que ocurría en casos de todo tipo. Si el pliego era un compendio de coplas o romances, el encabezado enumeraba las obras incluidas (ver Imagen 4).

¹³ En los pliegos de Carrasco encontramos varios ejemplos de uso de estas frases: Carrasco, Benito. *Caso gustosissimo y agradable sucedido en la ciudad de Toledo a una graciosa Dama, la qual por que un eschvo suyo le hizo cierta afrenta, ell se burlo de un galan que era su requiebro. Es obra muy graciosa*. Guesca: Julián Floret, 1564. Para versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca Universitaria de Gotinga*. Pliego V. Carrasco, Benito. *Caso horrible y espantoso sucedido a veinte y un días del mes de Março deste año de mil y quinientos y noventa y cinco, que trata del riguroso castigo que Jesu Christo nuestro señor permitió que viniessen contra un mal Christiano, porque menospreciaba y burlaba de la Bula y Jubileos, cuéntase de como los demonios hicieron Justicia del. Compuestas por Benito Carrasco vecino de Avila, y con licencia impresso en Barcelona, en este año de 1595. Con un Romance nuevo de Lope de Vega, es muy gracioso*. Barcelona: 1595. Sin datos del impresor. Para versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca Universitaria de Gotinga*. Pliego XVI. Carrasco, Benito. *Relacion muy verdadera agora nueuamente sucedida, la qual trata de la vida que vn clerigo passo en Argel, y como conuirtio a su amo y el martyrio que se dio al Moro*. Barcelona: Pedro Malo, 1588. Para una versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos Del s. XVI de la Biblioteca Rodríguez-Moñino*. Pliego IV.



Imagen 1.4 *Primero quaderno de varios Romances los más modernos que hasta hoy se han cantado*. Valencia: Molino de la Rovella, 1596.¹⁴

La ilustración, que generalmente venía después del encabezado, las más de las veces personificaba, o al menos lo intentaba, a los protagonistas de la obra principal del pliego, aunque no siempre. Raras veces era exclusiva: los mismos tipos se repetían en diversos pliegos incluso de diversas casas impresoras. La ilustración, aunque común, muchas veces no se usa, el encabezado es constante y sus características son semejantes entre una gran gama de pliegos, por ello la ilustración ofrece menos oportunidades de análisis. Este no siempre fue el caso, en los primeros años del siglo XVI la ilustración tenía un papel mucho más importante en el pliego.¹⁵

¹⁴ Para una versión facsimilar véase *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca del Estado de Baviera de Munich*. Pliego XVII.

¹⁵ El lector interesado puede consultar el trabajo de Laura Puerto Moro, *El universo del pliego poético postincunabile*, en el que la investigadora analiza en detalle el peso gráfico de la ilustración en el pliego.

Podemos identificar tres tipos principales de pliegos agrupados por rasgos comunes en sus portadas¹⁶. Un primer tipo, A, en el que la portada contiene el encabezado que incluye el autor de la(s) obra(s), el impresor y el año, incluye las primeras estrofas de la obra principal y no tiene ilustración. Generalmente, los datos bibliográficos no son subrayados de ningún modo y forman parte del cuerpo del encabezado. Este es el tipo más común y lo es por gran margen (Véase Imagen 5).

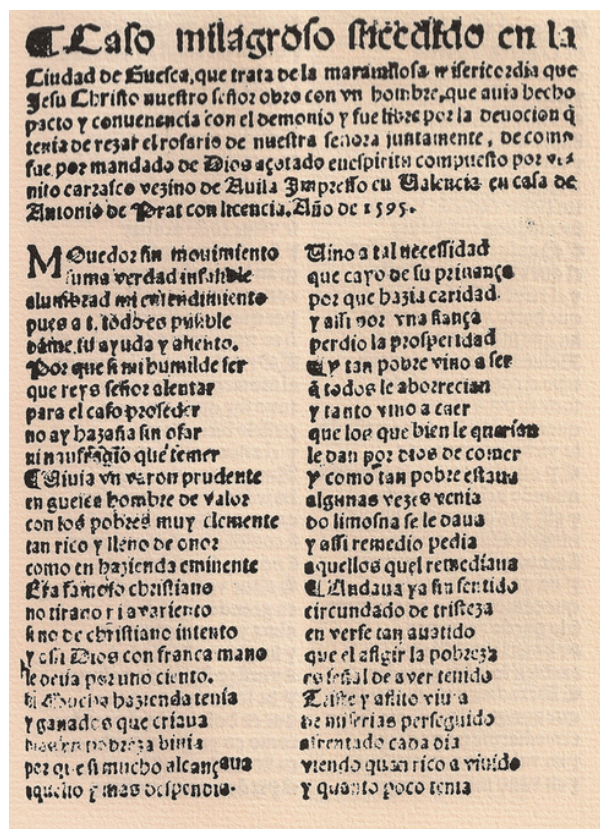


Imagen 1.5 Pliego de tipo A. Carrasco, Benito. *Caso milagroso sucedido en la Ciudad de Huesca ...* Valencia: Casa de Antonio de Prat, 1595.¹⁷

El tipo B comparte las mismas características que el tipo A, pero entre el encabezado y los primeros versos presenta la ilustración. (Véase Imagen 1 e Imagen 2)

¹⁶ Es importante resaltar que esta tipología sólo aplica a los pliegos de nuestro marco temporal.

¹⁷ Para una versión facsimilar véase se puede consultar *Los pliegos poéticos españoles de la Biblioteca Universitaria de Gotinga*. Pliego XVII.

Y finalmente el tipo C (ver Imagen 6), más inusual y heterogéneo, no incluye los primeros versos en la portada pero sí una ilustración¹⁸. Es bastante similar a la portada de un libro a la que parecería imitar. El encabezado es mucho más conciso que en los tipos anteriores y presenta los datos bibliográficos por separado. Al igual que muchos casos en portadas de libros, el nombre del autor suele preceder a la ilustración y el del impresor la sucede. Aquí el encabezado tiende a tener una función titular mucho más cercana a la del libro que en los otros tipos¹⁹.

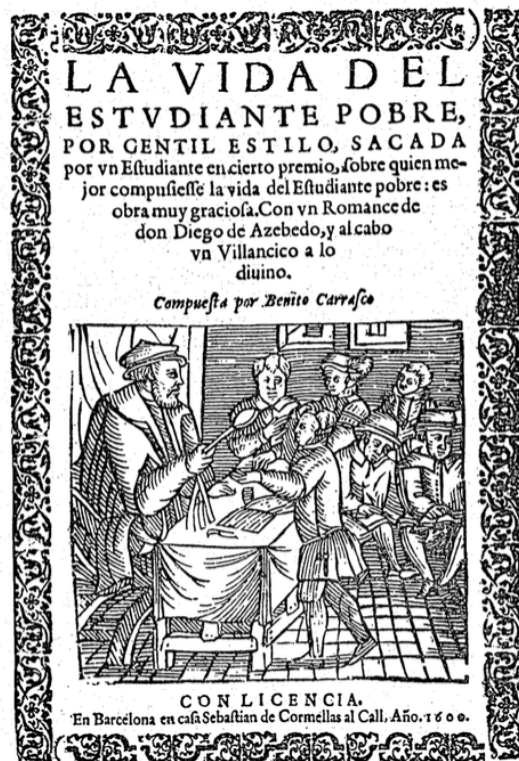


Imagen 1.6 Pliego tipo C. Carrasco, Benito. *La vida del estudiante pobre*. Barcelona: Sebastián de Cormellas, 1600.²⁰

¹⁸ Este tipo de portada era la más común para pliegos que compendaban romances, también llamados cuadernos de romances. Eran comunes sobre todo en pliegos en octavo. La colección *Pliegos Poéticos de Munich* que contiene sólo cuadernos de pliegos en octavo es la mejor fuente de pliegos con este tipo de portadas. Remitimos al lector a consultarla para ver más de un ejemplo.

¹⁹ De los pliegos de Bravo y de Carrasco sólo el veinte por ciento son tipo C, los tipo A y B son el cuarenta por ciento respectivamente.

²⁰ Para una versión facsimilar véase *Pliegos poéticos españoles de la British Library, Londres*. Pliego IX.

Lo primero que hay que señalar es que la única constante en los pliegos tenidos en cuenta es la presencia del encabezado, todo lo demás: fecha, autoría, impresor, licencia y ciudad de producción es variable. Ello indica que la principal categoría de clasificación y catalogación de un pliego suelto era la obra y no el autor. Además se debe notar que si se incluía el nombre del autor, éste generalmente no se subrayaba de ninguna manera desde el punto de vista tipográfico: el tamaño y tipo de fuente eran los mismos que el del resto del cuerpo del encabezado. Sólo en el caso de los pliegos tipo C, el nombre del autor se separa del título y esto parece obedecer sobre todo al intento de simular la portada de un libro. De tal modo, no sería aventurado decir que los procesos de creación e impresión tienen la misma importancia en el formato pliego, más aún, los dos se supeditan al contenido y al tipo de obra. Lo anterior corrobora bibliográficamente un hecho que ha sido resaltado por la crítica reciente: el proceso creativo en este formato es más bien una co-autoría entre el poeta y el impresor (di Stefano 171). Si se tiene en cuenta que lo mismo no sucedía para los libros, en donde el autor se subraya tipográficamente y legalmente, podemos concluir que para el pliego, la autoría o la función autorial, no determina el género, la *oeuvre*, el producto; en términos de Foucault, la función autor no es un organizador del discurso como lo es en otros géneros o formaciones discursivas, y por ello está claramente debilitada²¹.

Del mismo modo si se tienen en cuenta las portadas de los pliegos tipo C, en las que algunas veces sí se subraya el nombre del autor, otras características de la autoría del pliego pueden ser identificadas. La semejanza de este tipo de portadas con la portada estándar de un libro señalan, por su ausencia, dos elementos de los que la literatura de cordel carecía y que eran fuentes de fortísima legitimidad en el mercado del libro: el padrinazgo y el privilegio. Ambos elementos se exhibían en las portadas de los libros y jugaban un papel primordial. El pliego, en cambio, no tenía dedicatario. Esta carencia señala un hecho fundamental, el dedicatario de un libro, las más de las veces, cumplía algún

²¹ Ver la discusión sobre lo qué es un autor en nuestra *Introducción* a esta tesis.

tipo de mecenazgo con el autor del texto ya fuera una inversión en el costo de producción de la obra misma o en la manutención del autor. En el pliego no hay dedicatario pues es el impresor el que corre con el riesgo financiero y en la mayor parte de los casos, los mismos autores de las coplas eran ciegos que trabajaban para el impresor vendiendo los pliegos. Es el caso tanto de Bravo como de Carrasco. El papel del impresor en la producción del pliego es fundamental y sobrepasa lo puramente bibliográfico. Asimismo el nombre del autor de las coplas no está respaldado más que en sí mismo y en el del impresor. La carencia de dedicatario haría que la recepción del pliego como fuente de autoridad fuese bastante distinta a la del libro, en la que sí había un respaldo basado en el prestigio social de los patrones o mecenas. La legitimidad en el pliego, y con ello la autoría, reside totalmente en lo impreso y en los autores del pliego: el poeta y el impresor.

La semejanza de la portada tipo C a la portada de un libro se desvela como imitación en el momento en que estos elementos de oficialidad, legalidad y autoridad faltan. Si no faltaran no sería una imitación. Justamente el hecho de que el pliego carezca de estos elementos es lo que justifica a los impresores buscar en lo tipográfico y en lo formal la autoridad que el medio no tenía. Esta carencia plantea una pregunta fundamental en esta discusión sobre la producción del pliego: ¿cuáles eran los procesos legales a los que estaba sometido el pliego y cómo se comparaban con respecto a los del libro?

Sabemos que desde la pragmática de 1558²² el proceso por el que un libro se publicaba estaba plenamente regulado. Esta regulación obligaba a que las primeras páginas de los libros tuvieran en la portada los datos bibliográficos (lugar de impresión, fecha, licencia y privilegio, si lo había) y las páginas posteriores a la misma debían contener la tasa, las licencias y el otorgamiento de privilegio, si lo había. Estas primeras páginas deberían ser impresas una vez el cuerpo del libro hubiera sido estudiado y aprobado por el ente pertinente, el cual variaba dependiendo del reino. De

²² Ver aparte sobre legislación en la *Introducción* de esta tesis.

modo que el proceso legal determinaba los elementos que conformaban las primeras páginas del libro. Contrario a esto, para el pliego, durante nuestro marco temporal, la legislación fue básicamente inexistente. En ninguna de las pragmáticas, cédulas reales u órdenes reales, anteriores a 1627 concernientes a la impresión de texto se hace referencia a los pliegos de coplas. Esto es bastante revelador pues en las distintas leyes anteriores se enumeran múltiples productos impresos de extensión menor: cartillas, bulas, cartas o rezados, pero nunca coplas, noticias o relaciones²³. Realmente sólo desde el reinado de Felipe IV la legislación incluye a los pliegos de coplas. La orden real del 13 de Junio de 1627, *Observancia de las leyes precedentes; y absoluta prohibición de imprimir papeles algunos sin las licencias que se previenen*, sugiere que anteriormente el control sobre textos de menor extensión era más bien laxo:

Y asimismo no se impriman ni estampen relaciones ni cartas, ni apologías ni panegíricos, ni gacetas ni nuevas, ni sermones, ni discursos o papeles en materias de Estado ni Gobierno, y otras cualesquiere, ni arbitrios ni coplas, ni diálogos ni otras cosas, aunque sean muy menudas y de pocos renglones, sin que tengan y lleven primero examen y aprobación en la Corte de uno de los del Consejo que se nombre por Comisario de esto, el cual lo encomendará a quien le pareciere y conviniere; y en las ciudades y partes donde hay Chancillerías o Audiencias, se haya de ocurrir y ocurra a los Presidentes o Regentes de ellas, o a los Oidores y Ministros más antiguos que tienen sus veces a falta suya; y en los demás lugares de estos Reinos sea la licencia y aprobación de las Justicias, que también lo cometerán a personas hábiles y peritas en cada género. (*Novísima recopilación de las leyes de España* Tomo 4, 127-128)

Esta ordenanza indica que para los pliegos de coplas la pretensión de tener licencias bien podría ser sólo eso y era absolutamente común que los pliegos reportaran tener licencias. En su *Sociedad y poesía de cordel en el Barroco* García de Enterría señalaba que para la ciudad de Barcelona había una gran

²³ Véase la pragmática de 1557 y sus dos enmendaciones posteriores.

discrepancia entre los pliegos que pretendían estar licenciados y los registros oficiales de licencias otorgadas y ello la hacía dudar de la veracidad de las licencias (100). La verdad es que esta discrepancia es un buen indicador si se tiene en cuenta que, como señala Bouza, una petición de licencia desde el punto de vista legal no era diferente a cualquier otra petición real y por ende quedaba registrada en los documentos oficiales (*Dásele licencia y privilegio...* 31). Asimismo si se tiene en cuenta que la censura en los pliegos parecería muchas veces inexistente, como lo señala García de Enterría en el trabajo anteriormente citado (104), podemos deducir que no sólo la legislación de lo impreso poco concernía al pliego sino que incluso el proceso básico de licenciamiento era rara vez seguido, al menos hasta el primer cuarto del siglo XVII²⁴. En suma, la legislación no determinaba los elementos formales y bibliográficos, al menos no estrictamente. Esto corrobora lo siguiente: el pliego era un formato que por no estar rigurosamente sometido a la legalidad de lo impreso tenía mayor libertad en cuanto a sus procesos de creación y producción. Sin embargo la falta de oficialidad y de procesos legales hacía que perdiera en legitimidad, lo cual sin duda minaba aún más la función autorial en este medio.

Concentrémonos ahora en el privilegio. Lo primero que deberíamos tener en cuenta es que, si bien es cierto que algunos pliegos del tipo C pretendían tenerlo, estos son realmente casos aislados, excepcionales, y ciertamente dudosos²⁵.

²⁴ Otro excelente ejemplo de esto es precisamente el caso de estudio de Cátedra García en su *Invencción, difusión y recepción de la literatura popular impresa*. El investigador analiza el caso de un pliego de coplas de Mateo Brizuela que genera un pleito legal pues una de las personas a las que alude el pliego demanda a los impresores por difamación. En los vericuetos del caso se descubre que el pliego no tenía licencia. El pliego fue ampliamente popular y de no ser por la demanda habría pasado sin generar problemas por su falta de licenciamiento.

²⁵ En los casos de Bravo y Carrasco tan sólo un pliego pretende tener privilegio, Imagen 7. Este mismo pliego es el único pliego privilegiado que hemos podido encontrar en todo nuestro rastreo, lo cual es bastante dicente pues nuestra muestra es suficientemente representativa.

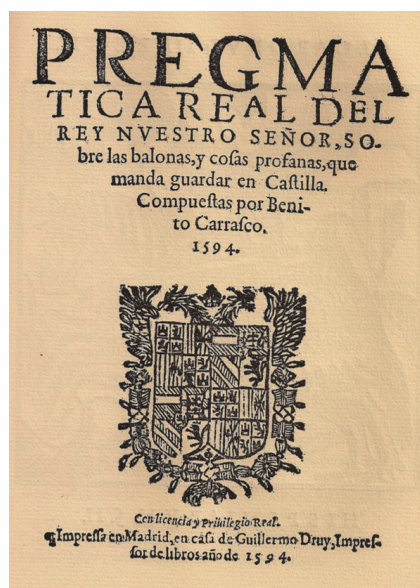


Imagen 1.7 Único pliego de Carrasco que reporta tener privilegio. Carrasco, Benito. *Pregmativa real del rey nuestro señor sobre las balonas, y cosas profanas que manda guardar en Castilla*. Madrid: Guillermo Druy, 1594.²⁶

En el caso de los libros pocas veces se lograba hacer valer los privilegios y obras piratas pululaban por el mercado²⁷. Peor aún, el privilegio por ser una concesión hecha por el rey sólo tenía circunscripción local, de modo que una obra privilegiada en Castilla en principio podría ser impresa en Aragón o Navarra por un tercero²⁸. Por todo lo anterior el privilegio era una herramienta común pero bastante débil sobretodo si se tiene en cuenta que no era un requisito para la publicación (Moll, *Problemas bibliográficos del libro* 55). Es entonces muy poco probable que los impresores de pliegos solicitasen privilegios pues copiar un pliego era una labor bastante más sencilla que copiar un libro, lo cual hacía del privilegio un trámite superfluo. Si las autoridades de entonces poco podían

²⁶ Para una versión facsimilar véase *Pliegos poéticos del siglo XVI de la Biblioteca Rodríguez-Moñino*. Pliego V.

²⁷ Bastará notar que los principales autores de la época fueron pirateados, Cervantes, Lope, Quevedo, por nombrar algunos. Muchos de ellos, fueron pirateados más de una vez, y en más de un modo, como es el caso de Mateo Alemán. En el siguiente capítulo nos centraremos en este ejemplo y en las diversas formas de piratería.

²⁸ Moll, en su ensayo *Problemas bibliográficos del libro en el Siglo de Oro*, investiga este problema y da ciertos ejemplos de textos que tuvieron privilegios que sobrepasaban la circunscripción local. Estos ejemplos como lo señala Moll, son excepcionales.

controlar la piratería de libros mucho menos podrían controlar la piratería de pliegos, para qué entonces pagar por una herramienta de protección tan poco efectiva contra las copias ilegales. Sin embargo, la razón principal que nos hace dudar del privilegio en los pliegos es que estos eran mucho más fugaces que los libros, con una única tirada de mil ejemplares se saturaba el mercado de una ciudad como Sevilla (Cátedra García, *Invencción* 97). En el rastreo que hicimos encontramos muchos pliegos que contienen las mismas obras pero sólo encontramos una re-edición de un mismo pliego²⁹. No sería nada útil solicitar un privilegio de impresión si no se pretendía re-imprimir el mismo pliego. Lo cierto es que el privilegio en su esencial mecanismo no daría mayor ventaja a los impresores de pliegos.

El ejemplo que cristaliza de mejor manera la discusión anterior es justamente el único pliego de Carrasco que pretende tener privilegio (Imagen 7). La obra es una versión paródica de una pragmática promulgada por Felipe II en 1580 en la que se regulaba de manera muy detallada el uso de las *balonas*, o cuellos valones³⁰. La pragmática real limita el uso de *balonas* a las llanas, sin ningún tipo de ornamento: la pena por contravenir la ley, el destierro. Es poca la información que se puede conseguir acerca de las *balonas*, prendas de vestir, cuellos, que se habrían vuelto ampliamente populares a finales del siglo XVI. Es más, parece haber bastante confusión al respecto y comúnmente se intercambian los cuellos de lechuguilla por los valones. Parecería que en este tema

²⁹ Para ejemplificar esto considérese el caso de Bravo de 1597 de dos pliegos distintos impresos en Barcelona que tienen una obra en común. El primero: *Aquí comienza una obra muy gustosa, la qual trata de un estamento, que hizo una Zorra mandando, y repartiendo todos sus bienes a sus hijos, y herederos. Agora nueuamente compuesta por Christoual Brauo: vezjino, y natural de la ciudad de Cordoua*. Barcelona: Sebastián de Cormellas, 1597. El segundo: *Aquí se contienen dos testamentos muy graciosos. El uno es de la Zorra, y el otro de Celestina, de Duarte, juntamente el Codicillo, y el Inuentario*. Barcelona: Valentín Vilomar, 1597. Los dos pliegos contienen el Testamento de la zorra, pero el segundo contiene dos obras más. El caso de la re-edición es el del pliego: Bravo, Cristóbal. *En este breue tractado se contienen dos cosas muy notables. La primera: es sobre el Martyrio de vn deuoto Religioso de la orden de sant Francisco*. Toledo: Miguel Ferrer, 1572 y una segunda impresión por Anna de Nagera en Zaragoza de 1572.

³⁰ Véase: *Tomo segundo de las Leyes de Recopilacion, que contiene los libros sexto, septimo, octavo i nono*. Real compañía de impresores y librereros del Reino: Madrid, 1772.

es justamente la pragmática una de las mejores fuentes de investigación. Al describir todo lo que se prohibía con respecto a estos cuellos la ley nos da buena cuenta de los muy variados usos, colores, añadiduras que la moda del Siglo de Oro favorecía en estas prendas. La parodia de Carrasco es total y no deja espacio a dudas, exagera la ley y la caricaturiza, la carnaliza si se quiere. La burla es total, se mofa tanto de la ley, a la que juzgando por el tono de la parodia considera exagerada, como de las persona que usan los cuellos³¹ (Ver Imagen 8).

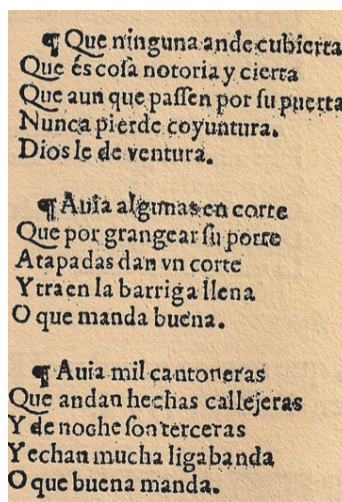


Imagen 1.8 Carrasco, “Pregmatica real” 4.

Si miramos la portada de este pliego, que fue donde comenzó esta discusión, podremos sacar algunas conclusiones. Tanto por lo que ya se ha dicho respecto a los privilegios como por el tono y el contenido del pliego, la pretensión de privilegio es bastante poco probable. ¿Daría el rey un privilegio a una obra de cuatro páginas que se burlaba de una de sus leyes y de él? Es más, la parodia de una pragmática real de manera tan abierta quizás ni siquiera hubiera tenido licencia si realmente la hubiera solicitado. En vista de lo que hemos podido concluir acerca de la legislación sobre la

³¹ En el presente capítulo usaremos las imágenes de los pliegos como citas pues los documentos tienen en un valor bibliográfico en sí mismos que queremos resaltar. A su vez esto le permitirá al lector familiarizarse con los pliegos, producto que no es conocido salvo por especialistas.

literatura de cordel sería mucho más interesante, y probable, entender la portada de este pliego no como producto de un proceso estandarizado y legalizado de producción, sino más bien como un complemento al sentido paródico de la obra que contiene. Es decir que la pretensión de legalidad, oficialidad o legitimidad de la portada es tan real como la pragmática misma. El pliego intenta carnavalizar la legalidad no sólo a nivel textual, discursivo, sino desde sus elementos bibliográficos. Esto es clave, la flexibilidad en la legislación referente al pliego facilita juegos paratextuales con los elementos bibliográficos del medio que sobrepasan el nivel puramente textual y a su vez señala que los autores de pliego se sabían un canal alternativo o paralelo al de la oficialidad, al cual podían aludir, emular y parodiar.

Aunque no podemos considerarlo una práctica generalizada, la parodia de los elementos de legalidad del libro aparece en otros pliegos de carácter marcadamente carnalesco³². Lo mismo sucede con las licencias, si bien las observaciones anteriores hacen dudosas a la mayor parte de licencias en los pliegos, como también señala García de Enterría, sí había pliegos que se sometían al proceso de licenciamiento legal (100). Ahora, qué porcentaje del total de pliegos lo hacían es una pregunta muchísimo más difícil de responder y por lo poco que tenemos hasta ahora sólo podemos afirmar que parecería que no serían los más. De los pliegos de Bravo la mitad dicen estar licenciados y de los de Carrasco las dos terceras partes. Estos dos ejemplos confirman que el proceso de licenciamiento, sin ser requisito para la publicación del pliego, sucedía comúnmente y que, ya fuera real o pretendida, la licencia era un elemento que buscaba dar legitimidad a lo impreso y que jugaba un papel de oficialidad en el formato. El privilegio en cambio era una excepción y se usaba como elemento paródico y carnalesco.

³² En los casos de Bravo y de Carrasco los pliegos que presentan portadas de este tipo son todos de corte humorístico y paródico. En el caso de Bravo el único pliego tipo C es una de las versiones de *Las angustias de la Bolsa*, obra de marcado tono humorístico.

Hasta acá hemos descrito la primera página de los pliegos, lo cual ha dado pie para discutir el proceso legal al que eran sometidos y la relación de este con los elementos bibliográficos. Para concluir con nuestra discusión sobre la producción de pliegos nos resta sólo describir el cuerpo de los pliegos, las páginas posteriores a la portada, las cuales en realidad no contenían elementos diferenciales. Lo más común es que los pliegos fueran impresos a doble columna en letra gótica o redonda, también era común usar letra gótica en el encabezado y redonda en el cuerpo (ver Imagen 5). En los pliegos en octavo la doble columna no se usaba y lo estándar era usar una columna sencilla. En ninguno de los pliegos que consultamos hay ilustraciones en el cuerpo. Aunque era común que si sobraba espacio en la última página se imprimiera alguna marca tipográfica a modo de colofón (ver Imagen 9). Las páginas no se enumeraban, tampoco se glosaba ni se marcaban las primeras letras de los párrafos. En algunos casos se marcaba el final del pliego con la palabra Fin o con una frase como *Laus Deo*. Contrario al caso de las portadas, en el cuerpo las características son mucho más estables y repetitivas y es poco lo que podremos encontrar acá que singularice al pliego frente a otros productos de lo impreso.

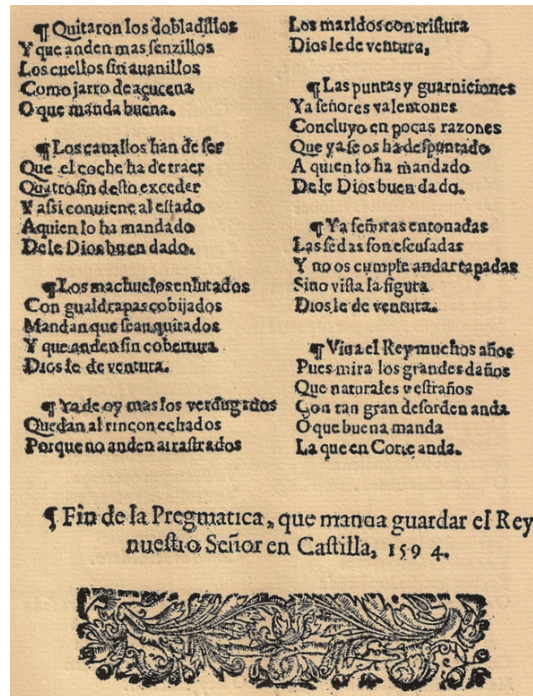


Imagen 1.9 Carrasco, *Pregmatica Real*, Portada.

En este punto será entonces interesante analizar si lo que sucede con los elementos bibliográficos del pliego se refleja en su distribución. A nivel de producción, probamos que el pliego era un producto que se diferenciaba del libro en puntos fundamentales y que, por momentos, podía jugar o evidenciar su carácter de producto alterno en el mercado de lo impreso. La pregunta es entonces si del mismo modo el pliego genera un canal de distribución no equivalente al del libro y en qué medida este canal es conscientemente alterno. Para ello comenzaremos por volver al encabezado pues, como hemos dicho, más que una función titular y estética, cumplía una función comercial: su principal objetivo era el de decirle al lector qué contenía el pliego. Las frases genéricas que abrían los encabezados que hemos identificado líneas arriba se repetían con variantes menores en muy diversos pliegos y servían para indicar qué tipo de obras se encontraban en un pliego dado. Lo que hemos podido constatar en los casos de Bravo y de Carrasco es que el tipo de la obra principal, si la había, determinaba el tipo de las obras secundarias. Es decir, si la obra principal era humorística también lo

serían las obras secundarias, incluso si no fuesen del mismo autor. Es decir que el comprador del pliego podía saber qué esperar del pliego sólo leyendo el encabezado; el autor y el impresor podían servir como garantes de calidad pero en realidad eran secundarios. Estas frases *tipo* se convertían en identificadores de género fáciles de entender para el lector. De tal modo, podemos decir que en el pliego existía todo un sistema de subclasificación genérica marcado tipográficamente desde la portada que tenía un peso importante en los modos de distribución y en las prácticas del consumo, más que cualquier referencia al autor.

Dos elementos caracterizan el proceso de venta del pliego. Primero, su carácter ambulante: el pliego cambia de dueño fácilmente y muchas veces no termina en las manos de su primer comprador. Segundo, su carácter performativo y oral: el pliego se recitaba y se interpretaba en las plazas semejante a obra teatral. Estos dos elementos también se reflejan en los elementos de la portada que hemos señalado y sirven para definir al pliego como género y, más importante aún, dependen de una figura crucial en el medio: el vendedor³³.

El comprador de un pliego no va a al librero generalmente (aunque es claro que los libreros también vendían pliegos) sino que encuentra al buhonero o al ciego en medio de la ciudad. Por ello el principal espacio en el que se mueve el cordel es el espacio urbano, más aún, la calle (García de Enterría, *Sociedad y poesía* 210). La rápida difusión, importantísima para el formato, depende de que haya una alta densidad de gente que permita la creación de una esfera pública de consumo y

³³ En general la investigación sobre los vendedores de pliegos versa sobre la figura del ciego. Cátedra García en su *Invencción, difusión y recepción de la literatura popular impresa* da un buen recuento de esta figura, pero quizá la mejor referencia sea el trabajo de García de Enterría, *Sociedad y poesía de cordel en el Barroco*, en donde la autora presenta la evolución de la figura del vendedor de pliegos de manera detallada (95-99). Sin embargo, los estudios sobre el ciego y su papel en el pliego generalmente se centran en lo siglos XVII, XVIII y XIX, sin duda porque es de los que más información tenemos. Para un caso de estudio particular de la corporación de ciegos véase: Cristóbal Espejo, “Pleito entre ciegos e impresores (1680-1775)”, *Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos*, II-6, 1925: 206-236. Print. Y para una versión actualizada de lo anterior véase: Brotel Jean-François, *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez: Madrid, 1993. Print.

distribución. A su vez el vendedor del pliego se mueve en el mapa de la ciudad, conoce horas y lugares adecuados de venta, y cumple una doble función, recita la obra y mide la respuesta de su público. Es a la vez recitador y sonda de recepción. No ahondaremos acá en la construcción del ciego como tipo social asociado al cordel, bastará señalar que a medida que el mercado del pliego se define y evoluciona, el ciego, que ya tenía el papel de pregonero en la ciudad, se va apropiando de la distribución hasta el punto que el formato “pliego”, el género “coplas” y el autor/recitador ciego se vuelven casi indisolubles (Cátedra García, *Invencción* 152). Producto de esta evolución, estudiada y descrita ampliamente por García de Enterría³⁴ (*Sociedad y poesía* 70), es la cristalización de la doble función de recitador/vendedor y sonda de recepción del producto en la figura del ciego. En esta doble función se condensa la naturaleza oral de las obras en pliego, en particular su necesidad de movilidad en el espacio urbano. Algunas veces se tiende a sobredimensionar el elemento oral del pliego, pero esta tendencia puede simplificar un sistema mucho más complejo e interesante. Si el ciego simboliza lo oral y urbano del medio, el documento impreso representa el aspecto estabilizador y de almacenamiento del género. El pliego se recita sí, pero también se lee y el objeto en sí tiene un valor documental muy importante.

El comprador de un pliego suelto con romances conocía de antemano muchos de los textos. Pero tenerlos impresos era ya de por sí una novedad, una gratificante y culta novedad; era, asimismo, una comodidad, como soporte de la memoria. (...) Novedosa podía ser la versión del romance que el pliego presentaba: frente al texto cantado, o escuchado, o incluso apuntado en algún manuscrito, el impreso solía exhibir, además de la puntuación, algún arreglo de la estructura, de la medida silábica, de la asonancia. Se trataba de elevar el deleite, en múltiples aspectos, a un nivel superior y más complejo, un nivel donde texto y lector gozaban de una promoción cultural. (di Stefano 172)

³⁴ Véase nota anterior.

De modo que para hablar del género pliego suelto se debe tener en cuenta este complejo espacio en el que el consumo del pliego no se limita ni termina en la lectura privada y personal, sino que vive en la ciudad, cuelga del cordel del ciego, se distribuye en múltiples lecturas orales y pervive en la impresión y reimpresión de obras. Lo impreso y lo oral se retroalimentan continuamente. Es justamente allí donde reside la complejidad del género y su belleza.

Esta dinámica particular del género le da una capacidad de distribución y de difusión inmensa y bastante flexible. Una copia de un pliego cubría un grupo de lectores amplio y pasaba de mano en mano, acelerando su difusión. Es decir que cada copia serviría como especie de partitura ambulante que facilitaba la oralización así como la lectura de la obra. Lo interesante es que este complejo juego entre la lectura en voz alta, la performance del ciego, y la lectura privada, entre la oralización y la lectura, se pone en evidencia en las coplas mismas, usualmente al inicio de los poemas donde el poeta exhortaba a su público.

La primera estrofa de un pliego de coplas, el *exordio*, muchas veces era usada por el poeta para encomendar sus versos a Dios o la Virgen. Era quizá un intento de respaldar y darle más credibilidad y autoridad a sus palabras. Las más de las veces también contenía alocuciones directas del poeta al público. En algunos casos ese público *oía*, por ello Carrasco le pide a su audiencia tener “atentos los oídos” (ver Imagen 10) antes de comenzar a narrar un caso “admirable” y “espantoso”. Del mismo modo, Bravo en su *Testamento del Gallo* interpela: “Por daros contentamiento / señores quiero contallo / oiga cada qual atento / un discreto testamento” (ver Imagen 11). En otros casos el público *leía*, y ya no es a un grupo al que Carrasco interpela sino a un único “caro lector” (ver Imagen 12). Y para terminar de completar el cuadro el poeta a veces podía encomendar su *pluma* a dios (ver Imagen 13). De la pluma al impreso, al lector y al oído. El pliego es el testigo de este juego de procesos comunicativos que permite el espacio urbano en el que la retroalimentación de lo oral y

lo escrito es acelerada por lo impreso y en la que el ciego se convierte en el principal catalizador de todo el continuo de un complejo sistema de publicación.

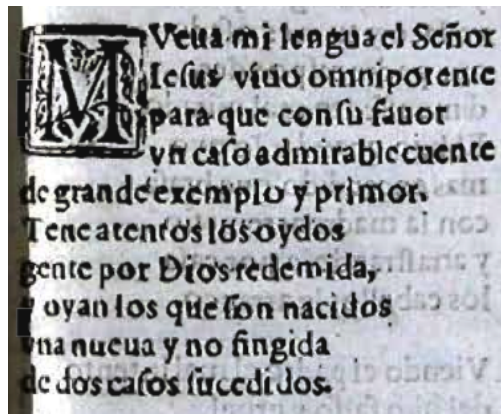


Imagen 1.10 Carrasco, *Criminoso y fiero caso: sucedido día de San Francisco* [A].

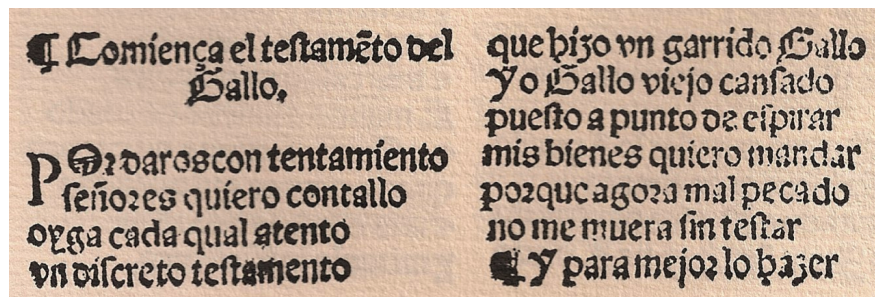


Imagen 1.11 Bravo, *Aquí se contienen tres obras muy graciosas para passar tiempo* 65.

Señor en vuestra alabança.
 El Epilogo insapiente
 perdonad caro lector,
 mira el milagro euidente
 que en las cosas del Señor
 lo mas humilde es decente,

Imagen 12 Carrasco, *Aquí se contiene un milagro notable que el glorioso Santo Fray Diego* 65.

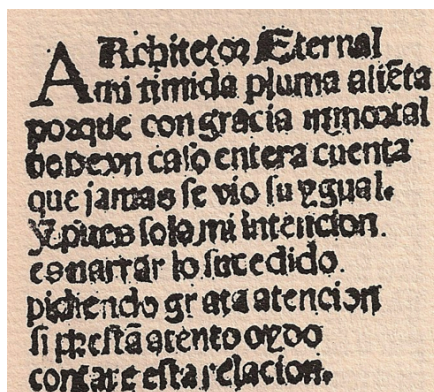


Imagen 1.13 Carrasco, *Caso horrible y espantoso sucedido a veinte y un días del mes de marzo* 121.

Por ello el mejor término para describir esta rapidísima difusión y distribución de un pliego es el de “publicar”, entendido en los términos en que lo describe Bouza para los procesos pre-imprensa:

“[e]l término publicación, aunque de manera abusiva haya terminado por considerarse casi un sinónimo de impresión, remitía al proceso mediante el cual algo pasaba a ser sabido por todos y era ya, por tanto, público y notorio. (...) Además de paces y guerras, leyes, ordenanzas, mandatos o sentencias, también debían ser publicados testigos, probanzas, testamentos, conciertos, acusaciones, bulas, herederos, amonestaciones, nombramientos, jubileos o, a su manera, carteles de desafío.” (*Papeles y Opinión* 14)

El ciego hace público un suceso, un caso o una noticia. Su herramienta fundamental es el pliego, claro está, pero su función es publicar. Y esta función no es nada pasiva, no es el ciego un vendedor de periódicos. No se limita a vender o a pregonar coplas: su función de sonda le da una posición privilegiada que sirve de puente entre el impresor y el público. Por ello poco a poco pasa de ser un vendedor a ser un poeta. El ciego se convierte en el elemento en el que se condensa la fluidez del sistema de publicación que es el pliego suelto, convirtiéndose en partícipe fundamental del proceso de creación, distribución y consumo. En una relación mariana de Carrasco, el exordio ejemplifica

plenamente esa dinámica función del poeta/ciego, quien no sólo escribe las coplas sino que las hace públicas, las publica:

Retor del olímpo asíeto
jovie fa mi torpe pluma
por que con fuerça e aliento
publique vn milagro en suma
de dulce entrenamiento
No qual vanos oradores
dize caso fabuloso
si vn ramillete de flores
çogido en el valle vmbroso
de oooliferas colores.

Imagen 1.14 Carrasco, *Relación verissima la qual trata de un poderossimo milagro que la Virgen* 197.

El ciego tiene una privilegiada posición en el consumo del pliego. No sólo lo vende sino que al recitar la obra puede medir la respuesta del público en la inmediatez del consumo. Sin embargo es interesante notar que a pesar de que esta posición privilegiada le da una influencia inmensa en la publicación de una obra, mucho mayor que la de cualquier autor respecto a su libro, su autoría es mucho más débil. Hemos visto que desde el punto de vista de la producción esto se refleja en la composición tipográfica de la portada y que se debe en parte a que el sistema legal en el que se basa la producción del pliego es mucho más laxo y resta oficialidad y legitimidad al medio. Desde el punto de vista de la distribución, la debilidad autorial parecería entonces deberse a precisamente a la corta distancia entre público y poeta, a la inmediatez de la que hablábamos arriba. Al igual que con la ausencia de legislación, la falta de distanciamiento entre el autor y su público, entre el proceso creativo y el de consumo, aumenta la flexibilidad de la distribución de la obra en detrimento de la función autorial.

La rapidísima difusión de un pliego permitía informar de su éxito de manera bastante precisa y de modo casi instantáneo. Una segunda tirada, de ser necesaria, podría ser producida tan pronto como se necesitara y con las variantes que se creyesen pertinentes si es que se requerían. El proceso

de consumo y producción de una obra en pliego era entonces un detallado y complejo mecanismo de depuración del mercado en el que las obras se consumían de manera rápida e intensa hasta agotar un espacio de mercado dado. Una vez agotado el mercado de una ciudad por un pliego este podía ser rápidamente llevado a otra ciudad y ser reimpresso aumentando aún más la difusión. Y más interesante aún es que las obras podían ser reimpresas un tiempo después cuando el mercado estuviera listo para recibir a la obra de nuevo.

Un ejemplo de lo anterior es el caso de las *Angustias de la bolsa* que hemos presentado más arriba. Como se puede ver en los encabezados citados, la obra se introduce dos veces como una obra “ahora nuevamente compuesta” y una vez como “ahora nuevamente impresa”. Esto era ampliamente común en el medio, incluso se podía subrayar que la obra había sido corregida. Es el caso de una de las versiones del *Testamento del gallo* de Bravo en cuyo encabezado se señala que la obra ha sido nuevamente “corregida y enmendada”³⁵. Contrario al caso de los libros, amparados por el privilegio, la necesidad de repetir exactamente la misma obra como fue concebida por su autor original no existía, muchas veces se buscaba todo lo contrario. Las obras que hemos consultado muestran que las distintas reimpressiones comportan distintos cambios, a veces menores, a veces mayores, y que estos no parecen seguir ningún patrón.

En el caso de las *Angustias de la bolsa* las versiones posteriores de la obra le añaden una página entera, en el caso del *Testamento del Gallo* las variaciones son menores. La novedad era la re-escritura de un éxito anterior o de una historia bien conocida. No sería aventurado afirmar que por ello la posición del ciego es tan privilegiada. Su capacidad de sonda le permitía saber con alguna certeza si

³⁵ Carrasco Benito. *Obra muy graciosa para rey y passar tiempo. Agora nuevamente corregida y enmendada por Christobal Bravo*. Sebastián Cormellas: Barcelona, 1608. No conservamos copia de este pliego, se tiene constancia de su existencia por una entrada en el *Romancero general ó colección de romances castellanos anteriores al siglo XVIII*, editado por Agustín Durán en 1849, y cuya versión digital se puede consultar en la red.

una obra requería cambios o no y cuáles. Dado que la variación era permitida esta capacidad era inmensamente útil. Cortés Hernández señala agudamente este elemento del pliego como un juego que apela tanto a la novedad como a la tradición (305). Este juego es un factor característico de la oralidad: “los elementos, temas y fórmulas, y su uso corresponden a una tradición claramente identificable. La originalidad no consiste en la introducción de elementos nuevos, sino en la adaptación eficaz de los materiales [...] a cada situación o público único e individual” (Ong 64-65). Por lo tanto la re-escritura se convierte en un interesantísimo dispositivo estético: “[l]a tentación de continuar no se debe sólo a las posibilidades económicas de ampararse sobre un éxito seguro. Hay un prurito o una necesidad de reescritura, que afectaría también a los copleros de la literatura de cordel. La reescritura como actualización, como interpretación y como nuevo modelo” (Cátedra García, *Invencción* 294).

Dado que el elemento oral es una parte fundamental del género, el objeto-pliego no juega el papel central, ni es la materialización de la obra misma. Ello hará pues que la obra no pueda sobrevivir de manera total en el documento. Por esta razón es difícilísimo estudiar la autoría en el pliego pues gran parte de lo que formaría el sello de calidad de un autor, sus capacidades histriónicas y performativas, no pueden ser impresas y no permanecen en el documento. En otras palabras, la fugacidad que el elemento oral da al pliego hace que la autoría en el medio también lo sea. Por lo tanto lo oral es otra característica del medio que hace que la autoría gane en difusión pero pierda en legitimidad.

Es claro que los aspectos que hemos señalado acerca de la distribución del pliego, su carácter urbano, móvil, y su amplia difusión tanto oral como escrita, nos dan suficientes elementos para entender cómo era la difusión del pliego en el Siglo de Oro. Sin embargo también es claro que no nos dan un panorama completo de las prácticas del consumo de la literatura de cordel en el Siglo de Oro, en particular de cómo de cómo las particulares formas de autoría en relación con el pliego

organizaban el mercado de lo impreso y los modos de *publicación* de material literario. Es clave que completemos esta descripción para poder ahondar nuestras reflexiones sobre la autoría en los pliegos.

Son pocos los testimonios que tenemos del consumo del pliego en el Siglo de Oro. Quizás el más conocido e interesante es el que nos da Lope en un “Memorial” en el que se lamenta y denuncia cómo la distribución del pliego ha afectado negativamente a su autoría y a su obra³⁶. García de Enterría estudia el texto a profundidad en *Sociedad y poesía* en donde además reproduce el documento original. Es un testimonio fundamental pues el autor se centra exclusivamente en los efectos que tienen la publicación de pliegos y de partes de Comedias sobre su autoría y la de otros colegas suyos. Lope en gran medida corrobora la descripción que hasta aquí hemos hecho del pliego y cómo este se presentaba como un canal alternativo al del mercado del libro. Su perspectiva es totalmente negativa, es claro que Lope quiere desligarse totalmente de este medio.

El fénix comienza por señalar que los publicadores de pliegos conforman un grupo social específico. Son hombres que al “pregonar por las calles Relaciones, Coplas y otros géneros de versos (...) inquietan al vulgo, fastidian la nobleza, deslustran la policía, infaman las letras, y desacreditan la nación Española”; más aún, son un “linaje bárbaro de gentes, más pernicioso para España que los Gitanos” (Lope de Vega, “Memorial” 89). Si bien Lope duda de la ceguera de muchos de muchos de ellos, identifica en un grupo social al vendedor de pliegos, al ciego, como parte de un linaje, de una clase. Asimismo, al desdeñarla identifica la importante capacidad oral del ciego: “van por las calles alborotando la gente, con voces altas, diciendo en prosa las sumas de lo que contienen sus versos” (90).

Una vez delimitado el grupo de publicadores al que se refiere, Lope denuncia los problemas que estos generan. El primero son las falsas atribuciones: “estos hombres bárbaros (...) con los

³⁶ Véase García de Enterría. *Sociedad y poesía de cordel en el Barroco*. Madrid: Taurus, 1973. Print. 79-82

nombres de Pintores excelentes quieren vender sus atrevidas fealdades y ignorancias” (90). El segundo problema es la falsedad de las noticias e historias que reportan los pliegos, “es cosa digna de castigo y de remedio, ver los sucesos que buscan, las Tragedias que fabrican, las fábulas que inventan (...) y otras veces fingen milagros con versos tan desatinados, palabras tan indecentes, y mentiras tan descubiertas” (90). Tercero, y como causa de los dos anteriores, Lope señala la falta de cumplimiento con las normas de licenciamiento de las obras (91). Lo último que el autor denuncia es que estas prácticas van en contra de aquellos que sí son verdaderos Autores (la mayúscula es suya), es decir “personas conocidas por sus libros” (91). Es fundamental que Lope contraponga de manera directa la falsa autoría, la del pliego, frente a la verdadera, la del libro.

Para los autores cultos, autores que se publicaban en libros, las prácticas de la publicación y distribución del pliego, suponían violaciones directas de sus autorías, caso completamente contrario al de los autores que circulaban en pliego quienes dependían de estas “libertades”. Lo más interesante de este debate es que señala una división entre las autorías del libro y del pliego, una verdadera, Autoría con A, y la otra: ignorante, pobre, ilegal. Esta división que Lope señalaba en su “Memorial”, se ha trasladado a la creencia de que había una división correspondiente en los públicos tanto de los autores “cultos” y los del pliego, “populares”. El escaso valor de los pliegos de cordel ha servido a la postre para confirmar este prejuicio. La consolidación del libro como principal producto del mercado de lo impreso con la consecuente marginalización del pliego también ha ayudado a difundir esta posición. Lo cierto es que en gran medida el estudio crítico del pliego ha mantenido esta división de clase en la recepción y consumo del pliego.

Sin embargo Cátedra García en *Invencción, Difusión y Recepción* nos da otro testimonio sobre el consumo del pliego en el Siglo de Oro en el que prueba que este no se podía adscribir a una única clase social ni a un estrato económico particular:

Se piensa demasiado en que los libros de cordel entran en uno u otro terreno de la sociedad, en el palacio o en la taberna, en el estrado o en la sala de armas, de acuerdo con criterios selectivos de clase social, gusto literario e, incluso, sexo. No parece que, al menos por lo que se refiere a la segunda mitad del siglo XVI, eso se pueda sostener, según hemos visto antes. Y quizá tampoco se pueda sostener para decenios anteriores, en los que la auralidad permitía romper los límites del acceso al impreso y ser disfrutado por todos, tratándose de poesía de cancionero, relación de fiestas en verso, anécdotas y sucesos, poesía festiva o erótica. (106)

Este trabajo ofrece el mejor caso de estudio de cómo era el consumo del pliego y de cómo era el consumidor de este medio. Gracias a su investigación podemos afirmar que el pliego suelto abarca un público amplio y no identificable con un grupo social pre-existente. Mejor aún, el público consumidor de los pliegos de cordel conforma un nuevo grupo social, un grupo que gracias al consumo y la difusión de objetos culturales particulares logra crear redes urbanas de transmisión de la información. Es decir, el canal de comunicación que es el pliego, gracias a la versatilidad tanto de su producción como de su distribución, a la habilidad de poder pasar del registro oral al impreso sin dificultades, define -y es definido- por el grupo social de sus consumidores. Y digo que es definido pues el consumo del pliego no es nada pasivo. El público del pliego interviene en su difusión y en su posibilidad de re-escritura, es la red misma en la que el pliego se mueve.

Si se piensa ahora la autoría del pliego desde el punto de vista del consumo, cabría preguntarse qué peso tenía la autoría para el público del pliego. ¿Se reconocía el nombre del autor? ¿Se prefería un autor sobre otro? ¿Se buscaba a un ciego por la calidad de sus coplas? No podemos medir de manera fiable cuál era el peso del nombre del autor de las coplas a la hora del consumo. Sabemos, por lo que hemos podido deducir de la producción y distribución del pliego, que el nombre de la obra tenía mayor peso que el del autor. Más aún gran parte de los pliegos que tenemos

no reporta autor. De aquí sólo podremos concluir que para el consumidor del pliego la autoría no era la categoría por la que regía su consumo. Lo anterior no quiere decir que el nombre de un ciego particular no generase en el público particular interés, más bien apunta a que no tenemos suficiente información sobre las prácticas de consumo del pliego en términos generales y que debemos solo conformarnos con el estudio de casos específicos. Pues también se debe considerar que sí sabemos que había una identificación plena entre el género coplas y los ciegos, es decir que el papel que estos tenían en el medio era reconocido por el público. En nuestros siguientes apartes cuando analicemos las autorías de Bravo y Carrasco, esperamos poder dar algunas conclusiones, si bien no generalizables, acerca de este tema.

Hasta este punto creemos haber dado una exposición suficiente de lo que era el pliego suelto en la segunda mitad del siglo XVI desde tres ángulos: producción, distribución y consumo. Una conclusión importantísima que se desprende de este análisis es que las características que particularizan la autoría del ciego son a su vez las que minan su autoría. El privilegio y el patronazgo son para el libro y sus autores procesos que definen y defienden una relación biunívoca entre autor y texto. La ausencia de estos mecanismos en el pliego lo hace un formato abierto en el que la versatilidad de la distribución estabiliza los temas y las formas, en detrimento de una autoría ligada a una personalidad/persona creativa. En el caso del pliego la relación entre autor y obra es variable, una obra no pertenece a un autor único, así como no tiene una única versión. Como consecuencia de lo anterior el pliego como objeto no es la materialización de la obra, no hay una identificación plena entre el objeto y el texto. Asimismo, como notamos antes, el carácter oral y performativo del pliego hace que el documento no sea el más fiel representante de la calidad de un autor de coplas. Dicho de otra forma, el ciego es el escritor y actor de una obra de teatro de la que el pliego es sólo el guión, por ello el pliego no es el objeto del arte del ciego, es sólo una parte. Todo lo anterior implica que la autoría en el pliego no puede ser entendida como se entiende la autoría del libro. Si nos

aproximamos a un autor de pliegos como lo hacemos a un autor de libros, no podremos más que señalar sus falencias y tendríamos que decir que sólo es un autor a medias. El autor de libro vale en cuanto su nombre es garante de una forma particular de organizar el discurso escrito, lo mismo no es válido en el cordel. Debemos pues entender al autor del pliego en la complejidad del medio y asumir que la posición del investigador aquí es mucho más precaria que en el mercado del libro. Del autor de pliego apenas si tenemos una parte de la obra, el documento es un resto indispensable del objeto de estudio pero es solo un componente. De todo esto se desprende que la autoría es un concepto dependiente del medio y cuya formulación estriba en que haya un sistema de publicación que permita una particular relación entre el objeto y la obra. Asimismo, esta formulación reside en características tanto de la producción como la distribución del objeto que van más allá de lo meramente creativo.

el pliego suelto no es un espacio neutro, no es una fórmula esencialmente comercial, aunque haya socorrido a la economía de tantas imprentas, y sobre todo no es un receptor pasivo. Crea y divulga contextos y con ellos una manera de leer el texto; en ocasiones “produce” el texto, tanto en el ámbito de una poesía que “vive en variantes” -no forzosamente orales- y dándoles salida, como en el ámbito de una poesía menor -la de las glosas, por ejemplo- que en el cuadernillo encuentra el espacio público, señalado y exclusivo, para su propia difusión y para la difusión de las versiones de los romances que lleva en su seno y recrea a través de su exégesis. (di Stefano 184)

No pensaremos entonces al pliego como el formato pliego-suelto, ni como el documento que descansa hoy en el archivo. El pliego suelto debe ser entendido como un canal de intercambio cultural y de transporte y consumo de información. Este canal incluye tanto a los autores, como a los impresores, al ciego y al buhonero, al tipógrafo, y a los consumidores del pliego. El consumo del pliego no puede ser entendido de manera única y vertical, el pliego se lee en voz baja y alta, se recita

en la plaza antes de ser vendido, se pregona en las calles y se le lee a familiares y vecinos, las más de las veces un pliego no termina en las manos de su primer propietario sino destruido por tanto uso y abuso. El documento que hoy tenemos en los archivos no es el producto final de un pliego, es sólo una instancia, una versión. La literatura de cordel es realmente una red en la que cada obra se materializa en distintas versiones y cuyas modificaciones se deben, no a caprichos estéticos de un autor, sino a las necesidades del mercado y al tanteo de versiones anteriores.

III. Cristóbal Bravo: Ruiseñor popular o papagayo atroz

Entre los nombres más conocidos de autores de pliegos de coplas sobresale el de Cristóbal Bravo. Era un poeta ciego de cuya vida poco o nada sabemos. Fue el autor de cuatro coplas que gozaron de amplísima popularidad y que fueron reimpresas varias veces a lo largo de cuatro siglos³⁷: *Las angustias de la bolsa*, *El testamento del gallo*, *El testamento de la zorra*, *El testamento de Celestina*. Sin embargo contrario a lo que estas múltiples reimpressiones podrían sugerir, la popularidad de su firma no fue igualmente constante. En todas las impresiones posteriores a 1766 se omite su nombre y sus coplas comienzan a ser consideradas patrimonio folklórico, testimonios de un género que lentamente está muriendo o legados del pasado. Hoy conocemos a Bravo porque Rodríguez Moñino escribió un excelente artículo dedicado a la catalogación bibliográfica de su obra: *Cristóbal Bravo, ruiseñor popular del siglo XVI*. De los numerosos nombres que el filólogo extremeño pudo haber estudiado en detalle, escogió el de Bravo por considerarlo “uno de los escritores más representativos, del cual apenas sabemos sino que se llamaba Cristóbal Bravo y era natural de Córdoba, exhibiendo en el título de sus obritas la circunstancia de estar ‘privado de la vista corporal’ ” (“Cristóbal Bravo” 2).³⁸

³⁷ Hemos creado una bibliografía detallada del autor, organizada por pliego y por copla. Recomendamos al lector consultarla.

³⁸ El autor extremeño basó su estudio en tres intentos de catalogación anteriores que ciertamente no se concentraban en la obra de Bravo sino en catalogar pliegos y ruiseñores: 1) Ramírez de Arellano, Rafael. *Ensayo de un catálogo biográfico de escritores de la provincia y diócesis de Córdoba*. Madrid: Revista de

Nos parece fundamental señalar que es justamente lo representativo lo que destaca Moñino, no lo singular. Asimismo, es importante resaltar que este estudio no sólo es uno de los primeros acercamientos críticos que tenemos a la obra de un autor de pliegos, sino que es aquí donde el término *ruiseñor* se acuña para referirse a este tipo de poetas: autores líricos cuyos trabajos circulaban sólo en pliegos. No es sorprendente entonces que el término *ruiseñor* se haya vuelto casi sinónimo de autor de pliegos poéticos, sobretodo si se tiene en cuenta que es precisamente Moñino la referencia obligada para quien quiera estudiar el pliego poético.

El pliego más antiguo de Bravo que hemos encontrado data de 1572³⁹, fue impreso en Toledo en la imprenta de Miguel Ferrer y contenía dos casos ejemplares. De allí en adelante tenemos 12 pliegos impresos antes de 1608 distribuidos de manera uniforme con un máximo de 8 años entre publicaciones. El siguiente pliego atribuido a Bravo data de 1629. Este lapso de 21 años sin producción nos hace pensar que Bravo habría muerto en este período. Dadas estas fechas deducimos que Bravo habría nacido hacia el 1550 y habría muerto antes de 1610. El hecho de que después del pliego de 1608 sólo hayamos encontrado una copla sin impresiones previas corrobora esta hipótesis⁴⁰. La obra de Bravo que hemos podido recuperar está compuesta por cuatro casos ejemplares, nueve obras humorísticas y dos relaciones de suceso.

Archivos, 1921. 2) Palau, Antonio. *Manual de librero hispano-americano*. Barcelona: Antonio Palau, 1948. 3) Díaz, José Simón. *Bibliografía de la literatura hispánica*. Madrid: CSIC, 1994. Por otra parte tenemos dos artículos que estudian la versión del *Testamento de Celestina* impresa en un pliego de Valentín Vilomar de 1597 en Barcelona. El primero es García Mondelo, Nancy. “El género epistolar y ‘Los consejos de Celestina’ en un pliego suelto de Siglo XVI.” *Celestinesca* 24 (2000): 19–46. Web. 24 Sept. 2013. El segundo es Alberola, Laura. “Testamento de Celestina, una burla de la hechicera.” *Celestinesca* 30 (2006): 43–88. Web. 20 Nov. 2014. Estos y algunas menciones en las introducciones a las ediciones facsimilares de la colección *Joyas bibliográficas* es todo lo que hemos podido encontrar acerca de Cristóbal Bravo. Ninguno de los trabajos anteriores proveen información sobre cómo fue la autoría del *ruiseñor* en su momento, lo cual constituye vacío que se debe llenar si se quiere analizar la autoría del *ruiseñor*.

³⁹ Ver nota anterior.

⁴⁰ Nos referimos aquí al pliego de 1629, reportado por Moñino pero del cuál no tenemos copias.

Usualmente su nombre se relaciona con la copla *Las angustias de la Bolsa* que hemos citado anteriormente. Moñino prestó particular atención a esta obra pues lo sorprendía el número de pliegos y ediciones que vio: “¡Curioso fenómeno este de la pervivencia tipográfica durante cuatro siglos de una obrilla popular, de entretenimiento!” (“Cristóbal Bravo” 5). García de Enterría dudaba de la atribución de esta copla a Bravo pues el primer pliego que la reporta como tal data de 1676 y existen dos pliegos anteriores, 1647 y 1639, que la atribuyen a Alonso de la Floresta y a Esteban Conas, respectivamente (*Catálogo de pliegos British Museum* 142). Hasta que no haya evidencia documental que atribuya de manera contundente la obra a uno u otro autor, no habrá salida a la especulación. En vista de lo descrito en la sección anterior, nos parece que lo más adecuado es asumir que las tres atribuciones son ciertas y que los tres copleros en su momento publicaron la obra y participaron de su divulgación y difusión.

Lo cierto es que la copla más impresa y difundida de Bravo es el *Testamento del Gallo*, la cual vio trece ediciones y junto con el *Testamento de la zorra*, siete ediciones, se convirtió en patrimonio cultural ampliamente difundido. Moñino reporta un testimonio de 1844 en el que se comenta cómo estos dos testamentos eran cantados comúnmente por los chicos en las escuelas (“Cristóbal Bravo” 7). Interesantísimo notar que esta obra, que no tiene mayores problemas en su atribución a Bravo pues todos los pliegos del siglo XVI y XVII que la contienen consistentemente así lo confirman, goza de una inmensa popularidad que perdura hasta bien entrado el siglo XIX y, sin embargo, el nombre de Bravo pierde popularidad casi de manera inversa. Esta trayectoria negativa obedece a la marginalización del pliego, a su folklorización, y explica por qué tenemos tan poca información acerca de los autores de pliegos.

El número de ediciones que vieron sus pliegos por sí mismo no es un indicador muy preciso de la autoría de Bravo en su contexto, tampoco nos permite reflexionar sobre el consumo de autores de pliego en el contexto del Siglo de Oro. Pero algunos ejemplos nos ayudarán a avanzar hipótesis

sobre las formas de autoría en relación con el universo editorial y textual del pliego de cordel. En este sentido, partiremos del estudio de un libro inglés publicado por Thomas Cadman, libro que por cierto Moñino nunca vio y que contiene citados dos romances de Bravo. Es un ejemplo fundamental pues el autor reproduce los dos romances y los comenta, de tal modo se conforma un diálogo entre dos medios el libro y el pliego, más aún se conforma una contraposición de dos tipos de autorías distintas.

Cadman fue un librero inglés bastante activo en último cuarto del siglo XVI. Se haría célebre por haber publicado el *Pandosto* y el *Spanish Masquerado* de Robert Greene, quien a su vez se convertiría en el primer escritor-celebridad inglés (Newcomb, *Robert Greene*). Cadman se mantuvo siempre cercano a los grandes éxitos de ventas, lo que lo llevaría incluso a vender copias piratas y, en consecuencia, a tener problemas con la *Stationers Guild*, ente que ejercía el control de la impresión en Londres (Newcomb, *Reading Popular Romance* 52). En 1589 Cadman comisionó a Arnolde Hatsildo para que imprimiera un libro titulado: *Respuesta y desengaño contra las falsedades publicadas e impresas en España en vituperio de la Armada Inglesa, y del ilustrísimo y excelentísimo Señor don Charlos Conde de Howarde grande Almirante de Inglaterra y el muy ilustre y valeroso Caballero don Francisco Draque, y de los mas nobles y caballeros*⁴¹. El autor del libro permanece anónimo tan sólo reportando las iniciales de su nombre D.F. R. de M⁴². El objetivo del texto, como lo indica su título, era desmentir las noticias que habían circulado en España reportando como victorioso el intento fallido de invasión española a Inglaterra con miras a destronar a Isabel I. El episodio en disputa, la derrota de la Armada Invencible, aún hoy genera polémica; es un suceso sobre el cual se ha generado un conjunto denso de narrativas y discursos que corresponden a diversas formas de entender el desarrollo histórico en el orden

⁴¹ Londres: Impreso por Arnolde Hatsildo para Thomas Cadman, 1589. Web. <http://pi.lib.uchicago.edu/1001/cat/bib/4987563>.

⁴² De aquí en adelante nos referiremos a este autor como el Anónimo o D.F.R. de M. indistintamente.

transnacional occidental. El debate y las falsedades que reporta el texto de Cadman se presenta entonces como momento iniciático y seminal de esta narrativa histórica. Dos de las mentiras y falsedades que incluye el autor del libro son un par de romances de Bravo en las que el ruiseñor reporta la victoria de la Armada.

En 1589, Cadman comisiona a Jack Johnson para que imprima la traducción al inglés de su libro.

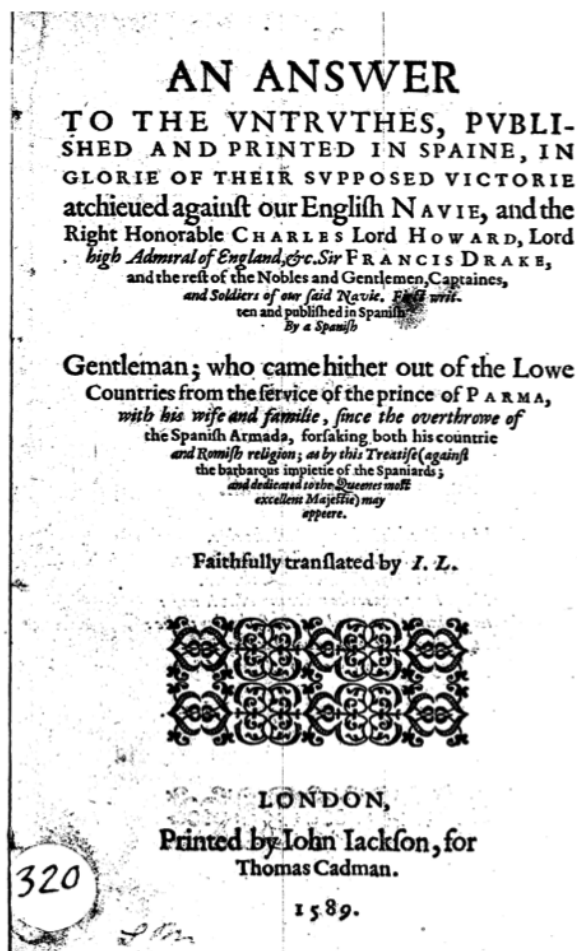


Imagen 1.15 Portada de D.F.R. de M. *An answer to the untruths, published and printed in Spaine, in glorie of their supposed victorie.* Londres: Thomas Cadman, 1589.

La edición en español no da ninguna información acerca del autor de los desengaños más allá de las iniciales de su nombre. No sucede lo mismo en la traducción donde se informa que el autor es un

caballero español quien junto con su familia viene de los Países Bajos donde ha estado al servicio del príncipe de Parma (si bien debería ser Duque). Se informa también que tras la derrota de la Armada española se ha convertido, rechazando tanto su país como su religión. El libro está dedicado a la Reina Isabel, a la cual el autor escribe algunos versos iniciales. En la traducción, a estos versos el autor añade dos páginas de dedicatoria y el traductor añade otras dos dedicándole su trabajo al Barón Charles Howard, comandante de la armada inglesa.

El libro incluye no sólo los romances del ciego sino también cinco cartas que distintos funcionarios y mercaderes españoles enviaron a España proclamando el triunfo de la armada española⁴³. Los datos que todas las cartas y los romances de Bravo incluyen son básicamente los mismos: la invencible ha triunfado, capturando a Sir Francis Drake y ahora se repara en las costas irlandesas. Las respuestas que el autor anónimo da a cada una de las cartas son a su vez bastante similares, señalando las tergiversaciones que se han difundido e insultando en algunos casos a los autores. Sin embargo en la respuesta a los romances de Bravo el tono es mucho más vulgar y abiertamente ofensivo, las palabras son de índole personal y apuntan más a desprestigiar al ciego que a sus romances. Desde el punto de vista de la difusión el autor iguala las cartas y los romances de Bravo, los pone al mismo nivel al responder a todos en el mismo libro. Esto es fundamental pues el autor concede a Bravo, a su persona histórica, la misma responsabilidad que concede a los autores de las cartas que son funcionarios oficiales. Sin embargo, marca una diferencia fundamental en su cambio de registro estilístico, las respuestas a la cartas distan ampliamente de la respuesta a los

⁴³ Las cartas que se incluyen son: a) *Aviso de Londres, que tuvo el Embajador, que por el Rey nuestro Señor está en París*, sin datos (1); b) *Copia de una carta de Juan de Gamarra comerciante español habitante en Ruan escribió a España*, 31 de Septiembre de 1588 (9); c) *Copia de una carta de Pedro de Alva, mercader español escribió de Ruan a España*, 1 de Septiembre de 1588 (13) d) *Copia de una carta de Diego Pérez Correo, mayor de Logroño, escribió en confirmación de la Victoria, habido contra ingleses en el Mar Océano*, 2 de Septiembre de 1588 (16); e) *Por carta, de el Correo Mayor de Burdeos, escrita al embajador, de Francia*, 2 de Septiembre de 1588 (21)

romances. Por un lado concede autoría pero por el otro señala una diferencia de carácter literario singularizando la autoría del pliego.

Este ejemplo es evidencia de la capacidad de difusión del cordel como medio: el que se publique un libro en inglés, en Londres, como respuesta a un pliego de Bravo en español, bien indica que los pliegos podían alcanzar una difusión internacional, a pesar de su carácter efímero. Esta distribución tendría que ser tremendamente poderosa e influyente, al punto que una parte si bien menor del público inglés podría haber conocido el pliego original. Ahora, cómo se difundiría el pliego de Bravo en Londres, o cómo habría llegado hasta allá, si habría sido traducido o no, son todas preguntas para las cuales no encontramos respuestas en el libro de Cadman. El mismo D.F.R. de M. señala la grandísima difusión de los romances de Bravo:

*Natural es Córdoves,
Reyno de el Andalucía,
de todos quatro Costados,
gran ludio a maravilla.
Y por darnos a entender,
que Versos saber hazia,
trobo en Verso Macarron,
probadissimas mentiras,
Cantandolas por las Plazas,
con voz, gritos, y Armonia,
y con aplauso de el pueblo,
cuya Historia ansi dezia.*

Imagen 1.16 “Respuesta al segundo romance”, *Desengaño a las mentiras* 34.

El anónimo marca primero el lugar de nacimiento de Bravo. Al situarlo geográficamente señala que habla de una persona específica. Prosigue desprestigiando al poeta desde lo racial llamándolo “judío de todos cuatro costados” para luego desprestigiar su discurso tildando sus versos de macarrónicos y negando la capacidad de Bravo de escribir poesía. De tal modo equipara la bajeza de la persona social del ciego con la de su texto. La tercera estrofa es fundamental pues, a pesar de que ha dicho que Bravo no sabía hacer versos, no desprestigia su capacidad de publicar romances así como el éxito popular de los mismos. De hecho, si bien su intención no es en ningún momento halagar al

ruiseñor, el anónimo subraya la inmensa capacidad de difusión que da la oralidad al pliego. Este pasaje es clave pues ancla verso, pliego, plaza y pueblo a un persona histórica concreta, Cristóbal Bravo. En el anclaje además equipara clase social con clase literaria, medio de distribución con estrato socioeconómico.

El aspecto formal de la respuesta es importante y debe ser tenido en cuenta pues explica la dimensión real de la identificación o anclaje descrito arriba. Lo primero que notará el lector es que el autor anónimo cambia su registro en las respuestas que da a los romances de Bravo. A las cartas, responde en prosa y con un tono mucho más mesurado. Allí usa múltiples ejemplos bíblicos y es detallado en responder una a una las afirmaciones de los escritores de las misivas. Bien es cierto que también tilda a sus autores de mentirosos y embusteros, pero no se excede como en este caso, se limita a escribir negaciones y contestaciones, en sus palabras: desengaños. Pero cuando llega al trabajo de Bravo deja de lado la prosa y escribe romances como respuesta. Abandona su intento de rectificación histórica y, si bien glosa los romances, aquí lo principal es el recurso del vituperio y lo grotesco:

*Mientes por alto y por baxo,
y por medio y por la orilla,
mientes en todo y por todo
malditas sean tus mejillas.
Tu lengua la coman perros,
tus orejas las orrnigas,
y los cuerbos carniceros,
agáplato de tus tripas
Tu Cabeza en una orca,
al sereno noche y dia,
puesta este, en lugar de sierto
por cintinela perdida,
Las manos te corten vivo,
y los pies y las rodillas,
azoten te en las espaldas,
ya brasente en la barriga,
Las demas partes de el cuerpo,
seagan polvo y zeniza,
los ojos de que Carezes,
esos para siempre vivan.*

Imagen 1.17 “Respuesta al segundo romance”, *Desengaño a las mentiras* 35.

Fulminante y extremo. A primera vista podría parecer un ataque personal y directo, sin embargo es más que esto. El autor cambia de registro y se adscribe a las reglas de los romances, más aún, del pliego. El cambio de prosa a verso es ya una indicación clara de esto. Lo grotesco es una característica estilística del medio, de hecho uno de los trabajos del mismo Bravo reporta ataques similares perpetuados sobre un mártir⁴⁴. Si en su respuesta D.F.R. de M. desea que a Bravo estando vivo le corten las manos, los pies y las rodillas, al mártir del ruseñor primero “las muñecas le cortaron”, luego “los dedos de entrambos pies”, “las piernas por las rodillas / le cortaron otro día” y por último “muñeca, codo, y molledo / hasta el hombro le cortaron” (Bravo, *En este breve tractado* 26). Si a Bravo se le desea que le azoten en las espaldas, al mártir “con los mazos y bastones / como quien da sobre acero / dieron los bravos sayones ” (27). Pero lo más interesantes que si bien al mártir “sacaron le entrambos ojos” (28), el anónimo en su mayor muestra de crueldad en cambio prefiere “que los ojos de que careces / esos para siempre vivan”.

Lo que demuestra este cambio de registro y uso estilístico de lo grotesco e hiperbólico demuestra un claro conocimiento de las características principales del pliego y de su funcionamiento: el anónimo está jugando bajo las mismas reglas que Bravo. Dos insultos sobresalen por su aparente liviandad, pues son los únicos que no se refieren a lo puramente físico y punitivo, son los únicos que no se basan en el recurso de lo grotesco. El primero es la acusación de mal poeta, o falso poeta, que ya hemos enunciado anteriormente, según la cual Bravo quiere “darnos a entender / que versos saber hacía”. Y en la misma línea de ataque, el anónimo también apunta:

⁴⁴ Nos referimos al pliego Bravo, Cristobal. *En este breue tractado se contienen dos cosas muy notables. La primera: es sobre el Martyrio de vn deuoto Religioso de la orden de sant Francisco*. Toledo: Miguel Ferrer, 1572. Este pliego se puede consultar en una versión digitalizada en el sitio web de la Biblioteca de la Universidad de Barcelona. Para las citas posteriores seguiremos la versión facsimilar que se encuentra en: Blecua, José María. *Pliegos poéticos del s.XVI [i.e. siglo dieciseis] de la Biblioteca de Cataluña. Joyas bibliográficas. Serie conmemorativa. 31, 2a época* (Vol. 31, 2a épo, p. 2 v.). Madrid: Joyas Bibliográficas, 1976. Pliego III.

*Ciego del Aníma y cuerpo,
desconocido e ingrato,
al nòbre que de hombre tienes
christobal Brabo llamado.*

Imagen 1.18 “Respuesta al primer romance”, *Desengaño a las mentiras* 31.

El ataque señala pues los atributos principales de Bravo como autor de pliegos. Primero, permite entender que la frase “privado de la vista corporal” usada comúnmente en los encabezados de los pliegos de Bravo quería implicar que la vista del ánima no le había sido privada, es decir que era su don. Además le tilda de desconocido e ingrato, para allí mismo subrayar su nombre en un intento de disminuir el valor y autoridad del nombre propio. El poeta no es sólo ciego de la vista física y espiritual sino que es indeseado y poco conocido, lo que va en contra de lo que se había afirmado anteriormente respecto a la popularidad y difusión de los romances de Bravo. Esto podría ser una simple contradicción y podríamos ver en sus palabras sólo la intención de insultar, o bien podría señalar que el hecho de ser popular y tener éxito en la publicación de pliegos poco tenía que ver con el hecho de ser reconocido. Es decir, que el ataque del anónimo más bien indicaría que para que un nombre se conformase en una autoría se requería más que ser popular y publicar en pliego. En cuanto a autoría, importaba mucho más por quién se era reconocido que si su nombre era conocido.

El segundo insulto leve señala elementos clave del medio y de la autoría de Bravo:

*Diciendo quieres cantar,
un muy verdadero caso.
siempre digno de memoria,
y al fin todo es al contrario.
Públicas Perro verdades,
y mentiras Vas cantando.
victoria das al venzido,
al venzedor des honrrando.*

Imagen 1.19 “Respuesta al primer romance”, *Desengaño a las mentiras* 30.

Evidentemente el objetivo de la crítica aquí es señalar que la información que Bravo publica es falsa. Sin embargo el ataque no se queda ahí, la elección de palabras que usa el autor anónimo es aguda. En primer lugar subraya el carácter oral del pliego, identificando en un mismo sintagma, publicar y cantar. En segundo lugar, el autor identifica elementos formales de las relaciones de suceso que hemos identificado en nuestra caracterización del medio. Como hemos dicho la etiqueta *verdadero caso* era absolutamente común para describir y presentar pliegos que contenían relaciones de sucesos o casos ejemplares. Del mismo modo, en los exordios de las coplas los autores solían resaltar el hecho de que el caso que presentaban era *digno de memoria*, sugiriendo las más de las veces que el objetivo del pliego era registrar en la memoria pública el caso cantado. Un excelente ejemplo de ello es la segunda estrofa del pliego más antiguo de Bravo:

**¶ Ilustre congregación
de virtudes guarnecida
esta bññña encarecida
oyda con atencion
que es digna de ser oyda,
Es scriptura muy clara
digna de ser escuchada
y por ser cosa acertada
en nuestra memoria abierta
deue estar depositada.**

Imagen 1.20 “A gloria de nuestro Salvador Jesú Cristo” [A].⁴⁵

De modo análogo, en el primer romance que reporta la victoria de la armada española, el ruiseñor en efecto afirma la veracidad de su información así como el objetivo del pliego: *decir* un caso muy *memorado*:

⁴⁵ Burgos: Felipe de la Junta, 1572. Una versión digital de este pliego se encuentra en la red en el sitio web de la Biblioteca de la Universidad de Barcelona.

A *Altissimo Emperador A*
Jesu Christo consagrado
Hijo de la Virgen pura
concebida sin peccado
Que quisiste padecer
por pagar nuestro peccado
y moriste en una cruz
azotado y coronado
Dame de la gracia tuya B
Rey de Reyes coronado
para que diga y requente
este caso memorado
Que paso en Inglaterra^b
sigun he sido informado^c
y tu divinal donzella^d
huerto divinal sagrado

Imagen 1.21 “Primer Romance de Bravo”, *Desengaño a las mentiras* 29.

La persistencia de este giro retórico en la mayoría de los pliegos que analizamos sobrepasa lo puramente argumentativo y formal. Si tenemos en cuenta la particularidad de la difusión del pliego en la que las obras se reescriben y se reimprimen continuamente hasta convertirse en patrimonio cultural, bien podemos entender que esta intención de los autores del pliego de fijar sus obras en las memorias de los oidores/lectores señala la autoconciencia de una clara funcionalidad del medio en el acervo cultural del Siglo de Oro. El pliego funciona como un soporte mediático de la memoria colectiva del pueblo español.

Por ende, no podemos obviar el guiño sarcástico del autor anónimo cuando afirma que el caso es *siempre* digno de memoria. Es claro que señala y se mofa de un recurso retórico común del género de las relaciones de suceso. El ataque entonces se vuelve bastante más general de lo que podría parecer a primera vista. No está diciendo que es sólo en el romance de Bravo en el que la información es falsa, sino que lo extiende al medio y, más aún, dado que ya ha señalado el carácter urbano, oral y ambulante del pliego. Ahora bien, otro punto interesantísimo es que la pretensión del pliego de constituirse como el soporte mediático de la memoria colectiva del pueblo del Siglo de Oro parecería validarse por el ataque del anónimo. Este, que ya ha apuntado la popularidad del medio, también apunta el alto nivel de penetración del mismo. Si las mentiras no fuesen a

permanecer en la memoria del público ¿para qué imprimir y distribuir los desengaños? Es claro entonces que el nivel de difusión y retención que logra el pliego es bastante elevado y que sus características formales y bibliográficas estaban ampliamente establecidas para el final del siglo XVI.

Otro punto de discusión que debemos considerar es la fuente de la información de Bravo. Es claro que la pretensión del ruiñeñor es alabar y difundir la victoria de la armada española. Parece evidente también que su versión de la historia no dista mucho de lo que señala D.F.R. de M., si bien se intercambian los vencedores y los vencidos. Sin embargo, en las coplas Bravo no indica en ningún momento la fuente. Tan sólo se dice que el autor ha sido informado. Quizás la única manera de obtener pistas sobre esto sería en un pliego de la publicación original pero no hemos encontrado copia, quizás no exista. Nos resta sólo especular que la información bien le podría haber venido de alguna de las cartas citadas por el mismo anónimo, o alguna fuente oficial que quisiera distribuir las noticias de una victoria española. No obstante, el hecho de que en el libro inglés los romances de Bravo se equiparen a las cartas nos permite concluir que al menos para el público las coplas suponían un canal de información tan válido como el de las cartas.

En los *Desengaños* el autor ha destacado los elementos característicos del género y así mismo ha puntualizado su ataque en un nombre específico, el de nuestro ruiñeñor. Si bien a nivel material y de distribución la autoría en el pliego de cordel pareciera debilitarse, como la ha demostrado nuestro análisis bibliográfico, D.F.R. de M. demuestra que para el público del Siglo de Oro esa autoría no eran tan débil, que el ciego se reconocía como autor de sus coplas; y que en ese reconocimiento se comprendían sus funciones en la distribución y difusión de los textos como parte de la misma. Es decir que la autoría del pliego se entendía en su complejidad y se identificaba en el ciego su función de *publicador*. Esto no quiere decir que la autoría de los ciegos se entendiera en el mismo nivel que la de los autores que publicaban libros, como lo demuestran tanto los *Desengaños* como el “Memorial”

de Lope, pero sí implica que contrario a lo que la legislación y el documento impreso parecieran indicar el autor de coplas podía tener un nombre reconocible asociado con su obra.

Es importante resaltar que la valoración de la autoría del pliego no parece residir en una valoración estética del texto. Es decir, la calidad de un autor no es equivalente a la calidad de su texto, al menos no exclusivamente. Como ya hemos subrayado en nuestra descripción del medio, hay elementos textuales como la estandarización de figuras retóricas, recursos estilísticos y estructuras genéricas que no aportan a la diferenciación y singularización de las autorías. La reescritura de obras tan común en el pliego tampoco encaja bien con la valoración estética del texto tradicional del mercado del libro, en la cual se defienden valores como unicidad y originalidad y por ello la autoría del pliego y la del libro distan profundamente.

Es fundamental señalar que tanto Lope como D.F.R. de M. en sus críticas, no sólo subrayan la baja calidad textual del pliego sino que anotan la capacidad de difusión y distribución que tienen los autores de este medio. Más aún, es esta capacidad, la función de publicador del ciego la que parece molestar de manera más profunda a los dos autores. Es justamente esta función la que singulariza al pliego y la que choca con el sistema de valoración del libro, es ella el elemento diferenciador de los dos medios y de los mercados. Dado que hay un reconocimiento autorial que no reside en la singularidad estilística, deberá entonces residir justamente en la capacidad de publicación de los autores. Es decir que el elemento diferenciador en las autorías de pliegos de coplas es su capacidad de distribución. En suma, la autoría del pliego reside de modo fundamental (no exclusivo) en su capacidad extra-textual, en todo aquello que va más allá de lo meramente discursivo, en la capacidad histriónica del ciego, en su calidad de sonda e intérprete, y en la flexibilidad del sistema.

Teniendo en cuenta lo anterior, es también fundamental notar que el pliego no quedaba aislado a los mercados locales, es claro que su capacidad difusora bien sobrepasaba las fronteras locales y se podían crear interesantes juegos entre mercados como sucedió en el caso de los

Desengaños. Es decir que la capacidad de difusión de un autor dado, como en el caso de Bravo, podría tener suficiente inercia para superar su capacidad personal. En otras palabras, el canal de comunicación que era el pliego era suficientemente flexible hasta el punto de generar el momento suficiente para superar la capacidad de publicación del autor original. La movilidad del pliego, no se veía limitada por la movilidad del ciego, el cordel como sistema bien podía amplificar la difusión grandemente. Todo lo anterior implica que los conjuntos de expectativas del público del pliego, materializados en un sistema de tropos literarios y elementos bibliográficos era lo suficientemente extenso como para atravesar fronteras y mercados, señalando así lo asentado que estaba el medio y sus productos.

Los autores del pliego eran grandes publicadores, populares y conocidos, pero también eran considerados, como poetas de segunda, predicadores de mentiras, privados de la vista “intelectual”. No podemos decir de manera contundente si esta concepción estaba generalizada o si se limitaba a los autores y lectores de libros y obras cultas. Sin duda, el modelo que ve al pliego como un ejemplo de cultura popular al libro como uno de alta cultura, parecería encajar aquí. Sin embargo no nos parece adecuado describir la interacción del pliego en el mercado de lo impreso bajo este modelo.

El pliego en el Siglo de Oro constituía un canal de comunicación dentro del *printscape*, que tenía una estructura de producción, distribución y consumo bastante más definida de lo que la laxitud de la legislación señala. Este canal de distribución era extenso y flexible, móvil y alterno, en él se conforma un tipo particular de autoría que dista mucho de la autoría que se forma en el mercado del libro y que es el modelo que hoy entendemos como único. Retomando la metáfora que Moñino ha usado para referirse a los autores de pliegos, rui señores poetas, resulta interesante notar que el intento del filólogo es intentar dar valor literario a los autores de pliegos. El *rui señor* es la forma de acercarlos a la categoría de poetas, sin hacerlo completamente. El apelativo se usa por la misma razón que las coplas de los ciegos no se les llama poemas, no es una división literaria, no reside en el

lenguaje ni en la calidad textual de la obra. Este nombre señala la alteridad que representaba el mercado del pliego, señala que las autorías allí no se componían de la misma manera que lo hacían en el mercado del libro y que las herramientas hermenéuticas, críticas y teóricas que usualmente se usan para analizar estos los pliegos no logran explicar plenamente obras para las cuales no fueron desarrolladas. Sin embargo, la metáfora de Moñino es fundamental pues señala la movilidad del medio así como el intento estético y poético de sus autores. A esta se debería anteponer la que nos da el anónimo en su gráfica diatriba en contra de Bravo: papagayo.

***Llamote Lope coquin,
viejo loco mal logrado,
Carnero topetador,
Mona Ximio, o, Papagayo.***

Imagen 1.22 *Desengaños de las mentiras*, “Respuesta al primer Romance” 31.

El insulto de estos cuatro versos intenta menospreciar la musicalidad de las coplas, su elemento oral. Coquín viene del verbo cocar, que según Covarrubias era el ruido que las monas hacían para alejar a los monos muchachos (149). Fundamental además que el anónimo diga que Bravo ha sido llamado coquín por Lope, respaldando su insulto en la voz de un verdadero Autor. Hemos rastreado la obra de Lope y no encontramos tal insulto, ni tampoco referencia alguna a Bravo. Sería profundamente revelador poder discernir si Lope en efecto se refirió a Bravo de manera personal o si el insulto hace referencia a alguna queja de carácter general sobre el pliego como la que hemos visto en el “Memorial”, infortunadamente no tenemos evidencia para corroborar ninguna hipótesis. En la misma línea de este primer verso, carnero topetador alude al sonido que el carnero hace al chocar sus cuernos repetidamente. A estos dos metáforas animales el anónimo termina por concluir con la de papagayo. Aquí el insulto deja lo estrictamente cacofónico y se le suma la falta de originalidad y de legitimidad de las coplas. Según Covarrubias, papagayo es un ave que imita el habla humana y es también como se les dice a las personas “que habla[n] cosas bien dichas, pero que se

conoce[n] no ser suyas” (132). Para el anónimo la falta de originalidad, la re-escritura, representan elementos deleznable del pliego del mismo modo que lo es su carácter oral y performativo. Sin embargo, si se entiende el pliego como un medio en sí mismo estos elementos no comportan un carácter negativo y el insulto deja de serlo. Por ello nos parece importante rescatar la metáfora de este insulto y verla bajo una óptica distinta. El papagayo se contrapone al ruiseñor, representa la alteridad del medio, su subalternidad respecto del canon. El ciego se mueve entre estas dos metáforas, es tanto ruiseñor como papagayo, las dos metáforas lo definen parcialmente. Estar entre estas dos aves subraya que el pliego es un medio en sí mismo pero también es parte de un sistema complejo, de un espacio de mercado en el que interactúa con otros productos y con diversas formas de valoración y consumo.

Lo fundamental de este análisis es que nos ha permitido entender a la autoría del pliego en su contexto de producción. Es claro pues, que el pliego como producto del mercado del texto impreso, estaba ampliamente establecido y existían prácticas de distribución y de consumo generalizadas, las cuales señalan la cohesión del pliego como medio. En este mercado no sólo se consumían coplas, también se consumían autores que lograban posicionar sus nombres junto al de sus pliegos en contextos que sobrepasaban largamente el marco local. Sin embargo, la naturaleza del medio hacía que esas autorías fueran débiles, el producto principal del mercado del pliego eran las obras y no los autores. El consumidor consumía diferentes versiones de una misma copla, es decir que la categoría transversal de consumo era la copla no el autor. Aquí debemos tener en cuenta que si se considera una autoría como una mercancía textual, los autores de pliegos de coplas no lograban establecer un producto completamente estable y reconocible, pues gran parte de su producto como publicadores de pliego sobrepasaba o puramente textual. Es por ello que la autoría en el pliego no termina por constituirse en una mercancía impresa propiamente dicha.

IV. Conclusiones: Benito Carrasco: autorías de pliego en el siglo XXI.

Benito Carrasco fue un autor de pliegos de coplas nacido en la ciudad de Ávila y ciego. Al igual que en el caso de Bravo esa es toda la información que tenemos respecto de su biografía. Dieciocho pliegos de su autoría han sobrevivido, lo que indica que fue un autor prolífico y bastante publicado⁴⁶. Diez de sus coplas son casos ejemplares o milagrosos, cinco son relaciones de suceso y dos son obras humorísticas. A juzgar por el número de pliegos que la contiene, *La vida del estudiante pobre* con tres ediciones, fue su obra más popular⁴⁷. En un trabajo fundamental Juan Carlos Izquierdo Villaverde ha analizado desde una perspectiva literaria la obra completa de Carrasco, es el primer y único estudio total de un autor de pliegos. Este análisis se desliga de lo puramente bibliográfico e intenta conformar y describir la autoría desde lo textual y estilístico. En su acercamiento, Izquierdo Villaverde se enfrenta a dos de los problemas típicos que supone estudiar la autoría en el pliego. El primer problema, de tipo metodológico, es la falta de estudios previos, el escasísimo cuerpo de acercamiento crítico a la literatura de cordel (858). Esta ausencia de material se explica en una serie de concepciones sobre el medio que hemos descrito ampliamente en los apartes anteriores. El segundo problema es de tipo teórico. El objetivo de Izquierdo Villaverde es buscar elementos que individualicen la obra de Carrasco, el posible resultado es que haya entonces una autoría individual y única, o que por el contrario el autor sea un repetidor de formas y motivos. Como hemos demostrado en los apartes anteriores la repetición de tropos literarios, juegos retóricos, temas y tópicos era una constante en la literatura de cordel, por lo cual este enfoque no logra encontrar

⁴⁶ El lector puede consultar al final del capítulo el catálogo de pliegos que hemos tenido en cuenta para conformar el corpus de su obra.

⁴⁷ Tres pliegos contienen esta copla. El primero, impreso por Iván Navarro en Valencia en 1593, cuya copia facsimilar de puede encontrar en *Los pliegos poéticos de la Biblioteca Ambrosiana de Milán* (240). El segundo, impreso por Bernardino de Santo Domingo en Valladolid en 1594, una copia del cual se encuentra en la Biblioteca del Palacio Real en Madrid. Y el tercero, impreso en Barcelona por Sebastián de Cormellas en 1600 para el cual se tiene una copia facsimilar en *Los pliegos poéticos de la Biblioteca del British Museum* (73).

marcas que individualicen de manera tajante la autoría de Carrasco. Esto no niega que de hecho la obra de Carrasco pueda ser individualizada, sólo implica que este enfoque no es el correcto para probarlo. Sin embargo, debemos reiterar que el trabajo de Izquierdo Villaverde es el único análisis de una obra de un autor de pliegos que va más allá de lo estrictamente bibliográfico y por ello es fundamental para nuestro estudio. Independientemente de sus conclusiones el trabajo en sí es un reconocimiento a Benito Carrasco como autor y es el principal aporte a la construcción de su autoría desde lo crítico, lo cual nos servirá para analizar cómo se entienden actualmente las autorías del pliego.

Comencemos por decir que Carrasco es un excelente representante de los autores del pliego del mismo modo Bravo lo es (Izquierdo Villaverde 868). Esta representatividad es reflejo de las características conformadoras del género y va más allá de lo estrictamente textual. Sin embargo, tras esta representatividad se esconde una cualidad de Carrasco que es esencial y que demuestra que la aparente simplicidad de su autoría no es tal: el humor y la reflexividad. Izquierdo Villaverde señala esta característica como una actitud crítica y burlona con las “creencias y actitudes de ese mismo pueblo que oye, canta, compra y lee sus relaciones” (868). Y sin embargo el investigador no le presta mayor atención pues, visto desde el punto de vista puramente literario, es un elemento interesante pero no particularmente singular. No obstante este elemento esconde una complejidad muchísimo mayor, sobretodo si tenemos en cuenta dos elementos constitutivos del pliego: lo oral y lo bibliográfico.

Esta actitud *burlona* se evidencia en dos ejemplos de manera particular. El primero de ellos es una relación de suceso que narra las vicisitudes que un clérigo pasa en Argelia⁴⁸. La trama no dista mayormente de las narrativas de martirio tan comunes de la época. El clérigo es preso y convertido

⁴⁸ Carrasco, Benito. *Relación muy verdadera agora nuevamente sucedida, la qual trata del a vida de una clérigo...* Pedro Malo: Barcelona, 1588. Para una versión facsimilar véase: *Pliegos poéticos del s. XVI de la Biblioteca Rodríguez-Moñino*, pliego IV.

en esclavo en tierra mora donde es víctima de múltiples torturas y maltratos que buscan doblegar su fe cristiana, intentos todos fallidos. Esta persistencia ejemplar de su espíritu logra hacer que su amo se convierta al cristianismo ejemplificando así el poder de la fe cristiana. Como se ha dicho, la narrativa en sí no comporta elementos particularmente interesantes. Sin embargo, en su aspecto formal el pliego tiene una sugestiva variación. En vez del común exordio en el que el poeta se encomienda a Dios o a la Virgen y señala la veracidad de su información o invita al lector/oydor a guardar en su memoria el caso que se va a narrar, en esta relación Carrasco decide comenzar con una carta que le es enviada al clérigo cautivo para que este narre su situación actual. La relación se presenta entonces como la respuesta a esta carta.

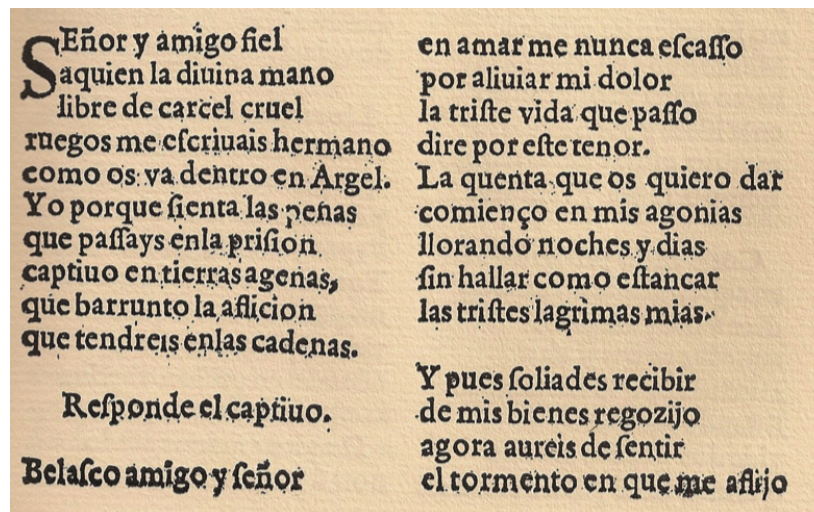


Imagen 1.23 Carrasco, *Relación muy verdadera agora nuevamente sucedida ...* 25.

El recurso es enriquecedor si se tiene en cuenta que la pretensión de verdad que presentaba el exordio no se satisface de manera explícita en este caso. Al traer al lector/oydor la carta original del cautivo, al poner al público como confidente de las palabras mismas del clérigo, el poeta lo acerca a la historia pero su narrativa deja de ser un reportaje de algo sucedido y se convierte en ficción. La carta sirve como excusa para que el poeta pueda efectuar su narración en la primera persona del singular, lo cual sin duda tendría un efecto histriónico en la oralización de la copla que no pasaría desapercibido. Este tipo de narración es un elemento común en las narrativas en prosa no

lo es así en el pliego. Basta con notar que en ninguna de las coplas de Bravo y sólo en dos de Carrasco se usa la primera persona del singular de esta manera, el *yó* de las coplas es siempre el del narrador/cantor que quiere relatar un caso que conoce. Como recurso formal es un salto a al nivel ficcional bastante inusual para el medio. Este tipo de narración acerca sus coplas a lo novelesco en dos sentidos. Por un lado, la narración en primera persona rompe el distanciamiento que implica el uso de la tercera persona. El ciego ya no da cuenta de una relación, ya no cuenta un caso que ha sucedido, no reporta, ahora actúa. El ciego personifica al protagonista del milagro y al hacer esto el público que oye y lee se vuelve cómplice de esta teatralización. Por otro lado, Carrasco apela al común género epistolar que también circulaba en pliego y tenía una función puramente informativa. Estos dos elementos combinados, la ficcionalización del caso y la apropiación de una forma retórica tradicional apuntan a un proceso de carnavalización que acerca a la literatura de cordel a lo novelesco. Demuestra además que el autor del pliego es capaz de narrar desde su medio al mismo tiempo que lo ubica en un espacio más complejo de formas discursivas a las cuales puede resemantizar.

Lo anterior prueba que incluso dentro de las repeticiones y normatividades del medio había un alto grado de reflexividad y que el autor era capaz de sofisticados juegos retóricos y metaliterarios. En el segundo ejemplo esto se evidencia con total claridad. Nos referimos a la copla que se titula *La vida del estudiante pobre* que hemos comentado anteriormente. Al igual que la copla del mártir, esta está narrada en primera persona de tal modo que existe una identificación entre narrador, protagonista y ciego. Esta vez el narrador es un estudiante que participa en un concurso de orador para ganar un premio, la copla es pues su discurso en la competencia. La premisa fundamental de la narrativa es que el estudiante quiere convertir su premio en comida y vestidos. Es un discurso humorístico que presenta la cotidianidad de un estudiante y las miserias que pasa para ganarse la vida. En lo estilístico y en lo narratológico los elementos picarescos son evidentes, en

particular el continuo rebusque por el sustento diario que el estudio no le ofrece. Aquí el recurso de la primera persona interviene en dos planos. Primero, rompe la distancia con el público oidor-lector permitiendo al ciego a actuar su copla justo como el caso anterior; segundo se adscribe a las forma típica de la narrativa picaresca en prosa. En este doble juego el estudiante se desdobra en el poeta y en la identificación de estos dos planos se identifica también ciego y pícaro, ciego y estudiante. *La vida del estudiante pobre* entonces es también una rica reflexión sobre el oficio del coplero, aquel que busca convertir sus palabras en pan y carne:

**Venido me ha Dios a ver
pagandome el confesar
pues que pienso merecer
con la verguença de hablar
el premio para comer.
Porque a fe que el tafetan,
rafo, olanda, o chamelote
si en premio a mi me lo dan
que aunque no me cueste escote
yo lo buelua en carne y pan.**

Imagen 1.24 Carrasco, *La vida del estudiante pobre* 74.⁴⁹

Aparte de esta identificación, narratológicamente, la copla está estructurada en otro paralelismo: se identifican la vida del estudiante y la vida del amante, la cual según el poeta está cargada de descontentos, es triste y congojada (74). El objeto del amor del estudiante es el deseo de saber y “pasar adelante”(74), e igual que el amante no correspondido el estudiante parece nunca alcanzar el objeto de su amor. Sólo al final hay un alivio para el estudiante, una resignada conclusión en la que se deja ver que el producto de las miserias y “dolores” será acaso gloria inmortal, pero sólo para aquellos que sufren más:

⁴⁹ Seguimos la versión facsimilar que se encuentra en *Pliegos poéticos españoles de la British Library, Londres*, pliego IX.

Gloria de immortal estima
tiene esta vida por hija
porque aunque en poco la estima
quien a buen árbol se arrima
buena sombra le cobija.
Pues los que con mas dolores
en sus estudios trabajan
son como diestros pintores
que quando las sombras baxan
leuantan los resplandores.
El que es de tal virtud lleno
si ha pasado por aqui
mil vezes dira entre si
tiempo bueno, tiempo bueno
quien te me aparto de mi.

Imagen 1.25 Carrasco, *La vida del estudiante pobre* 77.

Es interesante notar que Lope en su “Memorial usaba también la metáfora de los pintores, pero para señalar cómo los autores de pliego robaban y dañaban el trabajo de Autores cultos. Aquí el poeta en cambio equipara la labor del estudiante que pasa suficientes trabajos y dolores con la del pintor que de las sombras levanta resplandores. La reflexión adquiere así profundidad y demuestra la conciencia del coplero que sabe que su vida es la de las miserias, que además entiende que el público goza y es cómplice de ellas y que sin embargo acepta que este es el precio que se debe pagar por el quehacer artístico, y el único premio será quizás la posibilidad de la gloria inmortal. Este premio es por supuesto el reconocimiento del público y el continuo consumo de su obra, premio que según Lope y D.F.R. de M. estaba reservado sólo para los autores de libros. Es en esa doble aceptación en la que se evidencia la auto-conciencia de Carrasco como autor de pliegos, y reconoce la autoría en su medio.

Para terminar señalaremos un elemento de los pliegos que contienen *La vida del estudiante pobre*. Los tres que conocemos tienen portadas tipo C. Son, junto con la *Pregmatica Real*, los únicos pliegos de Carrasco de este tipo. Y si en aquella este elemento bibliográfico señalaba un giro retórico y satírico sobre el medio, en el *La vida del estudiante pobre* esto parecería repetirse. Como hemos

señalado las portadas del tipo C, imitaban la portada del libro. Esta mimesis en el caso de la *Pregmatica* no era fortuita y conllevaba en sí un juego satírico, en *La vida del estudiante pobre*, la sátira da paso a una burlesca mirada del autor sobre sí mismo. Si en lo narrativo el ruiñeñor se desdobla en el estudiante, en lo bibliográfico el pliego se desdobla en el libro. En este juego, el autor es plenamente consciente de que los mercados del pliego y del libro conviven sin equivalerse. Es decir, Carrasco sabe cuál es su función artística y el valor “real” de su oficio, pero también conoce plenamente el lugar que ocupa en el mercado del texto, un lugar secundario y alternativo y las más de las veces menospreciado.

Los dos ejemplos anteriores sirven para mostrar hasta qué punto los autores del pliego conocen y entienden el lugar de su obra y sus autorías, pero sobretodo creemos que sirven para mostrar cómo dos enfoques distintos de análisis producen dos tipos de autores distintos. Si se entienden la autoría de Carrasco bajo los presupuestos teóricos y conceptuales que produce el mercado del libro, la autoría resultante es un pobre remedo de un *Autor*, pero si se le mira bajo las características propias de su medio el resultado es bastante diferente, encontramos un ruiñeñor que se sabe papagayo, que entiende plenamente el valor intrínseco de su trabajo, de su medio de expresión y del lugar que él mismo ocupa en el mercado del texto, no un simple repetidor de formas, sino más bien un hábil narrador capaz de apropiarse diversas formas discursivas y resemantizarlas, usándolas a su favor para dar diversos sentidos a su propia obra.

Si ahora volvemos al trabajo de Izquierdo Villaverde, encontraremos que éste no encuentra particularidades en la obra de Carrasco, encuentra que su obra es representativa del medio y que su autoría no tiene matices que la hagan propiamente esto, una autoría. Nosotros discrepamos, como esperamos haber demostrado. El problema con el acercamiento de Izquierdo Villaverde es que busca un tipo de autoría, la autoría del libro, en un medio diferente al del libro. Si seguimos las ideas de Chartier en su texto *The Order of Books*, en el cual demuestra ampliamente como el libro,

entendido como un medio de producción, distribución y consumo del texto impreso, genera un orden particular y en él unas *figuras* específicas de autor (80), tendremos pues que preguntarnos si estas figuras de autor son transferibles al pliego o no. Según nuestro análisis no lo son. Hay claras interacciones, vasos comunicantes, conversaciones entre los medios, pero no son equivalentes. La diferencia del cordel respecto al libro es compleja, sobretodo si se tiene en cuenta que las funciones del autor de pliegos no se limitaban a lo impreso. Por un lado, un gran porcentaje de las funciones de un autor de pliego sobrepasaba lo puramente impreso y residía en sus componentes orales y teatrales; y por otro lado, la repetición de motivos, tropos e historias, era en sí un componente estético en el que un autor dado se podía jugar su “originalidad” y su nombre. Estos dos elementos son sin duda puntos diferenciales del pliego respecto a libro.

La autoría en el pliego se construye de manera muy diferente la del libro. Sus elementos conformadores dependen de las reglas de producción y consumo del cordel, las cuales difieren de los otros productos del mercado del texto. El público que consumía un pliego no buscaba el pliego de un autor particular, sino una versión de una copla harto conocida, o una copia de una representación que había oído en la calle. El ciego vendedor de pliegos es un poeta a caballo entre autor de textos impresos y actor, por lo tanto su autoría no es un producto completamente impreso o exclusivamente textual y su principal función es la de distribuidor no la de creador de texto. Asimismo los paratextos legales que definen la legalidad y oficialidad de los productos impresos, son casi inexistentes en el pliego haciendo que no haya una autoridad en las coplas de un pliego. Por último, la pretensión de verdad que mayormente tienen los pliegos de coplas, en particular las relaciones de sucesos, o los casos ejemplares, hacen que valor que le lector consumidor de pliegos encuentre en ellos resida en lo contado y no en quien lo cuenta. Todo ello hace que no podamos decir que las autorías de pliego son autorías en el modelo que hemos propuesto, puesto que no son enteramente objetos impresos no son mercancías textuales. Pero nada de esto quiere decir que no

podamos hallar un valor cultural en los autores de pliegos o en los pliegos o que no se pueden encontrar rasgos que individualizan los pliegos de ciertos autores como es el caso de Carrasco.

Sin embargo, el papel predominante que el libro tiene en el printspace ha moldeado el estudio crítico de la autoría en las diversas formas textuales y ello hace que las autorías de otros medios como el cordel parezcan como copias o remedos de las autorías del libro, formas piratas de autor. Al analizar el pliego como medio y la arquitectura de los mecanismos que lo producen se puede individualizar la figura de autor que el cordel produce. No obstante, esta individualización no puede hacerse en un vacío, las interacciones del pliego con el libro son fundamentales a la hora de entender dicha arquitectura. El espacio en el que vive el pliego, el espacio de comercio del texto que produce la imprenta crea entonces no sólo diversos canales de comunicación que se expresan en diversos productos textuales y a su vez diversas formas de autorías y de consumidores correspondientes.

CAPÍTULO II: ATALAYA DE UN IMPRESOR

I. Introducción: a pie de imprenta

En 1609, Mateo Alemán llega a México en el que sería el último viaje de su vida. Traía consigo, entre otras cosas, una copia del Quijote y dos planchas del retrato que usaba en los textos que daba a la imprenta, una en madera y una en cobre¹. El autor sevillano llegaba al Nuevo Mundo cumplidos los sesenta y dos años, con sus dos hijos y su esposa, una joven de veinticuatro años a quien hacía pasar por hija en los documentos legales. Era un hombre mayor que ya había logrado lo máximo que su profesión de escritor de libros impresos podía ofrecerle, un éxito editorial rotundo. Para ese momento su *Guzmán de Alfarache* ya había visto más de dieciséis ediciones en toda Europa, y había sido traducido al italiano y al francés. Si bien este éxito editorial no implicaba el enriquecimiento económico de su autor, era sin duda fuente de orgullo para Alemán, tanto así que el temor de no lograr el mismo éxito que había tenido en la publicación de la primera parte de su obra, el temor de dañar su nombre, lo había prevenido de publicar la segunda parte:

Aunque siempre temí sacar a luz aquesta segunda parte, después de algunos años acabada y vista, que aún muchos más fueran pocos para osar publicarla, y que sería mejor sustentar la buena opinión que proseguir a la primera, que tan a brazos abiertos fue generalmente de buena voluntad recibida, dudé poner en condición el buen nombre, ya porque podría no parecer tan bien o no haber acertado a cumplir con mi deseo, que de ordinario donde mayor

¹ El detalle del viaje de Alemán ha sido descrito por Leonard en su artículo “Mateo Alemán en México”, en este estudio basamos todas nuestras observaciones sobre los pormenores del mismo. La información sobre el retrato la reporta Foulché-Delbosc en el fundacional trabajo “Bibliographie de Mateo Alemán. 1598-1615”. En ese trabajo no sólo se señala que Alemán llevó la plancha de su retrato consigo en todos sus viajes sino que se usa la presencia de este para distinguir las ediciones autorizadas por el sevillano. Sobre este tema hablaremos en extenso posteriormente.

cuidado se pone suelen los desgraciados acertar menos. (“Lector”, *Segunda parte de la vida de Guzmán de Alfarache, atalaya de la vida humana*² 353)

En el documento en el que Alemán solicitaba permiso al Consejo de Indias, aludía como razón del viaje la invitación de un primo suyo que habría logrado una buena posición en la Nueva España. Leonard propone que el primo era Alonso Alemán, profesor de leyes de la Universidad de México, quien había muerto en 1598 y, por ende, concluye el estudioso, Alemán viajaba a recibir la herencia (“Mateo Alemán en México” 357). Sin embargo, esto es sólo una hipótesis. Lo único que indican los documentos es que en 1608 el escritor vende todas sus posesiones en Madrid a Pedro Ledesma, a quien también cede los derechos del privilegio que tenía sobre la *Segunda Parte de la vida de Guzmán de Alfarache*. En suma, Alemán emprende un viaje que considera definitivo y del cuál no espera regresar.

Una vez instalado en México publica la que sería su penúltima obra, *Ortografía Castellana*³. Es un trabajo total sobre el castellano oral e impreso. Allí el autor presenta su posición sobre la que según él debería ser una indisoluble relación entre oralidad y escritura, relación en la que la escritura está completamente subordinada a la oralidad. Su axioma principal es que la “ortografía es música”, o debe serlo (*Ortografía* 1). En otras palabras, la ortografía, el lenguaje impreso, funciona como una partitura del lenguaje hablado. Ese supuesto conceptual le permite llegar a lo más técnico, describiendo cada una de las letras (tipos) que considera deben conformar el alfabeto castellano. Esta descripción incluye las raíces lingüísticas e históricas de cada letra. El sistema que propone

² Seguimos la edición de la RAE dirigida y editada por Gómez Canseco en cotejo directo con el texto original impreso en Lisboa por Pedro Craesbeeck en 1604, versión digitalizada en: http://brbl-dl.library.yale.edu/vufind/Record/3440149?image_id=1110593.

³ Una versión digitalizada se puede encontrar en el sitio web de la Biblioteca Nacional de España: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000178991&page=1>. Para una versión moderna se puede consultar la *Obra completa* de Mateo Alemán editada por Pedro M. Piñero y Katharina Niemeyer.

Alemán consta de treinta letras entre consonantes y vocales, en las que hay una relación uno a uno entre fonemas y grafías. Reemplaza la “k” por “c”, la “c” por “ç”, y la “ch” por “çh”; y se eliminan grafías confusas como la “rr” y la “r” usando para el primer fonema la “r” y para el segundo el “2”.

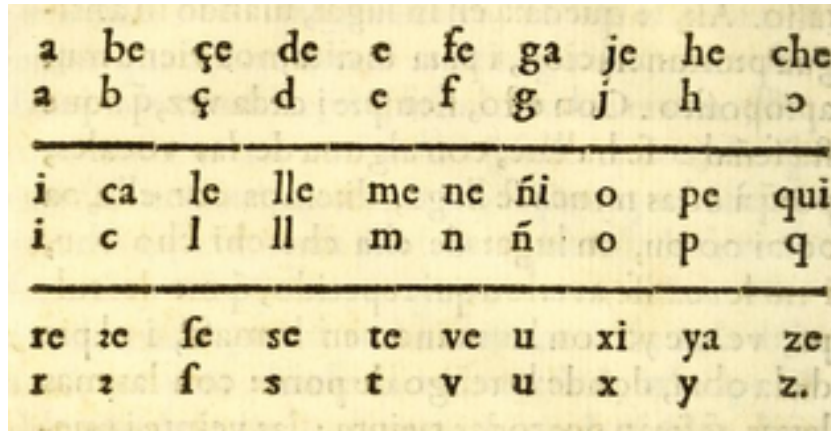


Imagen 2.1 Alemán, Mateo. *Ortografía Castellana*. México: Ieronimo Balli, 1609. 43.

El objetivo de Alemán es formular un sistema que permita la enseñanza de un castellano autónomo y estable combatiendo así la proliferación que las cartillas de lectura promovían (Paz 61). Este presupuesto pedagógico moldea toda la discusión del sevillano, quien describe cómo ha aprendido a escribir gracias a las cartillas en la escuela, a la vez que se queja del desorden y la ignorancia que estas promueven (11). Si bien su axioma es que la “pluma imite a la lengua hablada”(34), es consciente que el camino que va de lo hablado a lo escrito está mediado por lo impreso y de allí la necesidad de estandarizar el sistema de tipos.

Tratando yo esto con algunos maestros que me parecieron de mejor opinión y razón de ello creí tenían mejor entendimiento (aunque no es regla cierta) me respondieron. Señor, no es necesario, porque las letras que faltan que son la ç j ll ñ, hacemos cuenta que están en el a b c, y sin esto, es cosa fácil enseñarlas después, cuando van decorando. Admíreme de una tan bávara respuesta y entre mí dije: Oh ignorantes, en cuán poco estimáis el bien común que

poco dolor tenéis del tiempo que se pierde por alargar vuestra ganancia. Todo lo hacéis nada, y menos el mucho dinero que los padres gastan. (*Ortografía* 31)

La *Ortografía* es un libro que basado en un presupuesto lingüístico determinado conforma un proyecto prescriptivo de lo que debía ser el castellano impreso y escrito. Es por ello que puede ser entendido como un manual no sólo para escritores sino para impresores, pues en su lectura más práctica lo que propone es realmente un sistema de tipos. Es justamente esta constante identificación entre el escribir y el imprimir lo que señala la estrecha relación de Alemán con la imprenta, al punto que no le podemos considerar tan sólo un escritor sino también un impresor. Más allá del interés por lo impreso que hemos anotado, ejerció como componedor y corrector, labores fundamentales en el proceso de impresión de texto. Más aún, Cristóbal Pérez Pastor le atribuye la labor de impresor de la traducción de dos odas de Horacio⁴ (citado en Canseco, “Estudio Crítico” 874); y Delgado Casado ha encontrado una referencia a su nombre en el libro de la Hermandad de los Impresores de Madrid (I, 327). Pero quizás el mejor ejemplo es el que da el Alférez Valdés en los preliminares de la *Segunda parte*⁵ del Guzmán. Allí describe cómo la impresión de *San Antonio de Padua* se realizó en un prensa instalada en casa de Alemán, y en la que éste mismo actuó como componedor:

Verán cuán milagrosamente trató dellos, y aun se podía decir de milagro, pues yéndolo imprimiendo y faltando la materia, supe por cosa cierta que de anteanoche componía lo que se había de tirar en la jornada siguiente, por tener ocupación forzosa en que asistir el día

⁴ La edición más antigua de estas odas formaba parte de la Biblioteca del Duque de T'Serclaes, sin embargo este ejemplar es de difícil localización ahora y se presume que pertenece a alguno de los herederos del Duque. La versión consultada para este trabajo es un texto de 1893, impreso por Manuel Pérez de Guzmán y Boza en Cádiz. Una versión digital se puede encontrar en: https://books.google.com/books?id=j-NGAQAAMAAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s

⁵ De aquí en adelante nos referiremos a la *Primera parte de la vida de Guzmán de Alfarache* como *Primera parte*. Del mismo modo nos referiremos a la *Segunda parte de la vida de Guzmán de Alfarache, atalaya de la vida humana* como *Segunda parte*.

necesariamente. Y en aquellas breves horas de la noche le vieron acudir a lo forzoso de sus negocios, a contar y escoger papel para dar a los impresores, a componer la materia para ellos y a otras cosas importantes a su persona y casa, que cualquiera destas ocupaciones pedían un hombre muy entero. Y lo que desta manera escribió, que fue todo el tercero libro -no obstante que todo él enteramente es en lo que más mostró el océano de su ingenio, pues en él hallarán un riquísimo tesoro de varias historias, moralizadas y escritas con su elegancia, que es con lo que más puedo encarecerlo-, es el esmalte que se descubre más en aquella joya, como lo dicen cuantos della pudieron alcanzar parte. (“Elogio”. Segunda parte 358)

El hecho de que Alemán actuase como componedor en una de sus obras y que además escribiera una ortografía no es una mera coincidencia. Moll, señalaba que en el Siglo de Oro la ortografía no estaba estandarizada y que cada imprenta usaba una particular (“Problemas bibliográficos”). Cuál ortografía se seguía dependía plenamente del componedor, los cuales muchas veces usaban las propias. Bien podríamos suponer que en la Nueva España Alemán trabajó como componedor de Jerónimo Balli y ello habría impulsado la publicación de su texto, aunque de ello en realidad no tenemos ninguna prueba. Lo que sí se debe subrayar es que el proyecto ortográfico de Alemán intenta tener un alcance mucho mayor al de una sola imprenta. En el cuerpo del libro el autor se queja del descuido e ignorancia de los correctores y oficiales de la imprenta que hacían su tarea “salire lo que saliere” (75). Es un lamento común que se refleja siempre en sus múltiples y constantes fe de erratas presentes en todas sus ediciones autorizadas y que es el principal motivador de este proyecto renovador de las prácticas de los impresores que materializa en su *Ortografía* y que busca una estandarización transversal del sistema de tipos.

Pero aparte de ser la representación de una forma de entender el texto impreso y su relación con el lenguaje, la *Ortografía* es un texto que también demuestra que Alemán participaba activamente de los debates intelectuales de su momento: “no es una obra solitaria sino que por el contrario está

enmarcada dentro de la profunda discusión gramatical que se suscitó en el siglo XVI” (Paz, 58). Más aún, como afirma Navarro, su posición representa “la posición más avanzada de aquel movimiento, cuyo origen se enlazaba probablemente con las enseñanzas y estímulos sembrados por la famosa academia sevillana del maestro Juan de Mal Lara” (citado en Paz, 58). En suma, es una obra que sitúa a Alemán, al autor, ya no en el sitio del escritor de ficciones moralistas sino en el del escritor profesional reflexionando sobre su medio.

Y es que para Alemán el escritor profesional es aquel que imprime libros. La imprenta permite separar a los autores, de ese otro tipo de escritor profesional que es el escribano. Para los primeros los sistemas de control obligan a respaldar y a controlar lo escrito, pero los segundos se mueven en un espacio de mínimo control en el que lo escrito tiene precio y se puede acomodar a los deseos del cliente. En el primer capítulo de la *Primera parte del Guzmán el sevillano* en boca de un docto predicador que se dirige al Consejo Supremo deja clara su posición frente a estos profesionales de la pluma:

Todos tarde o temprano sacan fruto y dejan, como la culebra, el hábito viejo, aunque para ello se estrechen. A todos he hallado señales de su salvación; en sólo el escribano pierdo la cuenta: ni le hallo enmienda más hoy que ayer, este año que los treinta pasados, que siempre es el mismo. (...) [P]orque informan y escriben lo que se les antoja, y por dos ducados o por complacer a el amigo y aun a la amiga -que negocian mucho los mantos- quitan las vidas, las honras y las haciendas, dando puerta a infinito número de pecados. (...) Y así me parece que cuando alguno se salva -que no todos deben de ser como los que yo he llegado a tratar-, al entrar en la gloria, dirán los ángeles unos a otros llenos de alegría: 'Laetamini in Domino. ¿Escribano en el cielo? Fruta nueva, fruta nueva' (433-445)

Es una queja pues que se extiende del escribano a su medio, no a la pluma y al papel en sí, sino al manuscrito y a la escribanía como canal de comunicación. Es un medio maleable y poco confiable,

en el que la información puede acomodarse con libertad al antojo del escribano. Por ello es que para Alemán la imprenta es fundamental y más aún por ello es que la estandarización de sus métodos es asimismo indispensable, pues es allí donde radica su diferencia del sistema que la precede.

En un Nuevo Mundo que es tanto una creación militar, económica y social como una creación textual, Alemán no publica una nueva novela o una nueva hagiografía, publica un nuevo sistema de tipos. Si el Nuevo Mundo necesitaba una sólida estructura política, administrativa y económica también necesitaría una nueva gramática. En los preliminares explica al lector el porqué, de todas las obras que pudo haber escogido, eligió justamente la *Ortografía*:

No se lo pude imprimir, por no tenerlo acabado, cuando me dispuse a pasar a estas partes, y porque, como el que viene de otras extrañas, tuve por justa cosa, traer conmigo alguna, con que (cuando acá llegase) manifestar las prendas de mi voluntad. Y entre otras, elegí sola esta, que me pareció a propósito en tal ocasión, para que por ella se publicase al mundo, que de tierra nueva, de ayer conquistada, sale nueva y verdadera manera de bien escribir, para todas las naciones. (Ortografía [2v])

El lector de Alemán quizás esperaba la tercera parte de la vida del Guzmán que le había sido prometida tanto por autor como personaje en la *Segunda parte*. Sin embargo, el sevillano opta por la *Ortografía*. Esta será su carta de presentación al Nuevo Mundo. Es también una afirmación de su voluntad de impresor y del papel que quiere jugar en el *printspace*. Alemán propone una nueva y verdadera manera de bien escribir y a la nueva tierra iguala su nuevo alfabeto. Su intento además es global, el libro sale al mundo y está impreso, según él, para todas las naciones. Su *Ortografía* se convierte así en una especie de utopía tipográfica que pretende un alcance global. Es un intento de descentralización del *printspace* en el que se equipara una nueva geografía con nuevas posibilidades tipográficas. Este intento sin embargo no fructifica, la *Ortografía* no se vuelve a imprimir. La frontera

trasatlántica no quiebra totalmente el *printsplace* pero sin duda es mucho más marcada que la frontera continental como veremos más adelante.

La *Ortografía* a su vez es también su carta de despedida, es al mismo tiempo resumen y punto de llegada de su *oeuvre*. Esto se puede ver en la conclusión del texto, en la que siguiendo la metáfora del barco que llega a su puerto final, Alemán vuelve al problema moral y a su condición humana, poniendo en un mismo plano a la ortografía y a su persona:

Aquí besaré la tierra dándole un longum vale a pasados barbarismos, carga pesada de llevar, por no apartarme (solo) del común, hasta tener ya dada noticia general de la ortografía, que si antes la usaba, me castigaran por ello, haciendome causa, sin oír mi excusa; y como a quien añadió una cuerda más al instrumento para que sonase mejor la consonancia, sin tener alguna consideración a las notorias ventajas con que aquel famoso Terprando dejó ilustrada la música. Ya tengo aquí la satisfacción que me pareció serlo y tan justificado que no alcanzo lance que pueda ofenderla, con que usare de las letras (conforme a los preceptos dados) en el problema siguiente. Aquesta verdad es la que tengo rastreada, no fui más hombre que otro, ni de más vivo ingenio que mi vecino, todo es una tela, todos andamos con el uso, que aun aquellos a quien juzgamos ángeles entre nosotros, tengo por sin duda que si un poco los manoseasemos los hallaríamos humanos y vestidos de nuestra misma carne sin escaparse alguno que no la tenga ribeteada de ignorancias, descuidos, pasiones y flaquezas⁶. (76-77)

Así pues Alemán declara como la *Ortografía* es la materialización de su voluntad autorial y editorial, es en sí misma la muestra del sistema que propone, pero más que eso es la expresión de su persona. A esta cita la precede un epitafio latino, “Inveni portum. Spes et Fortuna valet! / Sat me lusistis; ludite nunc alios!”(76), en español: “Finalmente he encontrado mi puerto / Esperanza y Fortuna me

⁶ Incluimos la imagen de esta cita para que el lector pueda ver el sistema ortográfico de Alemán en uso y la pulcritud de su texto (Imagen 2.2).

despido / ya mucho me han engañado / a jugar con otros”. Es un giro inesperado para el lector, una conclusión con un tono tan personal para un libro que ha versado sobre un tema tan técnico. Pero por ello mismo es una conclusión que le da un significado más amplio a toda la obra. Ya no lo engañarán más la esperanza y la fortuna. Ya no las busca. No debe entenderse como el despecho del hombre que ha buscado la esperanza y la fortuna sin encontrarlas: sus hazañas editoriales han sido particularmente exitosas; es más bien la resignación de un autor que sabe que en el mundo de los tipos de molde, la fortuna y la esperanza no le pertenecen. Ejemplo de lo anterior es que el *Guzmán* fue el libro más popular de su momento y su siguiente libro, la hagiografía *San Antonio de Padua*, apenas tuvo dos ediciones a pesar de ser una obra en la que la voluntad del autor se expresaba de manera mucho más completa. Es justamente este claro conocimiento, sumada a la aceptación de su próxima muerte, lo que hace la elección y escritura de la *Ortografía* aún más significativa. En la conclusión de su obra, lo personal y lo literario coinciden en el elemento ortográfico, en la pulcritud de un sistema gráfico de representación de la realidad que es el lenguaje. Su última batalla es por la estandarización del alfabeto, batalla que tiene sentido sólo en el mundo impreso donde los tipos pueden repetirse metódicos, férreos, dónde las ortografías pueden producirse en masa, copias idénticas de sí mismas. Y es que para Alemán: “la letras es entre los autores, noticia de la voz de los presentes: quien con mayor propiedad escribiera dará más bien a entender lo que quisiere y hablar muy mejor” (2).

Viejo, cansado, asentado en la que será la tierra del mayor número de hispanohablantes, de la mano de Jerónimo Balli quien había trabajado en los talleres de Cristóbal Plantino, quizás el más importante impresor del siglo XVI, Alemán produce su libro más cuidado. Desde el punto de vista bibliográfico, la *Ortografía* es impecable, la composición (diagramación) tiene poquísimos errores, y las erratas son mínimas aunque Alemán mismo se queje de ellas. El libro es en sí mismo el ejemplo de lo que propone, es la textualización impresa del proyecto que el autor expone en la obra. Es una

obra auto-contenida y auto-suficiente, al menos tanto como un texto impreso puede serlo. La *Ortografía* es por ello un punto clave. Es una obra que muestra que la relación con la imprenta y con el material impreso es fundamental a la hora de analizar los textos y la autoría de Alemán. Es un texto que muestra el mundo literario en el que se desarrolla la producción del sevillano y el contexto creativo en el que se deben situar las interpretaciones de sus obras:

en Madrid, en Sevilla, en Lisboa o en Méjico, Mateo Alemán pasó buena parte de su vida a pie de imprenta, y son muchos los datos o indicios de su biografía que revelan una conciencia de una actividad que podríamos llamar literaria y de las posibilidades del libro impreso, así como una inquietud no meramente ocasional y mucho más acendrada que la mayor parte de sus contemporáneos. El autor del Guzmán de Alfarache fue no sólo un escrupuloso corrector de estilo, sino un autor consciente de su papel y un sagaz atalaya de las necesidades del público, ya fuesen de entretenimiento o de formación. Por eso conoció, controló y recorrió, mejor que nadie en su época, el camino que va de la imaginación de un autor a los sueños de muchas generaciones de lectores. (Micó, “A pie de imprenta” 167)

A pesar de todo lo anterior, a la hora de estudiar su obra poco se ha analizado la relación de Alemán con la imprenta. Mucho se ha especulado sobre el viaje de Alemán a México, mayoritariamente se siguen las ideas expuestas por Leonard en el artículo que citamos anteriormente y poco se ha estudiado su *Ortografía*. En esta lectura tradicional Alemán iría al Nuevo Mundo a buscar un mejor futuro y escapando una situación precaria en España. La venta de sus bienes a Ledesma se lee como soborno por el permiso de viaje a Indias así de ello no tengamos pruebas. Esto coincide con una forma común de entender la vida del sevillano, en la que éste es una suerte de pícaro en un constante rebusque por su sustento, siempre huyendo y mintiendo, siempre en la precariedad. Un buen ejemplo de esta predisposición es que Leonard nunca explica el porqué no cree que lo que dice Alemán en su solicitud de permiso sea cierto, de hecho la duda de que lo sea es

la base de su estudio. Es un giro previsible que ahora confundamos la vida del autor con aquella de su pícaro y que dudemos de sus palabras no en vano su principal obra se basa en una poética del *engaño* (Gilbert-Santamaría 153). Esto mismo sucede continuamente con la obra de Alemán, el texto se le escapa, lo sobrepasa. Las interpretaciones de sus obras rehúyen a sus detalladas instrucciones, lo que demostraremos en este capítulo. Quizás ello explique el tono de resignación que leemos en el final de su *Ortografía*. La resignación de saber que en el mercado de consumo masivo de texto el destino de lo que se imprime reside tanto en el público como en el autor, pero nunca en sólo uno de ellos. Aquí intentaremos separarnos de estas lecturas tradicionales y acercarnos a esta compleja relación de Alemán con la imprenta y la conformación de su autoría, centrándonos en la vida de *Guzmán de Alfarache*, el pícaro.

II. Historia de una publicación, análisis de los elementos bibliográficos del Pícaro

Ocho años antes de solicitar permiso para viajar a México, el 13 de enero de 1598 Mateo Alemán recibe el permiso para imprimir la *Primera parte de la vida del pícaro Guzmán de Alfarache*. Un año después, en marzo de 1599, de los talleres de Várez de Castro el libro sale al mercado castellano tasado y aprobado (edición A⁷)⁸. El libro se convertiría rápidamente en uno de los mayores éxitos de ventas del Siglo de Oro y se difundiría en toda Europa a lo largo del siglo XVII (Whinnom, 193). Comúnmente se le considera el texto seminal en la picaresca pues por un lado *generaliza* el personaje

⁷Seguimos la notación de Micó propuesta en “El texto de la Primera parte de Guzmán de Alfarache” para las ediciones autorizadas.

⁸ Para este aparte nuestro estudio bibliográfico se ha basado en el fundacional trabajo sobre la obra de Alemán de Foulché-Delbosc, “Bibliographie de Mateo Alemán. 1598-1615”. También hemos consultado la versión actualizada de ese trabajo presente en la edición de la Real Academia del Guzmán de Gómez Canseco, “Estudio Crítico”. Para la bibliografía de la segunda parte apócrifa hemos seguido el trabajo de Rubio Árcuez: “Estudio Bibliográfico de la Segunda Parte de la Vida del Pícaro Guzmán de Alfarache de Mateo Luján de Sayavedra”. Del cotejo de estas tres obras hemos generado un mapa bibliográfico de la historia editorial de Alemán que incluimos en los anexos. También invitamos al lector a visitar la versión web de este mapa pues incluye todas las versiones digitales y los detalles bibliográficos más completos de todas las obras, <http://bit.ly/2h4j16x..>

del pícaro construido en el Lazarillo y por el otro sirve de arquetipo para otras obras posteriores. A toda luz fue la obra más leída de Alemán y en la que sin duda alguna se ha basado mayoritariamente su persona autorial.

La demora entre la aprobación y la tasación del texto es una fuente constante de interrogantes para los estudiosos, pues el lapso entre estos dos trámites no tomaba usualmente un año. Micó lo atribuye a que el taller de Várez de Castro habría tenido una súbita necesidad de imprimir los textos concernientes a la muerte de Felipe II y ello habría demorado la producción del libro de Alemán (“El texto” 5). La verdad es que no hay en el texto ni en los documentos de la publicación nada que nos permita adelantar una explicación. Cualquiera que sea la razón, esta demora en la salida al mercado no es la única señal de que el proceso de impresión fue largo y difícil. En los preliminares, Alemán es cuidadoso en advertir a su lector que el texto que tiene en las manos es tan solo el primer volumen de una obra dividida en dos partes⁹: “Teniendo escrita esta poética historia para imprimirla en un solo volumen en el discurso del cual quedaban absueltas la dudas que ahora (dividido) pueden ofrecerse, me pareció sería cosa justa quitar este inconveniente, pues con muy pocas palabras quedará bien claro” (“Declaración para el entendimiento de este libro” 16). Es un guiño particularmente interesante pues Alemán de antemano acepta que no es un obra acabada, pero no explica el porqué el texto debe salir dividido. Sólo podemos deducir que el problema reside en el camino entre el manuscrito y la imprenta. Sabemos, eso sí, que cualquiera que fuese el problema ya había sido identificado antes de pedir la aprobación de impresión pues en ésta, el título del libro que Alemán pretende imprimir es *Primera Parte del pícaro Guzmán de Alfarache*. El cual cambia para la solicitud de privilegio a *Primera Parte de la vida de Guzmán de Alfarache, atalaya de la vida humana*;

⁹ Desde entonces se ha especulado que Alemán no tendría terminada la segunda parte del *Guzmán de Alfarache* y que mentía ya en su preámbulo. Desde nuestra perspectiva se puede argumentar que Alemán se anticipaba así a sus posibles competidores a la hora de publicar una segunda parte de su obra, pero esto sin duda lo vemos así porque sabemos que tres años después Mateo Luján de Sayavedra capitalizaría el éxito de Alemán publicando una segunda parte

y que finalmente sale al mercado en la tasa y en la portada como *Primera Parte de la vida de Guzmán de Alfarache* (ver imagen 2-11). Aunque la razón para demorar la impresión del libro no nos sea clara, lo que nos indica tanto el cambio de títulos como la advertencia de Alemán a su lector es que la obra para él no estaba en ningún caso terminada y que el libro que le llegaba al público no era su versión final; más aún que para él, el proceso de creación no terminaba antes de que la obra llegara a la imprenta sino que el proceso de impresión era parte activa del mismo.

Tan pronto fue publicada la obra se convirtió en un éxito absoluto. Prueba de ello es que para abril del mismo año Angelo Tavanno ya había solicitado permiso para imprimir su copia (edición **T**) en los talleres de Sebastián de Cormellas ¡tan sólo un mes después de la tasa de la primera edición! Para el final de ese mismo año ya habían salido al mercado dos ediciones más, una en Zaragoza y una segunda en Barcelona. Estas dos últimas seguían la composición de la edición de Cormellas indicando que esta debió haberse vendido muy bien. Para 1600 salen nueve ediciones más, dos más de Várez de Castro, una más de Cormellas, dos en Lisboa, una en Coímbra, una en París, una en Bruselas, y la versión corregida por Alemán en Madrid, impresa por Yñiguez de Lequerica (edición **B**). Estas nueve ediciones habrían copado el mercado pues en 1601 el texto sólo se imprime una vez más en la prensa de Juan Martínez (edición **C**). Asimismo en 1602 sólo se imprime una edición nueva, esta vez en Sevilla en el taller de Juan de León (edición **D**). Tanto **C** como **D**, fueron ediciones autorizadas, Alemán participó en ellas y corrigió diversos errores, junto con **A** y **B**, son las únicas ediciones en las cuales el autor tuvo inferencia¹⁰ (Gómez Canseco 873). El hecho de que **C** y **D** fueran las únicas ediciones impresas en sus años, contrario a las cuatro de 1599

¹⁰ El caso de la edición C ha sido estudiado en detalle pues inicialmente McGrady lo consideró un caso de piratería véase: McGrady, Donald. “A Pirated Edition of Guzmán de Alfarache: More Light on Mateo Alemán’s Life”. Micó analizó el caso en detalle y logró probar que la suposición de McGrady, si bien plausible era errónea y demostró la participación de Alemán en la composición del texto: Micó, José María. “El texto de la Primera parte de Guzmán de Alfarache”.

y a las nueve de 1600, parecería indicar que el mercado estaba copado y sugeriría que la publicación de estas dos ediciones respondía más a la intención del autor que a un interés estrictamente comercial. Esta hipótesis la corrobora el gran número de cambios que Alemán efectúa en **D**, cambios que recogen todos los de las ediciones anteriores (Micó, “El texto”).

En 1602, en Valencia del taller de Pedro Patricio Mey sale al mercado la *Segunda parte de la vida del pícaro Guzmán de Alfarache* escrita por Mateo Luján de Sayavedra. Este libro tendría un grandísimo éxito representado en diez ediciones en un lapso de un año e impulsaría cuatro nuevas impresiones de la *Primera parte* (Rubio-Árquez, *Estudio Bibliográfico* 4). En 1604 Alemán, en respuesta al texto de Sayavedra publica su *Segunda parte de la vida de Guzmán de Alfarache, atalaya de la vida humana* en las prensas de Pedro Craesbeeck (edición **2A**). Esta no tendría el éxito inmediato que tuvo la de Luján de Sayavedra, contando con sólo cinco ediciones en dos años. Después de 1605 la impresión del Guzmán disminuye rápidamente en el mercado español y no habrá sino dos ediciones más hasta 1643, una en 1615 y una en 1619. Sin embargo, durante este lapso el Guzmán adquiere un grandísimo auge editorial en el mercado europeo sobre el cual hablaremos más adelante.

De este gran número de ediciones, sólo siete vieron la participación directa de Alemán. Las cuatro ediciones de la primera parte que hemos llamado **A, B, C**, y **D**; y tres ediciones de la segunda parte que llamaremos **2A**, **2B** y **2C**, todas impresas en Lisboa, **2A** y **2C** en la imprenta de Pedro Craesbeeck y **2B** en la imprenta de Antonio Álvarez. Desde que Foulché-Delbosc en 1918 publicó su completísimo estudio bibliográfico sobre la obra de Alemán se ha usado la presencia del retrato de Alemán en sus obras para distinguir las ediciones autorizadas de aquellas que no lo fueron. La lógica en la que se basa este argumento es que en los registros de los viajes de Alemán se reporta que entre sus pertenencias siempre estaban las dos planchas que tenían el retrato impreso en los libros. Este argumento, sumado al cotejo de las correcciones en los textos y a los preliminares legales hace que sea fácil señalar que los libros que contienen el retrato son libros en los que participó Alemán.

La presencia del retrato como identificador de autoría es pues una condición suficiente, sin embargo no es necesaria. En “El texto de la Primera Parte ...”, Micó prueba que la edición **C** que no contaba con retrato, sí tuvo la participación de Alemán. Su argumentación es sólida y no deja espacio a dudas, las correcciones **C** incluyen las correcciones hechas en **B** y anticipa algunas de **D**, además un documento legal le permite comprobar una relación comercial de Alemán con los impresores del texto. Asimismo la segunda edición de Craesbeeck, **2C**, tampoco incluye el retrato, sin embargo la participación de Alemán es segura pues este libro sale en Lisboa donde el privilegio real que tenía Alemán tenía vigencia y además el texto resuelve vacilaciones en las correcciones que Alemán ha hecho en **2A** y **2B**. Tanto **C** como **2C** son además ediciones en octavo y no en cuarto como lo son todas las otras ediciones autorizadas, razón por la cual el retrato no podría ser impreso allí. En esta tesis seguiremos pues los trabajos de Micó y Gómez Canseco y tomamos como versiones autorizadas las siete que hemos nombrado, y aceptamos el hecho de que para las ediciones en cuarto el retrato es un elemento distintivo de autorización. Justamente por ello el retrato es un elemento base para la construcción de la autoría de Alemán.



Imagen 2.2 Retrato en cobre. Tomado de la edición de *Sucesos de D. Frui García Gera*, 1613.



Imagen 2.3 Retrato en madera. Tomado de la edición de *Ortografía Castellana*, 1609.

La primera función del retrato autorial es de carácter comercial: legitima el producto que el consumidor va a comprar señalando su autenticidad. Este uso del retrato autorial era común durante el siglo XVI:

La pratique de l'effigie gravée de l'auteur —même si nous ne connaissons pas tous les ressorts qui la motivent— répond, en partie au moins, à des exigences d'ordre commercial. Dans sa dimension illustrative, elle vise à valoriser l'ouvrage, à le singulariser, à le protéger en l'authentifiant (Civil, 57; cit. en Rodríguez 285)

El caso del retrato autorial de Alemán es particularmente interesante pues salvo ciertas variaciones menores entre la versión en madera y aquella en cobre el retrato permanece igual a lo largo de su obra, lo cual no sucedía habitualmente. De los casos que hemos podido estudiar sólo Alonso de Barros utiliza una estrategia similar, y señalaba además que: “este retrato es (...) como firma mía” (Rodríguez 286). Esta aclaración de Barros explica la utilidad de la estrategia de usar el mismo retrato

siempre. Lope utiliza al menos tres retratos a lo largo de su carrera (ver imagen 2-5). Estos retratos claro, dan valor al libro que se compra como señala Civil, lo oficializan, pero no funcionan como una firma del autor sino como un prólogo gráfico al texto, o muchas veces como un adorno. En el caso de Alemán, y en el de Barros, el retrato funciona como una firma: objeto gráfico repetible y fácilmente identificable para su lector.

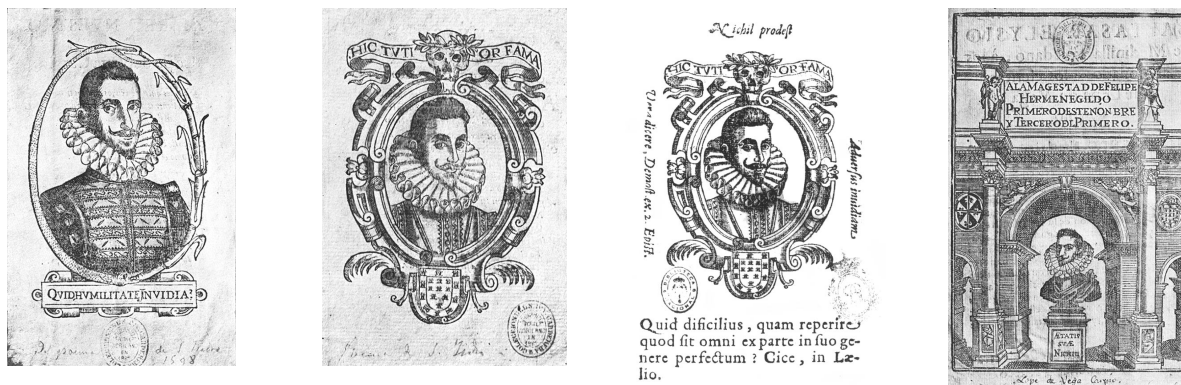


Imagen 2.4 Diversos retratos de Lope. De Izquierda a derecha, el primero fue usado en las dos primeras ediciones de *La Arcadia* (1598-1599), y en la primera del *Isidro* (1599); el segundo fue usado en varios de sus libros a partir de 1602; el tercero usado en la primera edición de *El peregrino en su patria* (1604); el cuarto fue usado en la primera edición de *La Jerusalem Conquistada* (1609)¹¹.

Lo que queremos señalar acá es que Alemán no entiende su retrato como un adorno gráfico, sino que lo usa como elemento conformador de su marca en el mercado de lo impreso. A esto nos referimos cuando decimos construcción de autoría, a que el retrato se usa para que el lector sepa e identifique el producto que está comprando como el que el escritor del texto ha diseñado. La prueba de que Alemán es consciente de esta construcción es que el retrato sufre un cambio que así lo demuestra. En las primeras dos ediciones de la primera parte del Guzmán (**A** y **B**) las portadas tienen como marco un arco arquitectónico decorativo (ver Imagen 2-7). En la primera en la base del arco llevaba la inscripción “Legendo simulque peragrando” que para la segunda edición cambia por la oración bíblica “Fortissima basis timor Domini”. La frase original pasa a formar parte del retrato

¹¹ Retratos tomados del Centro Cervantes Virtual en la “Biblioteca de autor” dedicada a Lope. http://bib.cervantesvirtual.com/bib_autor/Lope

de Alemán que identifica las obras de su autoría y permanece allí para las ediciones de la *Segunda parte*, y se añade también en la edición de su último texto: *Suceso de D. Frai García Gera*¹². De tal suerte que la frase que identifica gráfica y bibliográficamente la *Primera parte* y se convierte en un marcador de un alcance mayor. Deja de ser un identificador de una obra particular y se convierte en un identificador de la *oeuvre* de Alemán, un marco en el cual leer su autoría.

Edmond Cros señalaba agudamente que el “Legendo simulque peragrando” podía ser interpretado no sólo en su sentido más literal en el que la lectura es parte de la peregrinación de la vida, sino en un sentido alegórico en el que el significado de *peragrande* sería más bien activarse o actuar (Cros 96). Bajo este presupuesto la frase del retrato autorial significaría: con el pensamiento y con la acción. “Esta lectura se articula (...) con la expresión gestual del autor: actuar es aquí velar y alertar, denunciar arriesgándose a la maledicencia” (Cros 97). Cros lee el retrato de Alemán como un pre-texto del *Guzmán* y por ello el énfasis de su lectura recae en el denunciar, pues quiere subrayar el carácter de crítica social que sin duda hay en el texto. Pero si consideramos el matiz que hemos señalado en el que el retrato más que enmarcar el *Guzmán* enmarca la *oeuvre* de Alemán podemos entender este epígrafe como la síntesis de lo que es para Alemán un autor: un pensador, o lector, que publica libros, es decir: pensamiento y acción. Recordando las palabras de Covarrubias: “autores son aquellos que escriben libros y los intitulan con su nombre” (*Tesoro* 73), en esta lectura, el acto de publicar, de sacar un libro al mercado, de imprimir un libro y venderlo sería un acción, un gesto de denuncia y de materialización de lo pensado.

Alemán, como hemos dicho, usa dos versiones de su retrato, una que proviene de una plancha en cobre y una de una plancha en madera. En la parte superior de ambos grabados se pueden ver dos escudos, no exactamente iguales pero que representan lo mismo. En la esquina

¹²México: Viuda de Pedro Balli, 1613. Una versión digitalizada se puede encontrar en: <https://archive.org/details/sucesosdedfraiga00alem>

izquierda un escudo de armas que contiene el águila bicéfala alemana y el león castellano, que parecerían representar su nombre de escritor en Castellano y su apellido, Alemán. Este escudo que luce como un escudo de armas de carácter nobiliario ha causado interrogantes en la crítica desde que Rodríguez Marín presentara documentos que confirmarían el origen judío de Alemán (cit. Cros 93). Cros apunta que habría un intento de Alemán de posar como noble pero deja la cuestión abierta (94). Bien podría ser cierto, en cuyo caso tendríamos que preguntarnos cuál era su objetivo: qué buscaba Alemán al posar como noble. Este remedo tendría que sumar valor a su libro, tendría que legitimar el texto en la recepción de su lector. Sin embargo, para dar validez a los libros respaldándolos dentro de la jerarquía social el mecanismo usado era el del dedicatario, allí realmente se usaba el nombre de algún noble señor o eclesiástico, incluso usando el escudo nobiliario del dedicatario en la portada (Moll, “Problemas”). Alemán ha dedicado ya su libro a don Fernando de Rojas, como consta en su portada donde también se lee que el autor se presenta como criado del Rey. Lo último no contradice totalmente el hecho de querer posar como noble, por supuesto, pero sí sorprendería que no se presentara también como noble desde la portada. Por ello, nos parece que la hipótesis en la que Alemán quiere pasar por noble no es contundente. Este escudo de armas en el retrato autorial tendría pues que cumplir con un objetivo más amplio que el de la simple pose para dar valor al texto, Alemán ya tiene todos los paratextos necesarios para ello: dedicatario, elogios al libro y al autor, privilegio y licencia. Proponemos que este escudo sea leído como el intento de Alemán de consolidar su linaje, no ya social sino intelectual, en un objeto gráfico determinado. En otras palabras, si el escudo de armas de un noble representa la narrativa histórica de un apellido dado, el escudo de Alemán está allí para dar *al conjunto de su retrato* el valor de escudo de armas en un plano intelectual. El retrato de Alemán funcionaría bajo esta lectura como el escudo de armas de un humanista en el *printspace*. Esta lectura concuerda con la significación que hemos descrito de la

leyenda al pie del retrato: leer y actuar. El escudo representaría la acción, el riesgo y acto de publicar, y haría al retrato funcionar como emblema de lucha en el campo de batalla que es el *printsplace*.

El escudo de la esquina izquierda muestra una serpiente que si bien está alerta no ve una araña que desciende sobre su cabeza. Bajo el emblema se lee el lema “ab insidiis non est prudentia”, cita de la Historia Natural de Plinio (Piñero Ramírez, 17). Alemán explica este emblema en su *Primera parte*: “Es cuento largo tratar desto. Todo anda revuelto, todo apriesa, todo marañado. No hallarás hombre con hombre; todos vivimos en asechanza los unos de los otros, como el gato para el ratón o la araña para la culebra, que hallándola descuidada se deja colgar de un hilo y, asiéndola de la cerviz, la aprieta fuertemente, no apartándose della hasta que con su ponzoña la mata” (190)¹³.

La imagen del escudo contrasta con la figura de Alemán quien al igual que la serpiente posa atento mirando al frente, pero señalando con su mano izquierda hacia arriba y atrás, hacia el emblema, dando a entender que contrario a la serpiente que no ve lo que está encima de ella, él sí. Su actitud es serena a pesar de la seriedad, y demuestra atención y prevención. Si el escudo de armas implicaba linaje y acción, el de la derecha representa atenta defensa y lectura. Alemán mira hacia el frente, a su lector, resguardado en el respaldo de su escudo de armas y señalando al escudo que representa su actitud siempre alerta. La persona representada condensa lo escrito en el pie del retrato con su actitud.

Bajo la mano derecha, el Alemán retratado sostiene un libro en cuyo lomo se lee “Cor. Ta.”. Estas iniciales causaron durante el siglo XIX grandes interrogantes, pero Foulché-Delbosc zanjó las dudas señalando agudamente que se trataba de una alusión directa a Cornelio Tácito (556). Alemán se inscribe así a su “linaje” intelectual: su pensamiento se basa, así lo indica su postura, en el texto de

¹³ Foulché-Delbosc reporta una segunda aparición de esta metáfora en la Segunda Parte: “Todos y cada uno por sus fines quieren usar del engaño contra el seguro del, como lo declara una empresa significada por una culebra dormida y una araña que baja secretamente para morderla en la cerviz y matarla, cuya letra dice: «no hay prudencia que resista al engaño»” (Segunda Parte, Libro I, Capítulo 8).

Tácito. La lectura de Tácito en el Siglo de Oro ha sido estudiada y analizada en detalle, el autor romano se convirtió en uno de los pilares del pensamiento político de un grupo de pensadores del último cuarto del siglo XVI y la primera mitad del siglo XVII (Martínez Bermejo 9)¹⁴. Su importancia fue tal que estudiosos e investigadores del siglo XX han etiquetado esta tendencia en la inteligencia aurisecular como “tacitismo”. Charles Davis lo define como “un compromiso con Tácito como autoridad” que consiste en “la defensa y diseminación de sus ideas o, al menos, lo que la gente creía que eran sus ideas” (Martínez Bermejo 26). Esta definición de Davis encaja perfectamente con la actitud de Alemán en su retrato. El sevillano basa su pensamiento en Tácito, en su lectura, pero además como lo indican sus escudos y el libro que presenta al lector: lo defiende y lo disemina en su obra. De nuevo, se puede ver como el retrato autorial refleja una actitud doble de lectura y acción, de defensa y ataque: *legendo simulque peragrando*.

El libro de Tácito sobre el que el Alemán retratado apoya su mano se apoya a su vez en un cartapacio. Este no es un objeto decorativo, no lo es en el retrato ni lo era en los escritorios de los humanistas del Siglo de Oro. Los cartapacios funcionaban como “libros de memorias” en los cuales se fijaba lo leído siempre con miras a convertir las anotaciones recogidas en un nuevo texto (Martínez Bermejo 85). Eran dispositivos de soporte material de las interpretaciones textuales de los autores al mismo tiempo que herramientas de construcción de futuros libros. En el retrato, el cartapacio representa el quehacer del pensador que no sólo lee, sino que anota, condensa, analiza y produce un nuevo texto. Es interesante notar que aquí hay también un guiño que nos muestra de nuevo al Alemán impresor pues “[l]a confección de un cuaderno suponía un esfuerzo de cierta consideración, no sólo desde el punto de vista intelectual sino también en lo tocante a la preparación del material sobre el que se copiarán y ordenarán las anotaciones de lectura” (Martínez Bermejo 85).

¹⁴ La tesis doctoral de Martínez Bermejo que citamos, *Tacito leído*, en su “Introducción” hace un excelente y cuidadoso rastreo de cómo se ha definido y estudiado el tacitismo a lo largo del siglo XX.

El libro de Tácito reposa sobre el cartapacio ilustrando el ciclo que va de la lectura a la impresión: Alemán lee a Tácito para luego imprimir el texto que el lector tiene en manos en donde disemina lo leído. El cartapacio representa ese paso intermedio que va de lo leído a lo impreso, señalado que la labor del autor ocurre en ese intermedio, a caballo entre lectura y publicación.

Aparte de la calidad, evidentemente superior en el retrato de cobre, son pocos las diferencias que podemos encontrar con el de madera. La más significativa es que en el retrato de cobre se puede leer la firma del grabador Pierre Perret que desaparece y es reemplazada por un *bivium*, una “Y”, en el retrato de madera. El *bivium* fue un símbolo del pensamiento humanista representante de una larga tradición en la literatura caballerescas y presente en las obras de distintos exponentes de las letras del Siglo de Oro español: Cervantes, Calderón y Quevedo, entre otros (Herrán Alonso, 60). La “Y” representaba la bifurcación del sendero:

La reflexión del héroe en ciernes acerca de la dirección hacia la que encaminar sus pasos (su vida, su destino) quiere llamar la atención al receptor sobre la dificultad de cultivar la virtud, a través del sacrificio y la renuncia, en oposición al vicio de fácil alcance. Las posibilidades que se abren al joven son limitadas y se presentan como dos caminos, el que lleva al Bien y el que conduce al Mal. (Herrán Alonso 35)

Este símbolo encaja con la narrativa de Alemán en el *Guzmán*, en la que uno de los hilos narrativos fundamentales es la discusión moral. Sin embargo, en el retrato de Alemán el *bivium* tiene menor peso que los otros que ya hemos analizado. Su localización hace que pase casi desapercibido y su presencia parecería obedecer más al intento de reemplazar la firma de Perret, a llenar el vacío que la misma deja. En suma, la motivación de hacer un nuevo retrato sólo para añadir el *bivium* no nos parece muy plausible sobre todo si se tiene en cuenta que añadir al símbolo a la plancha de cobre habría sido una tarea totalmente factible. Se debe tener en cuenta que no todas las imprentas tenían la capacidad de imprimir planchas de cobre, las planchas de cobre eran caras y suponían un costo

muy alto para las imprentas. Por ello lo que esto parece indicar es que Alemán querría tener su retrato en todos sus libros y por ello tendría sentido tenerlo en planchas de cobre y madera.

Pierre Perret fue uno de los grabadores más importantes de inicio de finales del siglo XVI e inicios del siglo XVII. Llega a Madrid por orden directa de Felipe II para nombrarlo Tallador de Cámara; también sirvió a Felipe III y IV, y produjo un gran número de portadas a lo largo de todo el siglo XVII (Ceán Bermúdez, 87). El renombre de Perret, quien llevaba en Madrid cuatro años al momento de la publicación de la *Primera parte*, bien indica que la publicación de la *Primera parte* no sucedía de manera precaria pero sobre todo la importancia que el retrato tenía para Alemán.

Cros señala agudamente que el retrato autorial de Alemán funciona como una *puesta en escena* de su pensamiento y de la imagen que quiere proyectar, “*el Ideal de su Yo*” (102). Creemos que en efecto esta es la forma más correcta de entenderlo: el retrato autorial de Alemán es la puesta en escena de su firma como autor, de la marca que quiere vender. Rodríguez nota que contrario al caso de la mayoría de retratos autoriales del siglo de Oro el de Alemán no está enmarcado, no remeda una medalla como era lo común, no imita una pintura o un cuadro (287) (ver imagen 2-6). El retrato del sevillano está en el espacio de la página impresa, no hay imitación de un espacio físico real, ni siquiera podemos afirmar que el cartapacio posa sobre un escritorio, no lo vemos, se nos presenta la esquina de un cubo, si se quiere pero no un escritorio. Los dos escudos detrás de Alemán, que podría parecer cuadros si hubiera un intento de remedar un espacio, no lo son, no cuelgan de una ficticia pared, son gráficos que flotan detrás de Alemán y a los que este señala. Esa espacialidad que no imita una realidad física es pura profundidad abstracta, una perspectiva intelectual en la que lo que está atrás respalda y en la que todo representa. El retrato de Alemán es una puesta en escena impresa de lo que él quiere ser como autor, más cercano a un logotipo que a la foto de solapa del libro moderno. Si quisiéramos seguir la arquitectura de la autoría propuesta por Alemán, tendríamos

que entender su autoría no bajo su nombre sino bajo su retrato, pero, claro, en el *Printspace*, las autorías son unidades de discurso que se asocian bajo nombres no bajo imágenes¹⁵.



Imagen 2.5 De izquierda a derecha. Juan de Timoneda, en *El Sobremesa y Alivio de caminantes* (1569); Alonso de Ercilla, *Primera y segunda parte de la Araucana* (1578); Juan Rufo, *La Austriada* (1584); Gutierre de Cetina en *Libro de descripción de retratos de ilustres y memorables varones* (1599-1644).¹⁶

No obstante, Alemán pierde en su apuesta por hacer del retrato autorial un elemento conformador de marca. No sólo desde el punto de vista comercial, pues las ediciones no autorizadas sobrepasan de lejos las autorizadas, sino desde el punto de vista autorial, pues el retrato como paratexto del libro termina por desaparecer. Esta suerte de derrota queda capturada en la obra de Gennette. En su canónica caracterización de los paratextos del libro impreso, el crítico señalaba el emblema de la serpiente como ejemplo predecesor del epígrafe, paratexto fundamental de la novela.

“El texto del lema puede ser una cita, como el *Ab insidiis non est prudentia* tomado de Plinio, que Mateo Alemán integra al frontis de al menos dos de sus obras. Lo que distingue el lema no es, pues, su carácter autógrafa, sino su independencia con relación al texto singular, el hecho de que pueda encontrarse al frente de varias obras del mismo autor, y que lo ubique, por así decirlo, en exergo de su carrera, o de toda su vida” (*Umbrales* 123).

¹⁵ El trabajo de Rodríguez que hemos citado en varias ocasiones hace un excelente paralelismo entre el retrato de Alemán y el retrato autorial escrito de Cervantes como prólogo de las Novelas Ejemplares. Este contrapunto es interesantísimo pues puede funcionar como ejemplo de porque en el *printspace* el retrato no se convirtió en una etiqueta bajo la cual catalogar o reunir una autoría.

¹⁶ Retratos tomados del trabajo de Rodríguez, 299.

Si quisiéramos leer el retrato de Alemán como un precursor del epígrafe, como un momento inicial de una evolución textual, tendríamos sin duda que seguir la lectura de Gennette. Sin embargo, en esa lectura se proyecta el uso del epígrafe moderno en el retrato de Alemán, por ello el crítico selecciona sólo la leyenda de la serpiente y omite el resto del retrato. Proponemos una lectura distinta, el retrato de Alemán, todo el conjunto, funciona tal y como lo describe Gennette para el lema pero con una ligera variación: como un paratexto de su autoría, no de su libro. El retrato, no es un estado primitivo en la evolución del epígrafe moderno, sino más bien una representación gráfica, una materialización de una forma de concebir y construir la autoría en el libro impreso, un paratexto alterno cuyo uso no se generalizó pues representaba una forma de entender la autoría que tampoco se generalizó. El hecho de que Gennette lo use como ejemplo en su caracterización bien señala la importancia del retrato de Alemán y su impacto, pero su lectura evolutiva en la que selecciona solo el lema también señala que el retrato de Alemán no encaja totalmente con la caracterización que el crítico da sobre el libro impreso. Más que ver el retrato de Alemán como un estado primitivo de los elementos conformadores de la autoría tendríamos que verlo como un camino truncado, una construcción autorial que no fue.

El retrato de Alemán escenifica su consciente reflexión sobre el quehacer de un autor. Más que un escritor, Alemán se presenta como un humanista que imprime y publica libros, o de otra forma, como un hombre que expresa su humanismo en lo impreso. El retrato es la representación gráfica de la relación de Alemán con la materialidad del libro y de su visión de la continuidad del proceso publicación que es una sumatoria de acciones: leer, anotar, escribir, componer e imprimir. Alemán no es un escritor que escribe libros con papel y pluma y luego los *da a la estampa*. El autor del Guzmán se inscribe en un espacio de pensadores y de discursos impresos, en el que lee, resemantiza y publica. Para Alemán el *printspace* es un campo de batalla en el que el retrato es su escudo de armas y en el que cada publicación es una afirmación de su autoría.

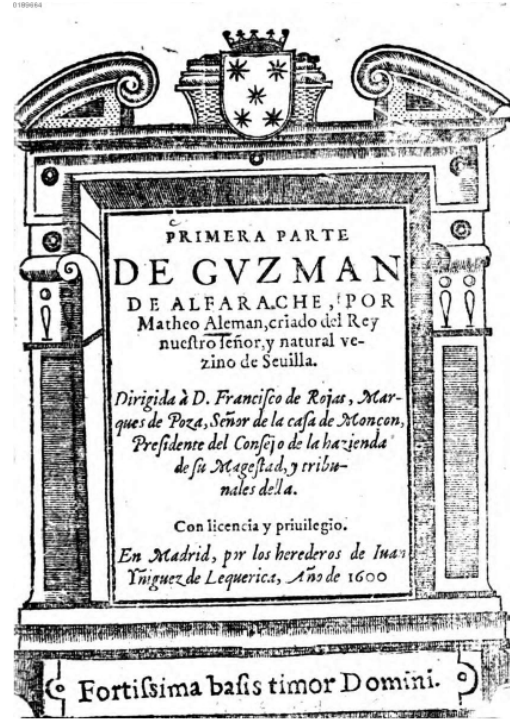
Esta visión de continuidad del proceso creativo hace que la obra no termine con la impresión de la primera edición. En cada reedición de una obra Alemán hacía modificaciones y complementaba su libro. Tanto para la *Primera Parte* como para la *Segunda Parte* el sevillano continúa corrigiendo y puliendo el texto de su obra, no sólo en erratas triviales sino introduciendo cambios sustanciales: “llegando incluso a marcar con acentos algunas voces que cuya lectura resultara ambigua; precisó en los tiempos verbales y en la sintaxis, alterando con mucha frecuencia el orden de los elementos de una frase; omitió en algún caso detalles inadecuados; acomodó expresiones y, una vez más, se esforzó en eliminar términos que se repetían en períodos cercanos” (Gómez Canseco 888).

Estos cambios no se limitan a lo estrictamente textual sino que entran en los elementos tipográficos y bibliográficos de sus obras en los cuales también se puede ver una evolución y un continuo trabajar. El mejor ejemplo de ello son las portadas: si se observan las de las distintas ediciones del *Guzmán* se notará un concienzudo desarrollo gráfico y una evolución conceptual que terminará por expresarse de manera contundente en la portada del *San Antonio de Padua*. El primer paso en este proceso evolutivo es el que ya hemos notado, la inscripción en la base del adorno arquitectónico de **A** a **B**. Ahora bien, para **C** y **D**, el arco desaparece junto con la inscripción. Del mismo modo el subtítulo que identificaba a Alemán como criado de Felipe III cambia por simplemente “criado del rey” y al nombre del autor se suma un búcaro sevillano (ver imagen 2-7). No obstante, estos cambios tampoco son permanentes y ya para la edición **2A** (ver imagen 2-8), el búcaro desaparece y el subtítulo “criado del rey” se substituye por un rotundo “su verdadero autor” haciendo referencia al apócrifo.

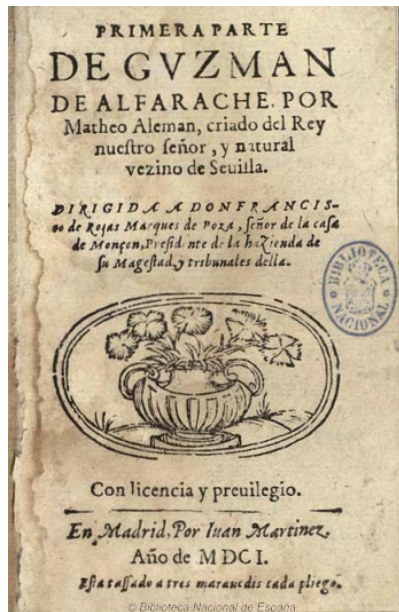
Edición A



Edición B



Edición C



Edición D

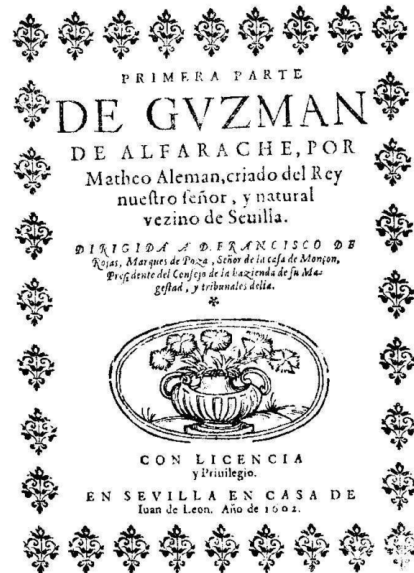


Imagen 2.6 Portadas de las cuatro ediciones autorizadas de la Primera Parte de la vida de Guzmán de Alfarache.

Se puede observar en la evolución de las portadas que hay una simplificación en el plano gráfico que tiende a resaltar dos paratextos fundamentales: el título y el nombre del autor. En las portadas de las cuatro ediciones autorizadas de la primera parte el texto que gráficamente tiene más peso es el nombre *Guzmán*, para la portada de la segunda parte esto cambia, se destaca en cambio la palabra “Segunda” y el sintagma “De la vida”. Del mismo modo, el nombre Mateo Alemán pasa a tomar un papel mucho más predominante: se separa del título dándole un renglón propio y se imprime en cursiva para diferenciarlo tanto del título como de la dedicatoria. Poner en relieve el nombre del autor y añadirle la frase “su verdadero autor” obedecen a un obvio intento de fortalecer la autoría sobre la obra en respuesta a la publicación del apócrifo, pero también para fortalecer la autoría como paratexto conformador de la obra. A pesar de la obviedad de la motivación, no se puede dar por descontado el hecho de que la reivindicación suceda justamente en la portada. La portada tiene como objetivo de presentar la obra visualmente al lector y distinguirla de otros libros y Alemán compite con otra Segunda Parte que se llama igual, si la diferencia entre las dos es sólo el autor, por supuesto que debe ser subrayado.

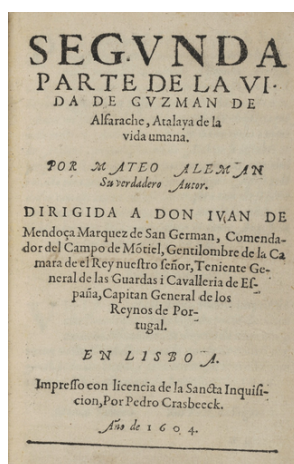


Imagen 2.7 Portada de la edición 2A.

En esa adenda están en juego dos elementos, por un lado, el que la novedad de la oficialidad del autor representa un elemento atractivo para el comprador, pero por el otro lado y mucho más importante, que la veracidad de la segunda parte, no reside en el texto mismo, sino en quien lo

escribe. Esto es fundamental si se considera que en el Siglo de Oro, como hemos visto en el mercado de pliegos, la veracidad de lo dicho residía generalmente en lo dicho y no en quien lo decía. En los pliegos, se relataba siempre “El verísimo caso” o en el libro “La muy verdadera historia” (a pesar de que las historias no fueran verdaderas). Pues bien, Alemán decide no imprimir la Verdadera Segunda Parte, sino la Segunda parte escrita por su verdadera pluma. Parecería un matiz pero es un cambio fundamental: en la ficción, el paratexto del que procede la veracidad del producto vendido, su legitimidad, reside en que la creación provenga de un *mismo* autor. La comparación con el pliego es ilustrativa pues en ese mercado, donde la re-escritura era parte fundamental del proceso creativo, el autor daba más valor a su versión de una obra dada al señalar la veracidad de su versión, el atractivo era justamente la variedad de versiones y que la suya fuese una particular: la más verdadera. Pero en el mercado del libro, lo que Alemán hace al cambiar el enfoque y decir que él es el verdadero autor es negar la posibilidad de otras versiones de la misma obra: sólo el texto que él produzca tiene agencia sobre *Guzmán*, el personaje. En otras palabras el comprador de pliegos compraba una versión de una obra, lo interesante era justamente la versión particular, *edición especial*, lo que Alemán hace es que el comprador de libros no compre una obra, sino que compre la-obra-de-un-autor. Al proclamarse en el verdadero autor, niega otras versiones posibles, aúna al autor con su libro, y convierte y esto es quizás lo fundamental, su firma en un producto de comercio.

Tan pronto como salió al mercado la *Segunda parte* de Alemán, el mismo Sebastián de Cormellas que había publicado la segunda edición de la primera parte y dos ediciones del apócrifo, se lanza a publicar una versión de la *Segunda parte* verdadera. El impresor cree que el libro se venderá bien pues corre con el riesgo económico de la publicación el mismo¹⁷. En la portada de su edición subraya aún más todo lo que hemos dicho anteriormente. Bajo el subtítulo “su verdadero autor”

¹⁷ Como hemos señalado en la nota al pie 16, esto lo podemos deducir del hecho de que en el texto no se reporta un librero y que la licencia le ha sido otorgada a Cormellas.

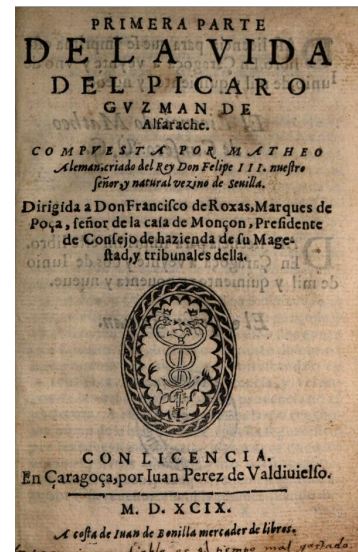
añade: “y advierta el lector que la segunda parte que salió antes no era mía, solo esta lo es” (ver imagen 2-9). La adición señala que no bastaba con decir su verdadero autor, se debía resaltar que la otra versión no le pertenecía a este y que sólo ésta, firmada por él, le pertenece. Señalaría a su vez que el público del Siglo de Oro no se fijaba, no sabía o no le importaba que Luján de Sayavedra no era Alemán. Y a pesar de ello, no se niega al apócrifo, no se niega la obra sólo se cuestiona la autoría.

Al igual que con el nombre del autor, el cambio del título en la portada de la *Segunda parte* si bien sutil también parecería obedecer a la interacción entre la versión autorizada de la obra y las no autorizadas. Si cotejamos las portadas que tenemos de las ediciones no autorizadas de la *Primera parte*, se notará una fuerte presencia gráfica del sintagma “De la vida del Pícaro” (ver imagen 2-9). Se debe tener en cuenta que las versiones no-autorizadas fueron más numerosas que las autorizadas y bastante más exitosas. Estas versiones para la legislación actual del libro serían ediciones piratas, pero para la legislación del Siglo de Oro eran ediciones totalmente legales. Son ediciones muy interesantes pues materializan de modo directo las preferencias del mercado: al no contar con la participación del autor, los libreros tienen total libertad para satisfacer los deseos de sus compradores. En otras palabras, el librero o el impresor puede modificar lo que prefiera para hacer su libro más atractivo para la venta. Por ello el cambio en el título es un indicador que refleja cómo el mercado y el público entendían el texto de Alemán: como la vida del Pícaro, y no de la vida de Guzmán. La popularidad de estas ediciones explica por qué el libro pasará a reconocerse como *el Pícaro* para el público lector del Siglo de Oro, no como el *Guzmán*; hecho que es un indicador claro de cómo la etiqueta genérica *pícaro*, se sobrepone en el mercado sobre el nombre del personaje, supeditando de paso la obra al género. Alemán se queja explícitamente de esto en el capítulo VI de la *Segunda parte*:

haga nombre del mal nombre quien desea que se le caiga presto; porque con cuanta mayor violencia con cuanta mayor violencia le pretendiere desechar tanto más arraiga y se fortalece

de tal manera que se queda hasta la quinta generación y entonces los que suceden hacen blasón de aquello mismo que sus pasados tuvieron por afrenta Esto mismo le sucedió á este mi pobre libro que habiéndole intitulado Atalaya de la vida humana dieron en llamarle Pícaro y no se conoce ya por otro nombre (431).

Resulta entonces muy interesante que la portada de esta *Segunda parte* Alemán ya no resalta el nombre *Guzmán* como lo hacía en las cuatro portadas autorizadas de la *Primera parte*. Se destaca la palabra Segunda, cuya fuente es la más grande de la portada y luego se destaca el “de la vida”. Gráficamente se reclama que es en efecto ésta la segunda parte de la vida señalando de paso la popularidad de las otras portadas. Alemán dialoga así con las portadas que el público podría conocer de las versiones no autorizadas y defiende su obra desde lo gráfico. Omite claro está el término Pícaro, del cual se desliga desde la aprobación de la *Primera parte*, como lo señalan los cambios de título que hemos reportado al principio de este aparte y la cita anterior, pero realza como han hecho las versiones no autorizadas el sintagma: De la vida.



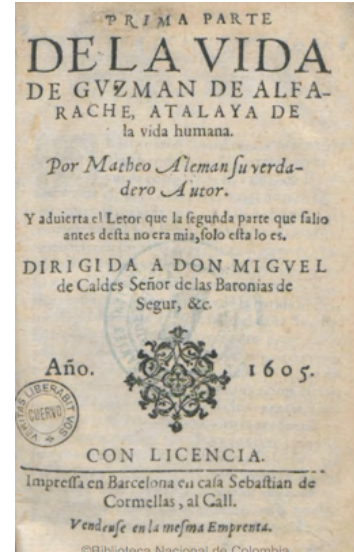
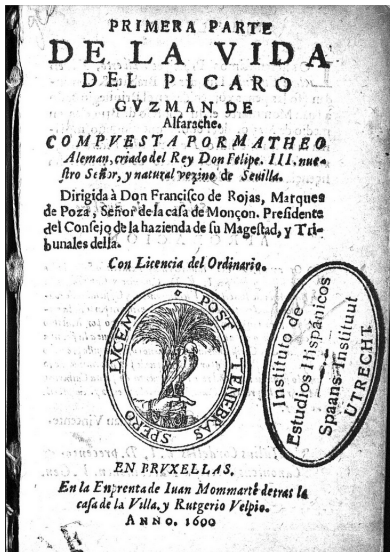


Imagen 2.8 Portadas de ediciones no autorizadas.

Por ello podemos afirmar que estos cambios en la portada obedecen a la interacción en el mercado del texto y la respuesta del público, demuestran también que el autor intenta adaptarse al mercado y aprovechar lo logrado por los textos no oficiales.

La simplificación en las portadas del Guzmán es una depuración del conjunto de los elementos gráficos que el autor considera importantes, es la intersección de los elementos que Alemán quiere resaltar y que el público parece preferir. Este proceso es una evolución en la construcción tipográfica de la autoría del sevillano, cuyo momento cúspide se da en el *San Antonio de Padua* impreso por Clemente Hidalgo¹⁸. Al igual que para la *Segunda parte* de Craesbeeck, en el *San*

¹⁸ Como señala Moll en su “Problemas bibliográficos” las funciones de los responsables en la impresión de textos no estaban estandarizadas y plenamente delimitadas durante el Siglo de Oro. Generalmente había un impresor, quien era el dueño de la imprenta, y un “librero”: un mercader de libros; el librero financiaba el libro y corría con el riesgo económico y el impresor lo imprimía vendiendo al librero su trabajo. Este hecho se reportaba, o no, en la portada; cuando se hacía se indicaba con un “a costa de” al librero y un “impreso por” al impresor. Muchas veces el impresor podía operar como librero e impresor, lo cual era supremamente común, Sebastián Cormellas y Pedro Patricio Mey lo hicieron de esta forma en sus ediciones de la *Segunda Parte*. Sin embargo las funciones de impresor y librero no eran estáticas y no siempre se reportaban en la portada, en la licencia o en el privilegio. En el caso del *San Antonio de Padua* quien se reporta como impresor es Clemente Hidalgo y debemos asumir que era el mismo Alemán quien corría con la financiación pues el privilegio le es otorgado a él y no a Hidalgo.

Antonio hay un minimalismo que elimina los adornos gráficos y en ello resalta aquello que el autor considera indispensable, título, autor, dedicatarios y datos de impresión (ver Imagen 2-10). Es por ello que en esta portada ya el autor se presenta sin ornamentos, ni añadiduras como simplemente Mateo Alemán. También es interesante que el título acá es simplemente el nombre *San Antonio de Padua*, identificando al santo con el libro, personaje con objeto. Es una identificación poco común si se piensa que por ejemplo el *Guzmán*, era la *la vida de*, como lo era el *Lazarillo*. Alemán ya sabe que lo que recuerda el público, son etiquetas más simples, como *El pícaro*, y no títulos más complejos. Asimismo, los dedicatarios también se simplifican, no son personajes importantes de la sociedad española, sino el pueblo lusitano. Se simplifican, pues no son nombres de importancia que compitan con el del autor. De tal suerte que se limpian los elementos bibliográficos subrayando autor y título. Alemán, ya con un nombre, se para solo y ofrece su hagiografía, su firma es su garantía.

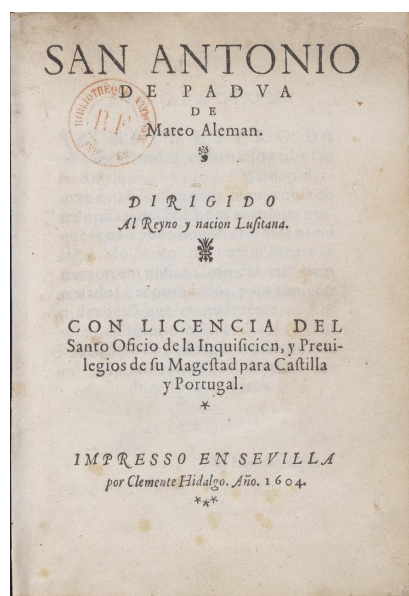


Imagen 2.9 Alemán, Mateo. *San Antonio de Padua*. Sevilla: Clemente Hidalgo, 1604. Primera edición de la obra. El texto se encuentra en la Biblioteca de Francia.

Esta portada es particularmente ilustrativa de la posición de Alemán, pues se imprime con una prensa en su casa y él mismo actúa como componedor como hemos indicado anteriormente.

Ello implica necesariamente que la composición de esta portada es su diseño. Él selecciona las dos fuentes, él selecciona el juego con las cursivas y los asteriscos, él selecciona el título y el dedicatario. Es por ello que nos sirve para entender que la simplificación en la portada del Guzmán era algo que el autor buscaba y que representa sus objetivos editoriales. Como notará el lector si compara la del *San Antonio* con todas las portadas que hemos presentado hasta acá, hay una distribución gráfica mucho menos recargada que las portadas tradicionales. Livianidad que tiene una coherencia visual completamente cercana a las portadas modernas así como completamente ajena a las auriseculares. Ese minimalismo es tanto una elección estilística tanto como una búsqueda por resaltar los paratextos fundamentales del libro: autor, título, datos de impresión. Su modernidad señala que su relación con el producto impreso, la propiedad que sobre este quería ejercer era, en este aspecto, más cercana a la concepción actual de autoría que la forma más común del Siglo de Oro. Pero también tras esa modernidad se esconde una característica de la autoría propuesta por Alemán que no sobrevive: el libro como objeto. La portada del *San Antonio* es un claro ejemplo de una portada “autorial” pues condensa gráficamente las preferencias de Alemán y su relación con los elementos bibliográficos. El autor intenta controlar hasta el último detalle de su libro, no sólo el texto sino los aspectos materiales. Alemán considera el libro como objeto final no como medio. Es decir que el producto de un autor es para Alemán, no la novela o la biografía, sino el libro, el objeto. Alemán es autor y editor, y para él las funciones no se deben diferenciar.

Acá debemos resaltar que la manera de reclamar autoría se hace mayoritariamente desde lo bibliográfico y en menor medida desde lo ficcional. Si en la *Primera parte*, los preliminares se habían centrado en explicarle al lector cómo debía entender el texto, en esta segunda parte el autor se concentra en explicar su relación con el apócrifo. En su dedicatoria a Don Juan de Mendoza, Alemán declara que entiende la publicación del apócrifo como una contienda, realmente como un duelo en el cual el dedicatario actúa como padrino de armas y principal fuente de autoridad:

Espérame ya en el campo combatiente: está todo el mundo a la mira; son los jueces muchos y varios; inclínase cada uno a quien más lo lleva su pasión y antojo; tiene ganados de mano los oídos, informando su justicia, que no es pequeña ventaja. Él pelea desde su casa, en su nación y tierra, favorecido de sus deudos, amigos y conocidos, de todo lo cual yo carezco. Para empresa tan grande, salir a combatir con un autor tan docto, aunque desconocido en el nombre, verdaderamente lo temí, hasta que los rayos del sol de Vuestra Excelencia vivificaron mi helada sangre, alentando mis espíritus, dándome confianza que, deslumbrando con ellos los ojos, no solamente de mi contrario, mas a la misma envidia y murmuración, ganaré sin alguna duda la victoria. (350)

Pero al entender al apócrifo como un reto lo pone como un contendor en su mismo plano. Bien podría haber despreciado la obra de Luján de Sayavedra simplemente despachándola por falsa, pero no es el caso. Su defensa textual reside en el respaldo del dedicatario. Este hecho es clave pues el dedicatario es el representante de un proceso de publicación, un elemento del espacio de comercio del texto y no de lo estrictamente literario y creativo. De este modo su defensa no reside estrictamente en que a él pertenezca la unicidad y propiedad en la narración de la vida de Guzmán, en que él sea su verdadero autor, sino en los mecanismos del proceso de publicación. Del mismo modo, Alemán concede valor e importancia literaria al apócrifo y no da por sentado la victoria de su obra por el hecho de que sea suya. El duelo para Alemán es realmente eso: un duelo, una confrontación en un espacio público (“está todo el mundo a la mira”) y allí él escoge sus armas, su testigo, y sale a la defensa de su objetivo: ser la única firma autorizada para decidir el destino de *Guzmán*. Si se tiene en cuenta lo que hemos dicho acerca del retrato autorial, se entenderá que el duelo es más que una metáfora y que los elementos bibliográficos son las armas con las que Alemán activamente pelea y gana la autoría sobre el *Guzmán*.

El hecho de que Alemán tenga que pelear por su propiedad textual implica que el concepto no existía, o no era comúnmente aceptado, y por ende que en su duelo el sevillano no sólo gana una pelea personal e intelectual sino que construye una forma determinada de entender qué es un autor de ficciones y cuál es su relación con lo impreso. En las lecturas modernas en la que damos por sentado la propiedad intelectual y entendemos la autoría de una manera delimitable y específica, Luján es un apócrifo, un autor ficticio, no era así para el lector del Siglo de Oro. Alemán, el verdadero autor, debe pelear y vencer a Luján para realmente convertirlo en un apócrifo, pero antes del duelo en el *printspace* son iguales, están en un mismo plano:

En cualquier manera que haya sido, me puso en obligación, pues arguye que haber tomado tan excesivo y escusado trabajo de seguir mis obras nació de haberlas estimado por buenas. En lo mismo le pago siguiéndolo. Sólo nos diferenciamos en haber él hecho segunda de mi primera y yo en imitar su segunda. Y lo haré a la tercera, si quisiere de mano hacer el envite, que se lo habré de querer por fuerza, confiado que allá me darán lugar entre los muchos.

(354)

La defensa de Alemán no se limita sólo a la protección de Don Juan de Mendoza. Dos puntos más son subrayados por el sevillano: por un lado la falsedad del nombre de Luján y por el otro que la fuente de este son justamente los borradores de Alemán. Ambos puntos deben ser analizados detenidamente pues en ellos se basa su alegato como el verdadero autor del Guzmán, es decir que en ellos identifica las garantías de su autoría. Como se puede ver en las citas anteriores, Alemán da por descontado que el nombre Mateo Luján de Sayavedra es falso. Este es su principal ataque, no desdice de la capacidad literaria de Luján, todo lo contrario, pero sí crítica su supuesto anonimato.

En esta línea de ataque Alemán introduce el único elemento del duelo con el apócrifo que entra en el plano ficcional, un personaje que se apellida Sayavedra. Este es otro pícaro que se mueve

en el mismo mundo que Guzmán. El protagonista lo conoce en Roma y le encomienda el envío de sus pertenencias a Siena. Sayavedra, aliado con un grupo de ladrones boloñeses, engaña a Guzmán y le hace perder todos sus bienes. Es un engaño idéntico a aquellos que Guzmán ha venido perpetuando a lo largo de la novela. Sayavedra es a su vez engañado por los boloñeses y no saca del robo nada. El protagonista termina por ganarse la fidelidad del ladrón quien se la da tras verse descubierto. Es un gesto muy sugestivo pues Guzmán se gana la complicidad de Sayavedra y su servicio al ganarle en picardía. Guzmán apadrina a Sayavedra, descubre su fechoría y en ello intenta enseñarle que los pícaros conforman una cofradía en la que no deben hacerse daño entre ellos, lección que el protagonista ha aprendido en la *Primera parte*:

[Guzmán dirigiéndose a Sayavedra:]Alarga el ánimo a lo mismo, que también tendrás otro tanto con que poder volver a Valencia. No andes a raterías, hurtando cartillas, ladrón de coplas, que no se saca de tales hurtos otro provecho que infamia. En resolución, morir ahorcados o comer con trompetas: que la vida en un día es acabada y la de los trabajos es muerte cotidiana. Cuanto más que, si nos diéremos buena maña, presto llegaremos a mayores y no tendremos que temer, porque serán todos los meses de a treinta días y, como son a oscuras todos los gatos negros, entenderémonos a coplas, que un lobo a otro nunca se muerde. Aquí tienes tu tercio de lo pasado, si lo quisieres luego, que no es justo retener a nadie su hacienda. (...) Con esto y mostrarme liberal fue asegurarle la persona que no me dejase. Porque, habiendo de buscar marisco, no pudiera hallar compañero más a propósito ni tan bueno. Demás que, siendo igual mío, era criado y me reconocía por amo, que no es pequeña ventaja para cualquiera cosa llevar la mano. (837)

La historia de Sayavedra termina de manera abrupta con éste enloquecido en la mar suicidándose al tirarse de un barco, como lo predice el pasaje anterior. Antes de morir Sayavedra recorre el barco

gritando: “Soy la sombra de Guzmán de Alfarache” en una imagen que sin duda ilustra justo lo que sucedería con el apócrifo.

Un poco antes de esta abrupta muerte que Alemán ofrece su versión sobre la identidad de Sayavedra. Este tendría un hermano mayor llamado falsamente Mateo Luján. Los dos hermanos han cambiado sus nombres para esconder sus fechorías. Luján, hermano que inicia a Sayavedra en el robo y la mala vida, sería en realidad Juan Martí. Su alias, Mateo Luján, sería un juego de palabras entre Juan y Luján y Mateo con Martí. El Sayavedra del hermano menor sería un apellido con el que buscaba darse un poco de importancia aprovechando el renombre que éste tenía en Sevilla. El autor del apócrifo se desdoblaba en la narrativa en esta pareja de hermanos, y la relación de Guzmán con Sayavedra parecería reflejar la relación de Alemán con el autor del apócrifo. Es un paralelismo en el que tanto Guzmán y Sayavedra ficticios como Alemán y Sayavedra reales, se mueven en el mismo plano, son colegas dedicados al mismo oficio, y sin embargo Alemán y Guzmán ganan por experiencia y por conocimiento del arte.

Si pensamos a Sayavedra como trasunto del autor apócrifo podemos deducir cómo entendía Alemán a su adversario. Sayavedra es, en resumen, un pícaro como Guzmán, aunque no tan bueno en su oficio, que intenta aprovecharse de Guzmán, en ese intento no saca provecho personal del robo a Guzmán y al ser descubierto termina por quedar a su servicio, para luego morir. Es sin duda una lectura bastante acertada de lo que sucedería con el apócrifo, un libro que intenta aprovecharse del éxito del *Guzmán*, pero que tras ser “descubierto”, expuesto, por Alemán su lectura queda totalmente supeditada al verdadero, el apócrifo *es* sólo en función del verdadero, y después de la publicación del verdadero, muere, y la verdad es que apenas si se le lee.

Desde entonces la identidad de Mateo Luján de Sayavedra se ha convertido en casi una obsesión para los investigadores. Hasta hace poco se había tomado siempre la teoría de Alemán como cierta y se había intentado descubrir quién era Juan Martí. Esta línea de investigación lo

identifica como el valenciano Juan José Martí miembro de la Academia de los Nocturnos y relacionado con Gaspar Mercader y Carroz, dedicatario de la primera edición del apócrifo (Rubio Arquez, “Situación actual” 465). Sin embargo, recientemente David Mañero con una sólida argumentación ha propuesto que Luján sería Juan Mey, hermano de Pedro Patricio Mey, impresor del apócrifo y quien sería Sayavedra (“Pedro Patricio Mey y Mateo Alemán, nuevos enigmas del Guzmán apócrifo”). Su teoría explica el porqué representar en el plano narrativo al autor del apócrifo como una pareja de hermanos, uno sería el impresor Pedro y el otro el escritor Juan, y Alemán los consideraría a los dos culpables del apócrifo. El argumento que justifica su hipótesis es que Alemán habría inicialmente planeado imprimir su segunda parte en los talleres de Mey, plan que habría fallado por alguna razón pero el impresor habría completado el proyecto con lo que tenía adelantado y habría sacado el apócrifo al mercado con ayuda de su hermano. Contrario a la canónica, la teoría de Mañero sí logra explicar el porqué Alemán desdobra al autor del apócrifo en una pareja de hermanos así como la alusión que hace Alemán al supuesto robo de sus borradores. No obstante la evidencia que presenta no es contundente y no prueba de manera satisfactoria la relación entre Alemán y Mey. Juan Ignacio Laguna ha seguido esta línea de investigación y ha sumado interesantes argumentos que la corroboran en su libro *La Philosophia Moral en el Guzmán apócrifo: la autoría de Juan Felipe Mey a la luz de nuevas fuentes*. Sin embargo, si bien la hipótesis de Mañero-Laguna logra explicar mejor la dupla de hermanos en el texto, no explica bien porqué Alemán señalaría a Juan Martí y no directamente a Juan Mey. Es decir que no logra probar que la explicación canónica sea falsa. En suma las dos hipótesis se basan en argumentaciones sólidas pero ninguna es concluyente.

Nos parece que una hipótesis que explique la autoría en el apócrifo debe buscarse en las prácticas bibliográficas de publicación de la época, en la que los manuscritos corrían paralelos a los impresos y en las que el camino a la imprenta no era siempre lineal. En este sentido la tesis de Mañero-Laguna funciona mejor que la canónica, además logra explicar a los hermanos Martín del

texto. Sin embargo, quedan varios interrogantes que no hemos podido resolver y que esta hipótesis no explica. La semejanza entre los nombres Mateo Alemán y Mateo Luján que sugeriría un intento de hacer pasar la segunda parte apócrifa como legítima. Es decir como parte de una estrategia comercial y no tanto como encubrimiento de una fechoría. La verdad es que no había ley en contra, es más, era costumbre sacar al mercado continuaciones de obras previamente impresas, considérese los conocidos casos de la Celestina y el Lazarillo. De tal suerte que si alguien en efecto hubiese querido imprimir una segunda parte del Guzmán bien podría haberlo hecho sin incurrir en ningún crimen y no habría tenido que esconderse bajo ningún pseudónimo, en particular uno que de manera tan evidente remedara el nombre del autor original ¿por qué tendrían que esconderse los hermanos Mey tras un falso nombre? Mañero y Laguna, y también aquellos que defiende la tesis canónica, buscan la identidad de Mateo Luján, siguen el presupuesto de Alemán de que es alguien que la ha afrontado y que se esconde, que es un canalla. Sin embargo, esto no tiene porqué ser así, a pesar de todas las suspicacias que el texto genera, el único elemento que tenemos para juzgar como falsa la identidad de Luján es el testimonio de Alemán. Siempre bajo la legalidad de la época, si Alemán conocía la identidad de Luján, ¿por qué callarlo? ¿por qué denunciar de manera tan críptica? y sobretodo, ¿por qué Luján se encubre? No son preguntas retóricas, si se quiere investigar la identidad de Luján se debe responder primero a estos interrogantes.

Si bien es un problema fundamental y si tuviésemos algún documento que de manera contundente nos señalara la identidad de Luján podríamos avanzar interpretaciones sugestivas, para nuestro enfoque lo interesante es que a la larga, Alemán ha ganado la batalla. La deslegitimación del nombre de Luján es la estrategia vencedora y aún hoy entendemos el acto del apócrifo como aquel de alguien que quiere esconder su *verdadero* nombre. La primera acusación de Alemán se debe leer más como una exitosa campaña de desprestigio de una obra que como un presupuesto de investigación. Lo único cierto es que la difamación de Alemán es profundamente efectiva.

Acá entra la segunda estrategia de Alemán, en la que se entiende al apócrifo como un robo, y que ha servido para tachar al apócrifo como no sólo anónimo sino como un refrito. En su advertencia al lector, Alemán dice que el apócrifo no es *su* producción pero sí está basado en sus papeles:

Mas, viéndome ya como el mal mozo, que a palos y coces lo levantan del profundo sueño, siéndome lance forzoso, me aconteció lo que a los perezosos, hacer la cosa dos veces. Pues, por haber sido pródigo comunicando mis papeles y pensamientos, me los cogieron al vuelo. De que, viéndome, si decirse puede, robado y defraudado, fue necesario volver de nuevo al trabajo, buscando caudal con que pagar la deuda, desempeñando mi palabra. Con esto me ha sido forzoso apartarme lo más que fue posible de lo que antes tenía escrito. Pecados tuvo Esaú, que, cansado en seguir y matar la caza, causasen llevarle Jacob la bendición. (353)

Es claro que hay una acusación, pero es bastante leve. Alemán se ve, “si decir se puede”, robado y defraudado. Sus ideas y papeles fueron cogidos al vuelo, pero admite que ha sido pródigo con los mismos. Lo interesante es en esta acusación también nos dice que sus papeles, posibles manuscritos, han estado circulando. Se debe tener en cuenta entonces que el proceso que iba del manuscrito a la impresión no requería que el autor del manuscrito participase, ni siquiera requería que hubiera un autor. Lo que se requería es que el manuscrito aprobado para impresión coincidiera con el libro impreso y que este no estuviese protegido bajo privilegio. Asimismo los libros que corrían en manuscrito bien podían ser modificados entre copias. Bajo la legislación de la época, si alguien hubiese tomado un borrador manuscrito de Alemán y lo hubiese completado e impreso no habría incurrido en crimen alguno. Esto abre espacio para múltiples especulaciones sobre lo que podría haber sucedido y no sería descabellado pensar que una versión de la segunda parte apócrifa habría circulado con cierto éxito antes ser impresa por Mey y que el nombre Mateo Luján habría sido una azarosa creación del mercado del libro manuscrito.

Sin embargo, debemos analizar los matices de la acusación de Alemán. Si bien indica que la publicación del apócrifo se hace sin su autorización, también indica que se basa en sus papeles. Esta es la razón por la cual debe reescribir su versión separándose tanto como le sea posible del apócrifo. Este hecho es fundamental pues en el señalamiento de “robo” hay un reclamo de autoría que no se puede descartar. Alemán se adueña del apócrifo a pesar de no ser totalmente suyo. No es una paradoja literaria, es una sagaz estrategia en el marco de la cual se deben entender todos los halagos que Alemán le hace a Luján, pues en realidad se refieren a él. Es una estrategia de apropiación de la obra de Luján que a la larga implica que Alemán quiere ser el único propietario del destino de su personaje.

El objetivo de esta estrategia es el de minimizar a su adversario, bajarlo del plano de igualdad en el que lo ha puesto inicialmente. Y es que el rival al que se enfrenta Alemán es realmente su igual si tenemos en cuenta el éxito rotundo que había tenido en ventas comparable sólo al de la *Primera parte*. Decir que el apócrifo no es producto del verdadero autor en nada afecta este hecho, pero decir que por basarse en sus papeles este éxito es en parte suyo, sí lo hace. La combinación de las dos estrategias es fulminante también en este respecto: de ser un *bestseller*, el apócrifo pasa al olvido. Antes de 1615, el texto de Luján se publica en ocho ciudades: Barcelona, Valencia, Madrid, Zaragoza, Tarragona, Bruselas, Milán, Lisboa; las cinco ediciones de la segunda parte oficial, se publican en tres ciudades: Lisboa, Barcelona y Valencia. Las versiones autorizadas todas publicadas en Lisboa. Y sin embargo, a pesar de esta relativa falta de éxito comercial de la *Segunda parte* oficial, después de su publicación el apócrifo se deja de imprimir totalmente, la próxima edición será sólo hasta el siglo XIX. Si el apócrifo logró capitalizar el éxito de la *Primera parte*, Alemán hace lo mismo con el del apócrifo.

Desde el punto de vista autorial es evidente entonces que Alemán gana el duelo pues el texto de Luján realmente muere y con él su autoría. Sin embargo, si comparamos las veintisiete ediciones

de la *Primera Parte* y las diez del apócrifo con las seis de la *Segunda parte* tendremos que preguntarnos qué consecuencias tendría la estrategia autorial de Alemán en el consumo de su obra y si en este plano fue igualmente exitosa. El hecho de que la *Segunda Parte* de Alemán fuese la *verdadera*, a primera vista tendría que representar un atractivo comercial, las ediciones no autorizadas así lo corroboran al resaltar la *verdadera* autoría de Alemán. Sin embargo esta oficialidad en sí misma no se tradujo en un éxito comercial absoluto. Esto indicaría que el apócrifo habría capitalizado el éxito de la *Primera parte* y para cuando la versión de Alemán sale al mercado el consumo del Guzmán ya estaría desgastado. Si consideramos el número consolidado de ediciones de las dos segundas partes, dieciséis, este parecería mucho más coherente con las veintisiete de la primera: el público sí consume la segunda parte de la manera ávida que consume la *Primera parte*, pero ese consumo se reparte entre el apócrifo y la versión oficial. Es decir que el sevillano logra consolidar su firma como una marca y atarla a su *Segunda parte* pero ello no conduce a un aumento en su consumo ni a retomar la porción del mercado que ya ha sido ganada por Luján. En ese aspecto, el del consumo, la estrategia de Alemán no gana el duelo.

La gran victoria de Alemán es en realidad la deslegitimación del apócrifo, la cual ha llegado hasta el punto que aún hoy lo consideramos no ya ilegítimo, sino ilegal. Rubio Árquez indica que usualmente se despacha el estudio del apócrifo como un robo textual, si en Alemán se estudian sus fuentes, en el apócrifo se estudian sus robos:

Cada editor, cada especialista, ha ido así diferenciando la obra objeto de su estudio del modelo o modelos anteriores y, a la vez, viendo sus diferencias con respecto a sus predecesores. Es decir, ha estudiado su tradición, que no su plagio. Nada de esto se ha realizado con la continuación apócrifa. Las múltiples preguntas que plantea la obra han sido resueltas de un plumazo con el socorrido y facilón recurso de su naturaleza espuria.

(“Situación actual” 464)

Laguna en el excelente estudio que hemos citado antes ha mostrado detalladamente el uso de las fuentes en el apócrifo, usos que van de la simple paráfrasis a la traducción y a la transcripción. Sin duda, bajo las leyes de derecho de autor actuales estos usos serían considerados plagios, pero no lo eran para la legislación del Siglo de Oro. Estas prácticas de transcripción y re-escritura eran absolutamente comunes, el mismo Alemán señala en la advertencia al lector en la *Primera parte*: “No es todo de mi aljaba; mucho escogí de doctos varones y santos: eso te alabo y vendo” (14). Esta distinción es importante a la hora de analizar el consumo de la *Segunda parte*, pues no es el hecho de que el texto de Luján sea ilegítimo por sus robos lo que habría detenido su consumo en el siglo XVII, sino el hecho de que no sea el texto de Alemán. Esa es la gran victoria, la deslegitimación del autor no del texto. La deslegitimación del texto es en realidad un fenómeno posterior al contexto de producción

Aparte de las dos estrategias difamatorias que hemos señalado, el único argumento literario, el único argumento desde el plano de lo creativo que Alemán esgrime es que al ser el creador del personaje él sí concibe, él sí puede concebir, el destino del personaje, para dónde va, lo cual ciertamente no sucede con Luján:

De donde tengo por sin duda la dificultad que tiene querer seguir discursos ajenos; porque los lleva su dueño desde los principios entablados a cosas que no es posible darles otro caza, ni aunque se le comuniquen a boca. Porque se quedan arrinconados muchos pensamientos de que su propio autor aun con trabajo se acuerda el tiempo andando, la ocasión presente, como a el rey don Fernando de Zamora para la infanta doña Urraca, su hija. (352)

Es una crítica narratológica en la que Alemán señala que la coherencia del personaje reside en que se siga la concepción tal como ha sido proyectada por el autor. De tal modo la verdadera autoría es tal pues permite la construcción de un personaje y un discurso coherente con la visión original de la obra. Es un argumento profundamente problemático si se considera que Alemán es en efecto co-

autor del apócrifo, o mejor es un autoproclamado co-autor. Además es un argumento que va en marcada oposición a la prácticas del siglo XVI en las que las continuaciones y modificaciones de las obras eran habituales. El argumento más que ser un reclamo es una justificación de porqué la *verdadera* autoría es más válida que otras. Alemán da a su lector la razón conceptual y creativa que respalda su ataque al apócrifo, no es todavía la concepción de autoría romántica en la que esta es la expresión de una sensibilidad personal y única, pero sí es una concepción en la que la calidad del producto impreso depende de que haya un plan concebido por el autor antes del proceso de impresión y publicación; plan del que el autor es el único garante. Guzmán lleva el argumento al plano ficcional señalando que sólo a él pertenece la posibilidad de narrar su vida: *la verdadera*.

[Mi vida] La verdadera mía iré prosiguiendo, aunque más me vayan persiguiendo. Y no faltará otro Gil para la tercera parte, que me arguya como en la segunda de lo que nunca hice, dije ni pensé. Lo que le suplico es que no tome tema ni tanta cólera conmigo que me ahorque por su gusto, que ni estoy en tiempo dello ni me conviene. Déjeme vivir, pues Dios ha sido servido de darme vida en que me corrija y tiempo para la enmienda. Servirán aquí mis penas para escusarte dellas, informándote para que sepas encadenar lo pasado y presente con lo venidero de la tercera parte y que, hecho de todo un trabado contexto, quedes cual debes, instruido en las veras. (615)

De esta forma el duelo contra Luján resume de excelente manera lo que para Alemán conforma una autoría. Allí se expresan las dos estrategias difamatorias y su argumentación narratológica. Al atacar el anonimato de Luján, afirma que una autoría es un nombre en el que se respalda el texto. Al señalar que el apócrifo es una copia, afirma que un autor es un escritor original. Y finalmente al apuntar que sólo el autor original puede decidir de manera coherente el destino de sus personajes, afirma que el autor es *el* dueño de sus personajes y de sus creaciones textuales, ya no sólo de los libros sino de lo narrado. Por simetría, lo que le falta a Luján y a su obra se corresponde a

lo que Alemán demuestra en sus libros: una clara voluntad de lucha por la defensa de su nombre y por la propiedad sobre su texto y su personaje. Y aquí lo fundamental es que antes de esta denuncia de Alemán, el texto de Luján no habría sido y no era entendido como una violación. Es por ello que Alemán en su batalla por su nombre y por su obra realmente construye el concepto de autoría, lo fabrica, desde lo discursivo y desde lo material. “La autoría, como concepto, como unidad de discurso foucaultiana no pre-existe a su violación, sino que emerge precisamente de este tipo de conflictos en torno a la creación que se manifiestan en el *printscape*. Y ahí la metáfora del duelo, aunque aparentemente muy natural, cobra un sentido profundo e interesante. El *autor* es en efecto el vencedor, siempre a posteriori; ninguno de los caballeros ha ganado de antemano, los dos se enfrentan en igualdad de condiciones. Pero la resolución del duelo, como una ordalía, proclama un vencedor reconocido como tal por las gradas que observan el combate, por el público” (Martínez, *Comentarios a esta tesis*). Por ello, Alemán nunca imprime la tercera parte que tantas veces promete. No la imprime porque no es necesario, con el envite de la *Segunda Parte* ya ha defendido su marca y su obra, ha liquidado la producción del apócrifo, y no hay necesidad de continuar el libro.

Bien es cierto que en este duelo los elementos principales de la concepción de autoría que defiende y fabrica Alemán sobreviven hasta hoy: específicamente la relación de propiedad que ejerce el autor sobre su creación literaria, así como la firma o nombre del autor no sólo como identificador de una unidad de discurso dada sino como marca de un producto de comercio. Sin embargo otros elementos que Alemán usa para conformar su autoría no sobreviven. Su particular relación con el libro como objeto es quizás el mejor ejemplo de ello. Hemos señalado el cuidado con el que Alemán construía cada uno de sus libros y como su concepción de obra no paraba en el texto sino que finalizaba en el producto impreso, en el papel y las letras de molde, en lo tipográfico. Además de esta concepción, la visión que tiene el sevillano sobre cómo se debía entender su texto y cómo se consumía tampoco sobrevive. Alemán intenta de manera explícita moldear el entendimiento de su

obra, quiere que los lectores la lean de una determinada manera, quiere ejercer propiedad no ya sobre sus creaciones sino sobre las interpretaciones de las mismas. Un adelanto de esto está en la simbología que hemos expuesto en los retratos pero está de manera textual en los preliminares de sus textos, especialmente en los de la *Primera parte* del Guzmán.

Hemos ya presentado el interesante “Para el entendimiento de este libro” en el que se advertía al lector que la obra que estaba a punto de leer no era la totalidad. No es todo lo que se explica allí. Alemán presenta a su narrador, lo describe como estudiante de griego, latín y teología, a la vez que “famosísimo ladrón”. Además de ello le dice al lector el punto de narración, Guzmán narra desde las galeras. Alemán ofrece los elementos narratológicos claves para entender la narración en primera persona que viene. Elementos que a su vez son los que hacen que la narración sea verosímil y creíble. El lenguaje y la sagacidad de Guzmán tienen sentido por su educación, y su posición de atalaya, de aquel que observa la vida, y tienen sentido ahora que está en galeras pagando por sus fechorías. Es una advertencia importante pues señala, además de lo que se narra, la artificialidad de esa primera persona del singular que narra. Si comparamos esta declaración con lo que sucede con el Lazarillo que intenta no ser artificial sino la narración verdadera de la vida de Lázaro por Lázaro, entenderemos mejor porque el desplazamiento de la verdadera historia al verdadero autor es fundamental. Si Lázaro se dirige a V.M., Alemán y Guzmán se dirigen al lector, el enfoque de la escritura sucede en contextos distintos, Lazarillo imita la vida, Alemán escribe una novela.

Si ahora analizamos las dos dedicatorias a los lectores que están en la *Primera parte* podremos rastrear lo que el autor pensaba de sus lectores y cómo esperaba que su texto fuera consumido. Se debe señalar que estas dedicatorias a los lectores son bastante distintas la dedicatoria de la *Segunda parte* que hemos analizado en extenso anteriormente. La primera diferencia, obvia, es que en la primera hay dos y en la segunda hay sólo una. Para la *Primera parte* Alemán divide al público en *Vulgo*

y en *Discreto Lector*. Es una distinción de clase que hace ecos de las divisiones de clase que hacían Lope y el anónimo en el primer capítulo de esta tesis. La entrada dedicada al vulgo es una diatriba que casi corre paralela a lo que Lope decía de los autores de pliegos:

No es nuevo para mí, aunque lo sea para ti, oh enemigo vulgo, los muchos malos amigos que tienes, lo poco que vales y sabes, cuán mordaz, envidioso y avariento eres; qué presto en disfamar, qué tardo en honrar, qué cierto a los daños, qué incierto en los bienes, qué fácil de moverte, qué difícil en corregirte. (15)

No mucho cambia a lo largo del texto. Alemán quiere separar su texto de las lecturas banales del vulgo que no aprecia a los ingenios ni valora lo bueno, sólo presta atención a la lisonja y a lo fácil. Concluye su entrada preparando al lector para la siguiente, afirma que a pesar de las heridas que le infligirá el vulgo a su texto, este se curará en las manos del lector discreto. Es obvio que Alemán no espera que haya realmente un lector que se identifique como vulgo, el texto no está en realidad dirigido a nadie, es una crítica al público a la vez que una estrategia retórica. Contrario a lo que sucedía con los autores de pliegos y la división de clase que formulaban Lope y D.F.R. de M., en donde sí había dos grupos determinados de autores, los del libro y los del pliego, la división de clase en el público que propone Alemán es sólo textual. Al dirigirse al discreto lector, ya no describe lo que éste hace, como con el vulgo, sino que le dice cómo debe leer. Es una estrategia discursiva en la que el lector que no querrá identificarse con el vulgo se identificaría con el lector discreto siguiendo la propuesta de lectura de Alemán. Dicho de otro modo, es una dedicatoria prescriptiva.

La división entre vulgo y discreto lector es discursiva y obedece no a una distinción de clases sociales sino a una partición del público consumidor del texto. En el cuerpo mismo de la novela Alemán nos da una clara indicación de esto. En el primer capítulo al prevenir al lector de la figura del escribano y de la volatilidad y maleabilidad de su oficio, lo relaciona directamente con el vulgo: “cuando te quieras dejar llevar de la opinión y voz del vulgo - que siempre es la más flaca y menos

verdadera, por serlo el sujeto de donde sale [el escribano]” (487). Sin embargo, no es el vulgo la clase pobre. El lector pobre bien puede ser discreto a pesar de su posición y el rico puede ser parte del vulgo a pesar de su riqueza. Más aún Alemán protesta en contra de una identificación de este tipo:

“Es el pobre moneda que no corre, conseja de horno, escoria del pueblo, barreduras de la plaza y asno del rico. Come más tarde, lo peor y más caro. Su real no vale medio, su sentencia es necedad, su discreción locura, su voto escarnio, su hacienda del común; ultrajado de muchos y aborrecido de todos. (...)Y de la manera que las carnes mortecinas y desaprovechadas vienen a ser comidas de perros, tal, como inútil, el discreto pobre viene a morir comido de necios. ¡Cuán al revés corre un rico! ¡Qué viento en popa! ¡Con qué tranquilo mar navega! ¡Qué bonanza de cuidados! ¡Qué descuido de necesidades ajenas! (...) Sus locuras son caballerías, sus necedades sentencias. Si es malicioso, lo llaman astuto; si pródigo, liberal; si avariento, reglado y sabio; si murmurador, gracioso; si atrevido, desenvuelto; si desvergonzado, alegre; si mordaz, cortesano; si incorregible, burlón; si hablador, conversable; si vicioso, afable; si tirano, poderoso; si porfiado, constante; si blasfemo, valiente, y si perezoso, maduro. Sus yertos cubre la tierra.”(387)

La contraposición entre las dos dedicatorias refleja por un lado la resignación de que el público hará con su libro lo que le parezca y por otro el deseo de que se lea en una manera particular. Es a la vez una descripción de una división en el público lector, una división en la esfera pública, así como una crítica sociológica en la que se protesta en contra de la identificación de dos topologías en tensión en la sociedad del Siglo de Oro Español: la estructura socioeconómica y el público lector. Esta misma tensión se refleja en su cambio de títulos, pasa de ser “la vida del pícaro”, a ser la “la vida de Guzmán”, para terminar siendo, atalaya de la vida humana. La voz del narrador no es la del pícaro, es la del pícaro converso, es una voz que puede dar consejos, lo que se busca es reivindicar al personaje desde el título. Alemán quiere separarse del pícaro, quiere que el texto se

lea como la observación de la vida, por eso añadir el *atalaya*, de la segunda parte. Si Guzmán es sólo eso, un pícaro, entonces no puede ser discreto, ni apelar al discreto lector. Pícaro a secas implica vulgo, por eso Alemán prefiere: Guzmán, el atalaya. Al tipo sociológico, pícaro, no lo quiere dejar estático sino convertido a discreto. Más aún, es justamente el origen pícaro de Guzmán, su experiencia en el mundo del hampa lo que le permite volverse atalaya. Esta es la tensión del título, el pícaro que ya no es tal, es la tensión de la redención social y moral la que el título intenta capturar. Tensión que además da al pícaro arrepentido la posibilidad de pasar de vulgar a discreto y que explica porque en el *printspace* tampoco puede haber una identificación social entre clase social y estatus dentro del público lector. Señala también como el *printspace* supone para Alemán una jerarquía social paralela a la socioeconómica y como la primera desestabiliza a la segunda. Y sin embargo en esta estrategia Alemán no vence la batalla. El público termina por recordar ya no el texto como un libro lleno de enseñanzas morales, como manual de vida si se quiere, sino que se convierte en *el Pícaro*, arquetipo del género picaresca.

Alemán logra crear una marca, logra crear y establecer un autoría y demuestra que en el campo de la ficción la veracidad y la legitimidad requieren una autoría establecida que tenga y ejerza propiedad sobre lo narrado. No logra sin embargo controlar el valor y la lectura de su autoría, su obra y su nombre lo exceden, lo sobrepasan. Su concepción del libro como producto final del autor, es decir su calidad de autor-artesano o autor-impresor, tampoco permanece.

Hasta aquí, creo haber descrito en detalle la pelea que da Alemán por construir una autoría, sus victorias y sus derrotas. Sin embargo, El *printspace* no es un vacío, es un entramado de textos y autores cuya arquitectura depende de la interacción de diversos sistemas legales nacionales. El siguiente paso para analizar completamente la autoría de Alemán será analizar cómo el *printspace* negocia con Alemán su obra. Debemos inscribir la autoría de Alemán en el entramado textual y comercial que la recibe y la produce; y debemos analizar lo que sucede una vez la obra se consolida y

sale del mercado local. Como notará el lector, las batallas de Alemán que hemos descrito son batallas que se inscriben en el mercado local donde la débil legislación del libro puede en cierta manera ayudar al autor. Si observamos qué pasa con la obra de Alemán una vez deja la circunscripción local podremos poner la autoría de Alemán, su construcción y su lucha, en una perspectiva más amplia. De tal modo podremos mostrar que si bien Alemán logra mucho en la defensa de su nombre y en la conformación del *Autor* como un producto del *printspace*, es un logro que en el esquema del mercado del libro global es sólo un pequeño paso inicial hacia lo que se consolidará en el *printspace* como autor. A su vez, esta contextualización del *Guzmán* nos servirá para ilustrar que antes de que el autor se convirtiera en el identificador privilegiado de las unidades discursivas, las etiquetas genéricas fueron fundamentales. Es un ejercicio clave si se tiene en cuenta que el *printspace* es esencialmente un espacio global en el que las localías interactúan y negocian producción y consumo.

III. Guzmán en Europa

La mayor parte de la vida ficcional de Guzmán, el personaje, sucede en Italia. En Roma, sirve tanto al arzobispo de la ciudad como al embajador de Francia. En Siena, le roban sus pertenencias y en Génova engaña a sus parientes. El periplo del pícaro es esencialmente extranjero, si bien Guzmán recorre parcialmente España. Su tiempo con el embajador de Francia le da excusa para hablar de los franceses así como su tiempo con el arzobispo le sirve para comentar sobre el vaticano y la iglesia. Asimismo *Guzmán*, la obra, tiene un recorrido europeo bastante amplio que nos servirá como sonda para estudiar la interacción de los distintos mercados del libro y cómo estas interacciones condicionan la autoría de Alemán.

El *printspace*, como hemos señalado es esencialmente transnacional. Si bien la legalidad fragmenta el mercado total en mercados nacionales, los métodos de producción y consumo corren paralelos y se retroalimentan constantemente. Dicho de otro modo, las fronteras legales fragmentan

pero no aíslan. Lo anterior lo hemos visto en el caso del pliego inglés en el capítulo anterior y lo veremos de manera mucho más clara con las peripecias del *Guzmán* en Europa. En este mercado antes del *Guzmán* ya había transitado, el *Lazarillo*. Al igual que el texto de Alemán, este libro había tenido un gran éxito comercial. Prueba de ello son las cuatro ediciones de 1554, las más antiguas que conservamos, impresas en Medina del Campo, Burgos, Alcalá y Amberes. Al igual que con el *Guzmán*, se produjo una continuación apócrifa de 1555 publicada en Amberes (Cañas Murillo 31)¹⁹. El éxito en el mercado español se exporta rápidamente a Europa. En 1560, Jean Saugrain imprime la primera traducción al francés, en esta se cerraba la primera parte del texto con el primer capítulo de la segunda parte apócrifa; a esta edición la seguiría en 1561 una traducción completa de la segunda parte apócrifa (Bjornson 126). Además de esta traducción al francés el *Lazarillo* sería traducido cuatro veces más al inglés durante el siglo XVI (Bjornson 127). Lo anterior demuestra el éxito que el *Lazarillo* había tenido en Europa antes de la publicación del *Guzmán*. El libro de Alemán no salía al mercado europeo en un vacío, no era un objeto de comercio nuevo, había habido ya un público que consumía historias de pícaros y ladrones. Sin embargo como señala Guillén, es sólo con la publicación del texto de Alemán, después de 1599, que el *Lazarillo* tiene un éxito comercial rotundo comparable con el de *Guzmán* (142-146). De hecho, las traducciones del *Lazarillo* al alemán y al italiano son todas posteriores a las publicaciones del *Guzmán* en esos idiomas. Esta interacción entre las dos obras demuestra que la producción, el consumo y la distribución de obras en el *printscape* se da en movimientos espaciales y temporales, que no son lineales ni consecutivos sino que se retroalimentan y se construyen a sí mismos continuamente.

¹⁹ En el trabajo de Cañas Murillo que incluimos en las referencias se puede hallar un estudio bibliográfico de las primeras ediciones del *Lazarillo* que se conservan, el estema propuesto por Cañas es el estema más tradicional. Rodríguez Lopez-Vasquez propone una edición princeps de 1550 así como algunas ediciones al estema en: “El ‘tractado del escudero’ en el *Lazarillo* de Tormes y la metodología de atribución de la obra. Nuevas aportaciones al stemma”.

Contrario al caso de Alemán que sale en defensa de su texto con una clara estrategia textual y comercial, el *Lazarillo* fue modificado edición a edición hasta llegar a la segunda parte de 1555 de Amberes y en ningún momento la falta de autoría parece haber sido problemática. Ni siquiera lo fue cuando entró al índice de libros prohibidos de 1559. El primer reclamo de autoría que tiene el *Lazarillo* lo da Juan López de Velasco que por mandato de la inquisición produce una copia del *Lazarillo*, llamada comúnmente el *Lazarillo castigado* y que expurga los pasajes que se consideraban contrarios a la fe católica. El texto, publicado en 1573 en los talleres de Pierres Cosin, sale al mercado en un volumen doble que también contiene la *Propalladia* de Bartolomé de Torres Navarro. En el prólogo al lector de este volumen, López de Velasco señala que no incluye la segunda parte del *Lazarillo* por ser de un autor distinto al de la primera y por ello impertinente y desgraciada:

Aunque este Tratadillo de la Vida del *Lazarillo* de Tormes no es de tanta consideración en lo que toca á la lengua como las obras de Cristóbal de Castillejo y Bartolomé de Torres Navarro es una representación tan viva y propia de aquello que imita con tanto donaire y gracia que en su tanto merece ser estimado y así fue siempre á todos muy acepto de cuya causa aunque estaba prohibido en estos reinos se leía é imprimía de ordinario fuera de ellos. Por lo cual con licencia del Consejo de la Santa Inquisición y del Rey nuestro Señor se enmendaron algunas cosas porque se había prohibido y se le quitó toda la segunda parte que por no ser del Autor de la primera era muy impertinente y desgraciada. (“Al lector”, *Propaladia y Lazarillo de Tormes*. Madrid: Pierres Cosin, 1573. 374)²⁰.

Como notará el lector, es un reclamo “débil” que no ilegaliza la segunda parte pero que sin duda la deslegitima en lo moral y lo literario aludiendo como causa el hecho de que el autor no fuese el mismo de la primera parte. López de Velasco podría haber “limpiado” la segunda parte para

²⁰Una versión digital se puede encontrar en: https://books.google.com/books?id=_jBeAAAACAAJ. El texto original se encuentra en la Biblioteca Nacional de Austria.

publicarla y sin embargo no lo hace, se queda con la primera respetando la autoría de la obra. El hecho de que Juan López de Velasco fuese un funcionario de la Inquisición haría pensar que la decisión iría más allá del orden creativo e implicase una necesidad legal de respaldar el autor de la primera parte. Sin embargo sorprende que si bien el inquisidor parece conocer el autor del texto, al menos sabe que no es el mismo para la segunda parte, no nombra ni a uno ni a otro. Esto indicaría que para López el cambio de autoría implicaba un cambio en la calidad moral y literaria del texto, pero que la autoría como tal no era tan relevante. Pero sin duda lo que más nos atañe de este caso es que la motivación de López de Velasco para la publicación es el consumo extranjero de la obra, lo cual indicaría que posiblemente ediciones extranjeras entrasen a España de manera ilegal pero también que la interacción de los mercados era bien conocida en el reino. La impresión en inglés y en francés motiva la re-escritura y publicación de una obra que había entrado en el índice, demostrando así que las interacciones transnacionales sobrepasaban lo puramente comercial y obedecían también a intentos institucionales de control del discurso.

Sería interesantísimo analizar desde nuestro punto de vista la autoría del *Lazarillo*, pero ese es un galimatías que merecería otra tesis, nos limitaremos a señalar que es justamente esta edición castigada la que lee Alemán (Rúan, “Market” 198). Este hecho es fundamental pues demuestra que cuando Alemán publica su novela conoce de primera mano las prácticas del mercado. Lo anterior parecería ser una obviedad pero se debe considerar con cuidado pues implica que el reclamo de autoría que realiza Alemán es gesto activo y consciente de construcción de autoría en un contexto en el que la autoría como tal no existía. Había autores, claro, pero estos no tenían propiedad sobre sus creaciones. Alemán no es un autor que publica en un mercado moderno donde el público y los estamentos comerciales y legales consideran que las continuaciones le son propias al autor original, no, Alemán activamente combate para que eso se entienda así, él muestra a su público que para que

el producto sea verdadero debe venir de su pluma no de otras, es en suma un agente estabilizador de su marca literaria y con ello de la autoría en el *printscape*.

Además de la lectura del *Lazarillo castigado*, algunas coincidencias entre Alemán y López de Velasco pueden darnos un poco de material para entender como este caso podría haber moldeado la estrategia autorial del sevillano. En el texto castigado, Velasco añade a las dos obras de su volumen dos advertencias al lector, y en cada una de ellas explica el texto y cómo debe ser leído, si bien lo hace de manera mucho más somera que Alemán es claro que el recurso paratextual funciona de la misma manera. También se debe tener en cuenta que Velasco al igual que Alemán es funcionario de la corona para la cual desarrolla entre otras tareas de curación textual la conformación de la colección *Libros de Romance para la librería de San Lorenzo* para la biblioteca de el Escorial (Rúan, “Market” 194). Además, en 1582 publica en Burgos su *Ortografía y pronunciación castellana*, texto que sin duda precede la *Ortografía* de Alemán pero que dista mucho de este²¹. López de Velasco escribe una ortografía para escribanos y Alemán una para impresores. Esta serie de paralelismos no señalan un influencia directa pero sí implican que Alemán construía su autoría basándose en modelos pre-existentes de los cuales se distanciaba pero de los que sin duda también tomaba prestado. Bien es cierto que una diferencia insalvable es que López de Velasco no es el autor del *Lazarillo*, es sólo su censor; no obstante, la tensión moral del *Guzmán* en la que el narrador viejo es el censor de las acciones del pícaro joven sin duda tiene resonancias con el *Lazarillo castigado* y la labor de López de Velasco.

La estrategia autorial y comercial de Alemán sería mucho más efectiva que la de su predecesor pues de 1573 hasta 1599 no hay ninguna otra impresión del *Lazarillo castigado*, será sólo después de la publicación de la *Primera parte* que este texto vuelve a ser impreso con éxito (Rúan,

²¹El texto no tiene datos del impresor. Una versión digital puede consultarse en: <http://www.proyectos.cchs.csic.es/humanismoyhumanistas/sites/proyectos.cchs.csic.es/humanismo yhumanistas/files/JLV%20y%20su%20Orthographia.pdf>

“Market” 198). La primera impresión del Lazarillo motivada por el éxito de Alemán sale en 1599 de los talleres de Luis Sánchez en Madrid a costa de Juan Berrillo. Originalmente el libro planeando sería un volumen del *Galateo Español* al cual se le añadiría el *Destierro de Ignorancia*, pero Berillo al ver el éxito rotundo del *Guzmán* añade el *Lazarillo Castigado*. La estrategia de Berrillo emulaba el texto de Alemán pues a la narrativa puramente picaresca se le contraponía ese manual de buen comportamiento que era el *Galateo Español*, tal y como a las picardías de Guzmán se interpola el discurso moral (Moll, “La narrativa” 33; Ruán, “Market” 199). La aguda escogencia del librero sería replicada por otros libreros conocidos, entre ellos Miguel Martínez y Sebastián de Cormellas (Ruán, “Market” 200). “Both Berrillo and Martinez shared an acute sense of the book market in Madrid and its nearby communities, and, in particular, both book merchants had identified a market demand for both prose fiction and conduct manuals” (Ruán, “Market” 201). El mercado del texto capitaliza el éxito de Alemán no buscando a un autor similar sino una estructura análoga. El elemento que el mercado local favorecía en el texto de Alemán era justamente el contrapunto entre la acción picaresca y la glosa moral, la tensión entre la acción mala y la represión teórica. Es decir que el mercado local buscaba extender el éxito de Guzmán produciendo libros similares, o en otras palabras, creando un género literario.

Y si el mercado local intentaba capitalizar el éxito del Guzmán generando libros estructuralmente similares, creando líneas genéricas, el mercado europeo no tardaría en hacer lo mismo. Lo fundamental es que en esta extensión se comienza a favorecer justamente a lo genérico, lo picaresco, y se comienza a diluir lo específico, la autoría de Alemán. La primera traducción del *Guzmán* se publica en París en 1600 bajo el título *Guzman d'Alfarache*, el traductor es Gabriel Chappuys y el impresor es Nicolas Bonfons quien publica el mismo año una edición en español²². Si

²² Una versión digital de esta traducción puede ser consultada en: <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb36032089w>

se observa la portada se notará, que el peso gráfico del nombre del autor, Mathieu Aleman es igual a la notación “Divisé en trois Livres”(ver imagen 2-11). Contrario a esto el nombre del traductor se resalta marcándolo en mayúsculas. En el mismo plano que el nombre de Alemán y con igual peso tipográfico se subraya que el autor es Español, lo cual señala que uno de los atractivos del texto era su procedencia. Sin duda el nombre del autor en sí mismo no atraería al público francés pues le sería desconocido, pero la procedencia española sí sería un atractivo interesante:

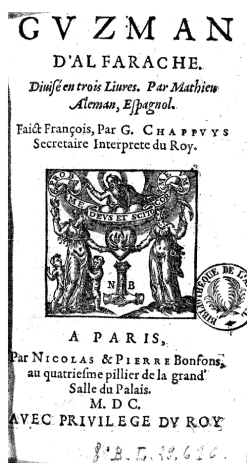


Imagen 2.10 Alemán, Mateo. *Guzmán d'Alfarache*. Paris: Nicolas Bonfons, 1600.

Antes de que se publicara la siguiente traducción al francés (1619), en Italia, el cremonés Barezzo Barezzi traduce, imprime y publica la *Primera parte* del Guzmán (Venecia, 1606). Es un texto de primordial importancia en el mercado europeo pues en él se basarán las traducciones posteriores al francés, al inglés, y al alemán (Bjornson 129). En 1615, Barezzi publica una vez más la *Primera parte*, pero esta vez junto con la *Segunda parte*. Después de esta edición la traducción será reimpressa por Batista Bidelli en Milán dos veces, en 1621 y en 1622²³. Las portadas de estas cuatro ediciones son todas iguales entre sí pero muy diferentes a las españolas, mucho más densas en textos e

²³ La versión digital de la traducción de 1606 se encuentra en: <https://books.google.com/books?id=6hFpXwAACAAJ>. La de 1615: <https://books.google.com/books?id=YQErPl7Ldj0C>. La de 1621: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000038432>. La de 1622: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000038478>.

información (ver imagen 2-12). Contienen muchos elementos que se transferirán a las diversas ediciones del libro en el resto del mercado europeo. Barezzi, al igual que las ediciones españolas no autorizadas, aumenta el tamaño de la palabra Pícaro, destacándolo sobre el resto del título, y a su vez da el mismo peso tipográfico a su nombre que al de Alemán. Además de esto, añade un pequeño resumen de la obra resaltando cómo la virtud lleva a al honor y los vicios a la mendicidad. También añade en la portada una lista de los elementos que el texto incluye: “Ragionamenti nobili / Avertimenti Economici, & Politici. / Discorsi Gratosi. / Documenti Morali. / Avvenimenti maravigliosi. / Sentenze gravi. / Proverbi notabili &/ Detti singolari”. Su libro incluye además un índice de las cosas notables y memorables que suceden en el texto, es un índice extenso que alcanza las veinte páginas. Barezzi hace un trabajo extraordinario de traducción aportando un gran número de notas explicativas y glosas en los márgenes. Se debe notar que ese tipo de portada es una constante en las traducciones de Barezzi, quien también traduce el *Lazarillo* (1626) y *La vida de la pícara Justina* (1628) y las publica con portadas casi idénticas a las del *Guzmán*. En las portadas de las tres obras la palabra de mayor peso es Pícaro, Picara y Picariglio, respectivamente, y el nombre del autor pasa a un segundo plano, incluso por debajo del nombre del traductor como en el caso de Úbeda.



Imagen 2.11 Portadas de algunos de los textos de Barezzi.²⁴

²⁴ La primera portada es la de la edición de 1606 que hemos reportado anteriormente. La segunda portada es de la traducción de *La Pícaro Justina* atribuida a Francisco López de Úbeda, una versión

Las portadas de Barezzi indican algo que las traducciones posteriores terminarán por confirmar, y es que el nombre de Alemán comienza a diluirse desde lo bibliográfico una vez el texto sale al mercado europeo, siendo sobrepasado por la etiqueta genérica que define a su personaje: *El pícaro*. En la traducción francesa de 1619 realizada por el académico Jean Chapelain, desaparece totalmente el nombre de Alemán y permanece sólo el del traductor (Collas 502). Además de esto Chapelain cambia el título de la primera parte por *Le Gueux ou la Vie de Guzman d'Alfarache, Image de la vie humaine*, y el de la segunda, que publica en 1620, por *Le Voleur ou la vie de Guzman d'Alfarache, portraict du temps et miroir de la vie humaine*. En la portada de *Le Voleur* sin embargo sí aparece el nombre de Alemán y se subraya que es su primer y verdadero autor siguiendo la forma en que lo había hecho la edición de Cormellas que comentamos anteriormente (ver Imagen 2.13). Tanto la diferencia en el título como en la ausencia del nombre del autor en la primera parte permanece igual en las siguientes re-ediciones de esta traducción: 1630, 1632, 1633, 1638, 1639 y 1645, en todas las dos partes se publican en volúmenes separados (Collas 502-503). El traductor sin duda consideraba las partes como obras separadas, consecutivas pero diferentes, y no como partes de un todo tal como era la voluntad explícita de Alemán. Asimismo la diferencia en el título muestra que en la interpretación de Chapelain se entiende una evolución del Guzmán-personaje de la primera parte al de la segunda, una evolución que coincide con la historia de publicación del texto. También demuestra que el traductor podía si así lo quería modificar la obra en cuestión en violación clara de la autoría de Alemán²⁵.

digital se puede consultar en: <https://books.google.com/books?id=AhpEAAAACAAJ>. La tercera es su traducción del Lazarillo, que titula *Il Picariglio Castigliano*, una versión digital se puede encontrar en: <https://books.google.com/books?id=4chcAAAACAAJ>.

²⁵ La cuestión de la traducción de textos en el siglo XVI es de fundamental importancia y ha sido estudiada extensivamente, recomendamos al lector interesado consultar el fundacional trabajo de Dale B.J. Randall, *The Golden Tapestry*, que se centra en la traducción al inglés de textos de ficción no caballeresca. Si bien, el traductor, como autor secundario de la obra es un punto de enfoque que sería pertinente para nuestro estudio, lo principal aquí es ver que sucede con la autoría de Alemán desde el punto de vista bibliográfico.

Además de ello, el hecho de que la primera parte no tuviera el nombre del autor en la portada y la segunda sí implica que la relevancia del nombre no residía en su marca de autor. De tal suerte que la autoría de Alemán, su nombre como tal, no es un paratexto fundamental en la traducción francesa ni en la italiana. Caso contrario es el de la etiqueta pícaro, que si bien en la edición francesa se desdobra en dos versiones, mendigo y ladrón, termina por ser el principal paratexto de la obra:

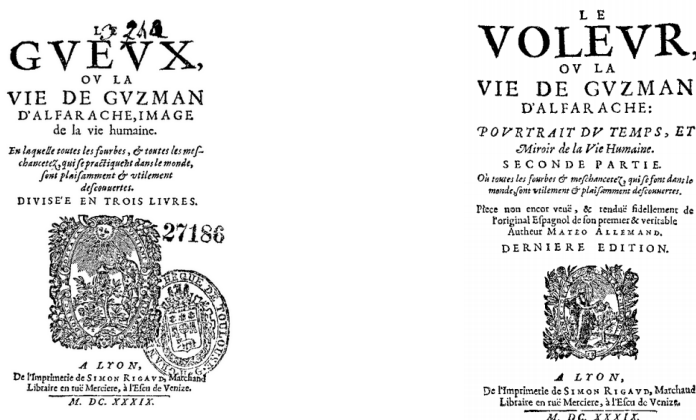


Imagen 2.12 Portadas de las ediciones de 1639. Lyon: Simon Rigaud²⁶.

Lo anterior muestra que en la circulación europea de la obra la tensión entre lo que Alemán quería con su obra y cómo el mercado la vende y la consume es mucho menos simétrica que en el mercado español. En la circunscripción española Alemán puede débilmente controlar y hacer contrapeso, pero una vez fuera de los reinos el autor tiene cada vez menos fuerza y la balanza se inclina hacia lo que el mercado quiere. Esta tensión se materializa en la fractura que comparten los dos títulos de Chapelain: *Le Gueux ou la Vie de Guzman*, *Le Voleur ou la Vie de Guzman*, en suma: el *Pícaro* o *La vida de Guzmán*. Y como se puede ver de manera gráfica en las portadas de arriba, en esta fractura el peso mayor lo tiene la etiqueta genérica.

²⁶Las versiones digitalizadas de las ediciones de 1639 impresas en Lyon, se pueden encontrar en: <http://tolosana.univ-toulouse.fr/notice/130947636> y <http://tolosana.univ-toulouse.fr/notice/130946869>.

Esta misma fractura se presentará en las primeras ediciones inglesas traducidas famosamente por el hispanista James Mabbe basándose en las de Chapelain y Barezzi (Bjornson 200) . El título de Mabbe, quien traduce bajo el seudónimo de Diego Puedeser, es *The Rogue: or the Life of Guzman de Alfarache*. Los dos puntos después de *Rogue* convierten al título original de la obra en un subtítulo explicativo cerrando el camino emprendido por la traducción francesa y señalando que el libro es *El pícaro* como se le conocía popularmente muy a pesar de la voluntad de su autor.

Mabbe habría conocido la obra de Alemán en España donde residió de 1611 a 1616 al servicio del embajador John Digby²⁷. En esta misma estancia, el oxoniense conoce el *Tesoro de la Lengua Castellana* de Covarrubias publicado en 1611 el cual usa en extenso en las numerosísimas notas a su traducción de la obra de Alemán (Guardia Massó 60). Una vez en Inglaterra Mabbe emprende la traducción del Guzmán por encargo su amigo, el editor Edward Blount. La primera edición sale al mercado en 1622: “*The Rogue* irrumpe en Inglaterra con éxito clamoroso. En 1654, treinta y cuatro años después de la primera edición, se publicaba por cuarta vez. Si comparamos la suerte del First Folio de Shakespeare con la del TR. –la segunda edición del First Folio necesitó 50 años de gestación– la balanza se inclina a favor del segundo.” (Guardia Massó 58). Esta cuarta edición de 1654 además añadía la traducción de Mabbe de la *Celestina* y tendría que haber sido muy exitosa pues en 1655 se publica una nueva edición:

²⁷ Los detalles de este viaje así como las pruebas documentales del mismo han sido estudiadas en extenso en la tesis doctoral de Guardia Massó, *James Mabbe, eminente hispanista oxoniense del Siglo XVII: personalidad literaria*. El trabajo de Randall que hemos citado en la nota anterior también estudia en detalle los trabajos de Mabbe. Finalmente el lector interesado en el trabajo de Mabbe y en una lectura moderna del mismo puede consultar los dos trabajos de Yamamoto-Wilson citados en la bibliografía.

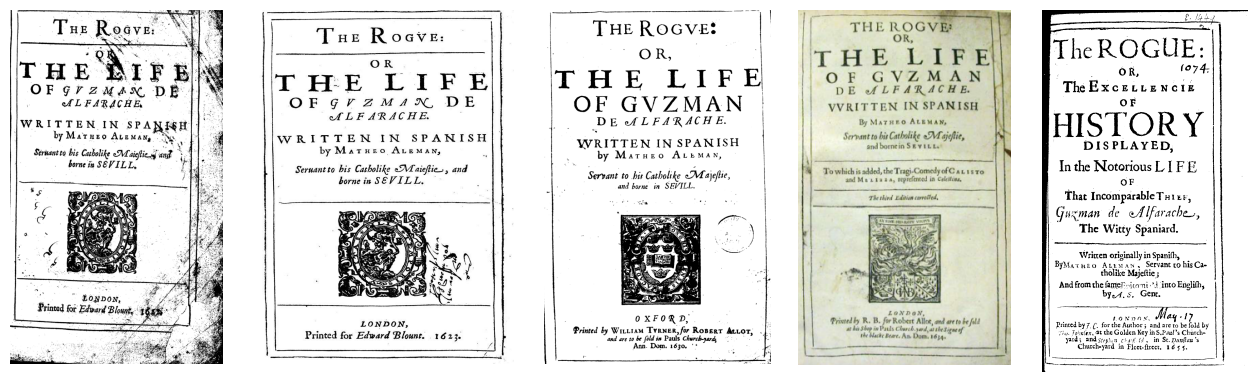


Imagen 2.13 Portadas de las traducciones de Mabbe.

Contrario al caso francés las portadas de Mabbe contenían claramente el nombre de Alemán pero además sumaban la explicación: “written in spanish”. Este subtítulo precede el nombre del sevillano y está presente en las cuatro versiones de la traducción de Mabbe en el siglo XVI (ver imagen 2-14). El oxoniense era un hispanista, conocía la cultura española de primera mano y su interés por la traducción del libro más popular del momento no era sólo el de capitalizar un éxito extranjero. Prueba de ello son las notas de su traducción que, como demuestra meticulosamente Guardia Massó, doblan en número las que ya había hecho Barezzi y que se centran en acercar la cultura española al lector inglés (59). El subtítulo que se anteponía al nombre del autor daba justamente relevancia a la procedencia del libro, y más que su autor, un desconocido para el lector inglés, se vendía la procedencia del texto. Yakamoto-Wilson en un trabajo en el que estudia la crítica reciente sobre la obra de Mabbe concluye agudamente:

His greatest achievement, though, lies in taking the Catholic, Spanish ‘other’ and presenting him or her in a way that would be both recognizable and familiar to his contemporaries, while at the same time maintaining awareness of that essential otherness that characterizes successful translation. What may appear to the modern reader as a form of cultural transposition – an Englishing not merely of the text, but of the context and atmosphere of the original works – can be broadly reconciled with the paradigms of translation theory, and Mabbe can be exonerated from the charge of acculturation not merely (as Round suggests)

because he is distanced from us by the passage of time, but because of the way in which he exploits seventeenth-century conventions of textual masking. (“Mabbe’s Maybes” 322)

Lo anterior no quiere decir que el gran éxito de Guzmán en Inglaterra dependiera sólo de presentarle al público inglés la cultura española. No, de hecho en Inglaterra había un mercado excelente para las narrativas del pícaro. A lo largo de la segunda parte del siglo XVI se había desarrollado un rico corpus de *rogue pamphleteers*, pliegos de pícaros, que si bien comportaba diferencias de enfoque con las narrativas de los pícaros españoles, compartía con estos su principal elemento: la figura social del hombre mendicante y ladrón, producto de unas condiciones sociales particulares (García-Fernandez 3). Gilbert Walker, Thomas Harman, Robert Green, Thomas Dickker o Samuel Rid, son algunos de los autores que publicaron *rogue pamphlets*, y que crearon un tipo de literatura que se consumió ampliamente en el mercado inglés (García-Fernández 60). Mabbe presentaba una historia que tendría un público listo para recibirla siempre y cuando el proceso de traducción acercara el texto al mercado inglés. Este acercamiento como demuestra Yakamoto-Wilson es un proceso complejo de reescritura: “The Rogue is not simply the *Guzmán* in English dress” (“Guzmán de Alfarache” 154). Mabbe añadía y reescribía, modificando allí y allá lo que le parecía y en ello claro creaba una nueva obra en la que la autoría de Alemán funcionaba casi como un palimpsesto.

La traducción de Mabbe es tan exitosa que la palabra *Guzmán* se vuelve sinónimo de *rogue*, y la *gusmanry* un sinónimo de *roguey* (Garrido Ardila *Novela* 164). El mercado inglés estaba listo para recibir la vida de un pícaro, y recibe uno que le servirá como modelo. Sin embargo, debemos insistir en que el mercado inglés tiende a señalar la procedencia del pícaro como un elemento diferenciador importante del personaje, eso lo señala el “written in spanish” de la portada así como las notas del texto. Siguiendo este modelo Guzmanezco se producen una serie de continuaciones, re-escrituras e imitaciones como: *Lavernae, or the Spanish Gypsy* (1650), *Guzman, Hinde and Hannam Outstript* (1657), *A*

Scourge for a Den of Thieves (1659), *English Gusman* (1652), *French Rogue* (1672), *The Dutch Rogue, or Guzman of Amsterdami* (1683), *Teague O'Divelly, or the Irish Rogue* (1690), *Roger Boyle's Gusman* (1669) y *Thomas Duffet's The Spanish Rogue* (1672-73) (Randall 183-184, 191-192). Como señalan los títulos de estos textos, en Inglaterra se genera un segmento del mercado del texto en el que el elemento picaresco se une al nacional creando así una nueva categoría de consumo. Es una tipificación del pícaro que ya no es sólo eso, como lo fue en Italia y en Francia, sino que ahora es el pícaro español, inglés o holandés, y que termina pues por alejar más aún la autoría de Alemán de su obra. De su obra, al inglés sólo se traduce el Guzmán, en cambio como hemos señalado la traducción de Mabbe sí impulsa la traducción de la *Celestina*, las *Novelas Ejemplares* de Cervantes y el *Buscón* entre otros. Resultado de lo anterior es que en el siglo XVIII el libro de Alemán ya se conoce por otro nombre: *The Spanish Rogue*. En este título demuestra que a la larga en ese momento el consumo del texto y su interpretación lo regía la visión del traductor Mabbe y no la de Alemán.

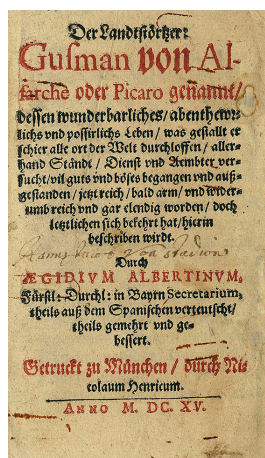


Imagen 2.14 Albertinus, Aegidius. *Der Landstörtzer Gusman von Alfarche*. Munich: N. Henricum, 1615.²⁸

²⁸ Una versión digitalizada se puede encontrar en:
<https://books.google.com/books?id=euVBAQAAMAAJ>

El caso más radical de apropiación textual y en el que Alemán pierde total control sobre su personaje y obra es el caso alemán. En 1615, el prolífico jesuita Aegedius Albertinus publica en Munich su *Der Landstörtzer Gusman von Alfarche*. Es una versión difícil de categorizar como traducción o adaptación, aunque el autor así lo declare en su portada (ver imagen 2.15). Albertinus reconstruye totalmente la novela dividiéndola en dos secciones, la primera se basa en la *Primera parte* de Alemán, en el apócrifo de Luján y su propia imaginación, la segunda es una creación suya en la que Guzmán viaja a Alemania, Suiza y Austria. El libro tiene un gran éxito en Alemania donde es impreso cinco veces más en un lapso de siete años (Bjornson 131). En esta versión del Guzmán lo único que permanece es el nombre del personaje, su carácter de pícaro, y las anécdotas. Desaparece mayormente la digresión de Alemán la cual es reemplazada por la de Albertinus (Tillman 132). Del mismo modo desaparece cualquier referencia al nombre de Alemán y todos los paratextos y dedicatorias del texto original. Este es el único caso europeo en que estos elementos no están presentes, incluso en el caso francés en el que el nombre de Alemán desaparece del texto, las dedicatorias del mismo al lector discreto y al vulgo se habían conservado. El texto original funciona como materia prima pero la obra es realmente un obra distinta. Y si bien es el caso más extremo de las traducciones es bastante representativo de lo que sucede con el Guzmán en el mercado europeo, permanece lo genérico, desaparece lo autorial.

El resultado del periplo europeo del Guzmán es pues la dilución de su autoría. El hecho de que la publicación del Guzmán impulse y suceda en paralelo de otras obras picarescas es ya un buen indicador de que el consumo que regía la obra era el género y no el autor. El hecho de que ninguna otra obra de Alemán se tradujera, en particular el *San Antonio* que había gozado de cierto éxito en el mercado español bien señala que en el mercado transnacional la etiqueta autor no regía la producción y distribución del texto. Lo anterior podría parecer previsible, pues si en el mercado español la autoría no regía el consumo, mucho menos sería así en el mercado europeo. Sin embargo

sorprende que la etiqueta genérica en cambio si pudiera traspasar las fronteras del mercado. Como lo demuestran los casos que hemos descrito en este aparte, la traducción del texto de Alemán, no era un proceso tan sólo lingüístico sino que implicaba una traducción sociológica. Es decir que en la traducción el tipo social que era el pícaro se debía adaptar al mercado al que llegaba. Esto es fundamental pues si bien la etiqueta genérica rige la producción del texto en los otros mercados esta no permanece estática. El roque de Mabbe, no es el pícaro de Alemán, y mucho menos el de Albertinus. Este proceso de transculturación del género implica que la estructura genérica era mucho más flexible y maleable que la autoría y por ello podía traspasar la frontera nacional sin mayores inconvenientes. Es decir, las estructuras literarias como el pícaro, y la novela picaresca, podían ser transculturadas y consumidas en distintos mercados, la autoría no.

Alemán sin duda da grandes pasos en la construcción y la consolidación de su autoría, y con ello de *el autor*, pero para el principio del siglo XVII el autor no es un producto de consumo primordial en el *printspace*. Quizás sea la aceptación de este hecho la que lo lleva a irse al Nuevo Mundo. Alemán intenta crear un tipo de autoría en el que el autor es tanto escritor como impresor, en donde lo bibliográfico y lo tipográfico coinciden y el libro es un objeto de arte en sí mismo. Pero el mercado le niega esta posibilidad. Es posible que en la utopía ortográfica que representa su periplo americano Alemán intentase moverse fuera del centro del *printspace*, moverse a una parcela marginada del espacio en el que hubiera menos paradigmas establecidos y más paradigmas por establecer. Sin embargo el tono de resignación de las citas con la que abrimos este capítulo no parece indicar esto, sino más bien la resignación de un proyecto que dio frutos a medias. Bien es cierto que Alemán defiende su autoría y le gana la batalla al apócrifo pero también es cierto que su concepción del producto artístico y del autor como impresor y escritor, como humanista que publica no gana la batalla.

Esta debilidad de la autoría como producto del mercado del libro queda de mejor manera ejemplificada en el hecho de que muy a pesar de Alemán, se publican dos terceras partes de la vida del Guzmán. Una en Alemania que es más bien una extensión de la versión del Guzmán de Albertinus y por lo mismo menos interesante para nuestra reflexión pues éste texto era ya una versión nueva del *Guzmán* así como una continuación. Y una segunda, en manuscrito y sin copia impresa, o noticia de una, escrita por Félix Machado da Silva, Marqués de Montebelo, mucho más interesante para nosotros pues pertenece al mercado donde la autoría de Alemán tenía mayor inferencia. Esta *Tercera Parte* fue publicada/impresa por primera vez, al menos eso creemos, en 1927 en la *Revue Hispanique* (LXIX, 1-327) por Gerard Moldenhauer. Del manuscrito es poco lo conocemos, ni siquiera su fecha de composición. Sin embargo, teniendo en cuenta que el Machado da Silva nace en 1595, es claro que la batalla por la autoría del Guzmán ya se había dado y que el texto tendría que haber sido escrito bastante después del éxito de la *Segunda Parte*. Este ejemplo indica que pesar del esfuerzo de Alemán, a pesar de su batalla autorial, la composición de una Tercera Parte todavía se consideraba una opción legítima. Para corroborar lo anterior, se debe tener en cuenta además que Machado da Silva gozaba de la amistad de Lope y que su manuscrito ha sobrevivido hasta hoy (Barbieri 204). Lo cual implica que este manuscrito, si bien no impreso, tendría que haber circulado mínimamente y que su autor no era un total advenedizo en el mundo de las letras. Es decir que a pesar de todo, a pesar de que hoy sí consideremos el texto de Luján como un apócrifo, como un robo, a pesar de que Alemán sea parte indiscutible del canon de las letras españolas, a pesar de que Alemán es ahora sin duda un Autor, a pesar de su esfuerzo y su batalla, en el Siglo de Oro la propiedad que su firma ejercía sobre el Guzmán no era absoluta y su obra se podía desligar de su nombre.

La Autoría entonces no es un elemento necesario del texto, es una creación del mercado del texto, es un constructo cultural que se gana una vez se viola y una vez se protege. Es una creación

textual que vive en un espacio de comercio determinado y en una estructura de intercambio cultural particular, creación que se conquista poco a poco en una colaboración espontánea entre la posición intelectual del creador, las demandas comerciales, las limitaciones materiales y las capacidades de un sistema legal. Es justamente en la intersección entre estos elementos en donde Alemán logra desarrollar su obra y donde da la batalla por su autoría.

CAPÍTULO III: DON JUAN CAMBIA DE AUTOR

I. Introducción

Cristóbal Suárez de Figueroa, nacido en Valladolid, hijo de un modesto abogado gallego, doctorado en derecho, jurista en Nápoles, diplomático de la corona en Lecce, perseguido por la inquisición, y muerto misteriosamente en Italia cuando trabajaba para el Duque de Alba fue un prolífico autor, traductor, cronista y poeta del Siglo de Oro. Como tantos otros nombres de su tiempo, gozó de muchísimo reconocimiento en su momento y a pesar de ello hoy apenas se le conoce (Suárez Figaredo, *Cervantes, Figueroa*). Actualmente Suárez de Figueroa es tristemente célebre por ser una hipótesis fallida. Algunos lo consideran como el posible autor que escribió el *Quijote* apócrifo, el verdadero Avellaneda (Suárez Figaredo, *Cervantes, Figueroa*). Sin embargo, tal como sucede con Luján de Sayavedra, la identidad de Avellaneda supone un problema de muy difícil solución; y la hipotética autoría de Suárez de Figueroa no tiene una gran respaldo crítico. Aquellos que defienden la autoría de Suárez de Figueroa arguyen que su posición crítica frente a la vida y costumbres de la España aurisecular coincide con aquella que Avellaneda demuestra en su apócrifo.

En 1617, Suárez publica el libro *El pasajero*, impreso en el taller de Luis Sánchez. El texto es un diálogo que sostienen cuatro personajes que van de Madrid a Barcelona con rumbo a embarcarse a Italia. Los cuatro hombres se le presentan al lector como los representantes de cada una de sus profesiones: Orífice, Militar, Profesor en Artes y Teología, y Doctor. De tal modo, el texto expone el ethos de cuatro secciones de la sociedad española aurisecular y de cuatro tipos sociales. La estructura narrativa del texto la componen diez capítulos que se titulan Alivios y en los que en cada uno de los personajes presenta un problema que es aliviado por el diálogo con los demás. El doctor, en quien el

mismo Suárez de Figueroa se desdobra, es el humanista y tiene la voz con mayor autoridad, es él quien da conclusión a todos los problemas planteados.

Don Luis, el soldado, viaja a Nápoles donde pretende una carrera militar, representa al hombre de acción y manifiesta dos frustraciones que tiene:

DON LUIS: (...) Dos cosas no aparto de la memoria, en que tengo depositado mi gusto: componer un libro y hacer una comedia. A uno y a otro me apliqué muchas veces, y todas me quedé atrás, sin poder pasar adelante. Deseo me digáis si es posible salir con mi intento, y qué orden tengo de guardar cuando volviere a mi porfía. (69)

Las aspiraciones literarias de Don Luis merecen alivios separados y el autor se detiene largamente en su solución. Un alivio se le dedica a la “composición” del libro, otro a la “hechura” de la comedia pues son dos procesos diferentes y por ende merecen dos narrativas distintas. En el Alivio II se resuelve el primer problema: la composición del libro. Allí la dificultad reside en la escritura misma y no en la publicación de la obra, pues este es un proceso que el Doctor despacha como trivial. La publicación es un mecanismo al que todos pueden acceder, que no supone ninguna pericia, la dificultad radica aquí en la “buena” escritura:

DON LUIS. Riguroso estáis conmigo, y parece ponéis cuidado en oponeros a lo en que os manifiesto tengo delectación. **¿Es posible ha de ser sólo para mí difícil lo que es tan fácil para todos?** ¿Por ventura hállase ya quien no tenga sobra de talento para componer muchos volúmenes, cuanto más uno? Apenas hay dineros para comprar tantos como se publican todos los días, ¿y queréis sea yo solo el inhábil, el incapaz?

DOCTOR. Decís bien; mas es de considerar no ser legítimos los más de éstos, sino bastardos: no partos buenos, sino abortos. ¿Acaso juzgaréis por verdadero capitán al que no hubiere sido soldado, por buen piloto al que nunca hubiese entrado en la mar, o cuadraríale bien al maestro su grado si careciese de estudios? Así, pues, no merecerán nombre de libros

los en que no precedieren ciencia, erudición, experiencia, moralidad y lo demás que los puede hacer perfectos¹. (70)

El alivio pues sirve como excusa para presentar una crítica sobre la escritura de libros. El axioma principal de Suárez de Figueroa es que para componer un buen libro se debe haber leído mucho y viajado mucho. Esta poética compositiva coincide muy bien con el presupuesto humanista que ya hemos evidenciado en Alemán. La autoría, la verdadera autoría, la legítima no la bastarda, radica en la calidad de lo publicado. Y sin embargo la calidad de lo escrito no reside en que el texto sea su propia y exclusiva creación. El doctor aconseja a Don Luis la introducción directa de poemas ajenos en su texto como técnica perfectamente válida de composición, basta con que la obra contenga algo de contenido propio y bueno, acrecentarla con contenidos ajenos no sólo es aceptado sino deseable (90). Es decir que la autoría en el libro para Suárez de Figueroa no reside en su originalidad. La inserción de pasajes ajenos es el resultado del viaje intelectual de su autor. La capacidad de copiar y pegar los diversos pasajes de ese viaje intelectual es lo que garantiza la calidad del libro. La destreza en recolectar esos pasajes es donde reside la autoría, la capacidad de organizar y entramar discursos y textos que lo preceden es lo que caracteriza al buen autor.

Además de esto, Suárez de Figueroa identifica las diferentes tendencias de la época haciendo una detallada crítica de las “novelas de uso” y las buenas novelas. Las primeras: “ciertas patrañas o consejas propias del brasero en tiempo de frío, que, en suma, vienen a ser unas bien compuestas fábulas, unas artificiosas mentiras” (72). Las segundas, “Las novelas, tomadas con el rigor que se debe, es una composición ingeniosísima, cuyo ejemplo obliga a imitación o escarmiento. No ha de ser simple ni desnuda, sino mañosa y vestida de sentencias, documentos y todo lo demás que puede ministrar la prudente filosofía”(72). Es realmente un crítica de mucho valor porque abarca el

¹ La negrilla es mía.

problema de la creación textual evidenciando que para ese momento ya se identificaba a las novelas como un tipo de género literario cuya naturaleza era definida, o limitada, por la plataforma de publicación. La base de toda esta postura es la imprenta que indirectamente se critica por su fácil acceso, pero que también se respalda pues es allí donde el *humanista*, el verdadero autor, puede hacer conocer su obra.

En el Alivio III trata el caso de la comedia, que es el que nos interesa en este capítulo y es radicalmente distinto al anterior. El libro *se compone*, término que implica crear pero también imprimir. La comedia *se hace*, no se escribe ni se imprime, se hace, es un hecho no un objeto. Es así pues que los procesos de publicación de los libros y las comedias se presentan con un nivel de dificultad opuesto. En el caso del libro lo fácil era el camino del manuscrito al impreso, allí el Doctor no aconseja nada a don Luís, ni siquiera nombra los procesos legales, los omite. Lo difícil allí, el lugar donde residía el *ingenio* era en la escritura. En el caso de la comedia la dificultad es inversa. Don Luís despacha rápidamente la escritura de la comedia como un problema menor, una variación ingeniosa de una muy común fábula: “Lo que pienso hacer es seguir las pisadas de los cuyas representaciones adquirieron aplauso, escríbanse como se escribiere” (99).

El desarrollo creativo es una variación de fórmulas preconcebidas, de estructuras narratológicas y dramáticas, de fábulas y de personajes tipo. Es una clara crítica a la Comedia nueva y a sus presupuestos teóricos, pero sobre todo a su popularidad. Sin embargo, lo que sucede con la escritura no sucede con la publicación de la comedia. Si en el caso del libro se da por descontado el salto de la escritura a la impresión, en el teatro la pregunta por la publicación es fundamental: “DOCTOR: (...) Demos, pues, que ya esta comedia se halla escrita, con arte o sin él: ¿qué forma observaréis para que consiga su fin, que es el de la representación?” (101). La respuesta reside no en un proceso legal y comercial como lo sería en el caso del libro sino que depende de la voluntad de una persona: *el autor de comedias*.

DON LUIS. ¿También querréis dificultarme cosa tan fácil? Haré llamar un **autor** de los mejores que hubiere en la Corte y darele a entender el trabajo y estudio que gasté en la presente comedia. Acometeréle con algunos asomos de lisonja; que hasta con semejantes será importante medio para negociar bien. Alabarele su compañía. Direle cuán bien recibida se halla, y por éste y otros caminos iré disponiendo su voluntad. Antes de desenvainar el papel significaré lo que confío de su buen juicio y conocimiento, causa de haberme determinado a darle este primer trabajo, este amado y único hijo de mi entendimiento². (101)

El fin de la comedia no era la publicación impresa, era la representación y esa diferencia con el libro, quizás obvia una vez planteada, es la que hace que en el Siglo de Oro el término *autor de comedias* no se refiera al escritor, sino al director/productor de la obra. Aquí es donde el contrapunto que ha hecho Suárez de Figueroa se vuelve muy interesante. La impresión del libro es un proceso menor frente a la escritura del mismo. No así para la comedia, la escritura es un paso inicial pero no es el objeto final. Una vez escrita, la comedia debe ser aprobada y representada por un *autor de comedias*. La comedia es un producto cuya naturaleza oral y performativa la hacían dependiente de una estructura compleja de sistemas cuyo núcleo son las compañías teatrales, las que su vez están reguladas por los entes locales de control. Los corrales, lugar donde la comedia realmente se materializa, es un espacio de la ciudad aurisecular que está sujeto al control de las instituciones que dirigen lo público, no sólo a nivel de censura sino a nivel de urbanismo³. El teatro es un medio realmente separado al de la novela y en la que el texto es un componente pero no un fin. En este canal la autoría no podía funcionar de la misma manera que lo hacía en el libro. De tal modo el vallisoletano deja planteado

² La negrilla es mía.

³ Varey y Shergold en su detallado estudio *Los arriendos de los corrales de comedias de Madrid, 1587-1719* describen los procesos de control sobre los corrales no sólo a nivel urbanístico sino también financiero. En el caso de Madrid por ejemplo, tanto el Consejo Real como el Ayuntamiento de la ciudad ejercían un control estricto sobre los corrales, sus ingresos y su locación dentro de la ciudad, así como la distribución espacial del corral mismo y el pago de salarios a ciertas posiciones dentro de la compañía.

cómo el hacer comedias era un oficio compartido entre el poeta cómico (escritor) y el *autor de comedias* (director de la compañía), un autoría múltiple si se quiere.

El ejemplo anterior es un tanto obvio para quien ha estudiado el teatro del Siglo de Oro. Las autorías de las comedias y las novelas, son de naturaleza distinta. Sin embargo, nos hemos tomado el tiempo y hemos usado el ejemplo de Suárez para que se vea de manera casi plástica que son dos canales de distribución distintos, pues estudiamos de la misma manera a las autorías de comedias y a las de las novelas, más aún estudiamos a los escritores de comedias como autores de textos impresos. El hecho de que hoy consideremos a los grandes cómicos del Siglo de Oro como Autores y que en cambio apenas estudiemos a los *autores de comedias*, tiene que ya señalarnos que leemos las autorías de las comedias como productos puramente textuales a pesar de que en efecto no lo eran. El objetivo de este capítulo es analizar la autoría de las comedias sin asumir que su autor es el escritor o que son un producto puramente textual. Intentaremos dar una estructura autorial que coincida con la realidad del contexto de producción de las comedias, en nuestros términos intentaremos definir lo que es una autoría en el teatro entendido este como un canal dentro del *Printspace*. Comenzaremos por tratar de describir de la mejor manera posible el rol del *autor de comedias* y su papel en la compañía teatral aurisecular.

II. Autores de comedias

Al final del siglo XVI la función de la dirección y la producción de obras de teatro comienza a definirse separándose de la de la escritura de obras y recayendo en una sola persona, el *autor de comedias*. Esta persona se vuelve un tipo funcional determinado en la industria teatral:

Como es sabido las tareas que desempeñaba dentro de la compañía se resumen del modo siguiente: era el director (y en muchos casos también el fundador) de la compañía.

Contrataba a cada uno de los miembros y se preocupa de su sustento. Componía el

repertorio, estudiaba las piezas juntamente con los actores en los ensayos, decidía sobre la utilización de los requisitos y de la maquinaria escénica. Regulaba las finanzas de la compañía, recogía el dinero y pagaba a los miembros de la misma. (González 129)

Es en los años setenta del 1500 que la denominación *autor de comedias* comienza a usarse y se estandariza en su persona una serie de funcionalidades y responsabilidades (Ojeda 294).

Anteriormente las funciones que el *autor de comedias* desempeñaba se repartían entre los miembros de una compañía y el cómo variaba de compañía a compañía. Este proceso de estandarización de las funciones coincide con un momento de profesionalización del teatro español (García Reidy, *Musas ramera*s 75). El autor de comedias, el corral y la compañía se vuelven componentes clave de la realidad española, puntos de encuentro de la ciudad, lugares de distribución de la información y promotores de la reflexión sobre la realidad compartida (García Reidy, *Musas ramera*s 78). Esta estandarización en las funciones de dirección y producción, así como de los espacios de producción y consumo, va de la mano de una estandarización en la figura del escritor de comedias. Hasta los setenta la labor de escritura de comedias recae mayormente en alguno de los miembros de la compañía (Ojeda 295). Durante los primeros tres cuartos del siglo XVI, son aislados los casos de comedias famosas con una autoría clara e independiente de la compañía que las representaba (Campana 41). En los primeros tres cuartos del siglo XVI la escritura de comedias no se separaba de la representación de la misma, de hecho la primera se supeditaba a la segunda (García Reidy, *Musas ramera*s 79). Es decir que antes de la década de los setenta del siglo XVI, la autoría de una obra de teatro era casi exclusiva del *autor de comedias* y no del escritor, pero una vez el teatro comienza a profesionalizarse tanto el *autor de comedias* como el escritor de comedias asimismo comienzan a volverse oficios y funciones diferenciadas.

Debemos hacer una salvedad que será fundamental más adelante, lo anterior no quiere decir que dentro de las compañías se dejara de escribir, que los *autores de comedia* no escribieran sus textos también o que los poetas cómicos fuesen exclusivamente escritores. De hecho:

en los últimos años del siglo XVI, encontramos algunos casos en los que se presenta una situación intermedia que ayuda a explicar el cambio de un modo a otro de producción de espectáculos. Es decir, en el interior de las agrupaciones teatrales hay uno de los representantes que proporciona las comedias y otros textos dramáticos a sus compañeros, a la vez que se empiezan a buscar o comprar fuera del estricto ámbito de la compañía. (Ojeda Calvo 296)

Las funciones se separan en oficios distintos. A su vez los oficios se profesionalizan pero ello no implica que ambas funciones no pudieran recaer en la misma persona, o que dentro de las compañías se dejara de escribir. Es un proceso de cambio estructural y funcional dentro de las compañías, que estandariza funciones pero no implica que hubiese estructura fija e inmodificable y que la escritura quedase ahora completamente aislada del interior de la compañía. A pesar de ello la separación de la escritura de la producción es un hecho y desarrollo fundamental del teatro español del Siglo de Oro.

Este proceso de cambio estructural y funcional en el teatro aurisecular tiene claras consecuencias sobre el producto cultural. Cuando los *autores de comedias* comienzan a comprar sus textos fuera de sus compañías, las comedias, los textos mismos, se comienzan a convertir en objetos de comercio fuera de su control. Cuando la escritura de los textos les pertenece directamente a las compañías no hay un mercado propiamente establecido de comedias. Sin embargo el surgimiento de un mercado de manuscritos y la consolidación del escritor de comedias como figura externa a la compañía comienzan a crear un mercado paralelo al corral (García Reidy, 79). Es así que lo que anteriormente era un único mercado, un único espacio de comercio, el teatro, se bifurca en dos

espacios de comercio, uno que representa obras, otro que las escribe, las copia y las vende. Esta bifurcación implica necesariamente una fractura en la autoría de las comedias que comienza a repartirse entre el *autor de comedias* y el cómico.

Además, se debe tener en cuenta que:

[L]as prensas españolas del siglo XVI no mostraron mucho interés por el teatro. Durante los reinados de los Reyes Católicos y de Carlos V se registran pocos y peculiares casos de impresiones de textos teatrales: recordaremos las *Églogas* de Juan del Encina publicadas en su *Cancionero* (1496), la *Celestina* (1499), las *Farsas y Églogas* de Lucas Fernández (1514), las *Églogas* de Jiménez de Urrea contenidas en las dos ediciones de su *Cancionero* (1513 y 1516) Y la *Propalladia* de Torres Naharro (impresa en Nápoles en 1517), mientras que es más tardía la impresión del teatro de Sánchez de Badajoz (1552) y de Gil Vicente (1562). Se trataba de obras de diferente inspiración (teatro cortesano, religioso, humanístico...) presentadas en ediciones de muy variada naturaleza, en que las más veces el texto teatral se ofrecía al lector insertado en el corpus de las obras del autor. La impresión de dichos textos se debía a menudo más al interés del mismo comediógrafo o de sus amigos y allegados que a la iniciativa de los tipógrafos. (Campana et al. 41)

De igual manera, los casos de impresiones de comedias de la segunda mitad del siglo XVI, las tragedias de Bermúdez, la *Comedia Metamorfosea* de Romero de Cepeda, y las *Tragedias* de Juan de la Cueva son casos importantes, pero realmente excepcionales y no representan el volumen del teatro representado en el mercado español (Campana et al. 41). Es este hecho el que hace que se genere un mercado de manuscritos de comedias y que el *autor de comedias* mantenga por un tiempo su jerarquía y control sobre el escritor. La impresión de sueltas y partes de comedias comienza en el primer decenio del siglo XVII (Giuliani), así que hasta entonces el manuscrito de una comedia, el guión de la obra, era único y era el objeto último que posibilitaba su representación. Una comedia que era un

éxito en los corrales convertía automáticamente al manuscrito que la contenía en un objeto de indiscutible valor. De este modo las comedias de una compañía eran una parte fundamental de su propiedad tanto material como intelectual, por ello los *autores de comedias* debían ser profundamente cuidadosos con su tenencia. Un comedia de su propiedad, era *su* comedia, la propiedad material del texto implicaba la propiedad intelectual.

Rodríguez López-Vázquez reporta un caso que ejemplifica de excelente manera este hecho. Al dejar la compañía de Alonso Riquelme, el actor Juan de Ribera Vergara respecto a las comedias que había representado allí se comprometía mediante contrato firmado a que “no dará las dichas comedias ni ninguna dellas ni compondrá las historias ni traças dellas ni de otras ningunas que ha visto e viere hacer en la compañía de dicho Alonso Riquelme de aquí adelante, ni las dará a ninguna persona por interés ni fuera del, ansi autores como a otras personas de qualquier condición que sean” (Rodríguez López-Vázquez, “Introducción” 5). Era el *autor de comedias* el que escogía, negociaba y poseía los textos, esas comedias eran su propiedad y por ende de su autoría. Las comedias son de Riquelme en el caso anterior, y eso incluye a los textos y sus variaciones. Es fundamental señalar aquí que como muestra el ejemplo, la propiedad material del texto coincidía con la propiedad textual, y por ende con la autoría. El hecho de que se genere un mercado de manuscritos hace que esta relación de propiedad con el objeto mismo se modifique e implique una pérdida autorial. La reproducción del texto, la copia, desplaza la propiedad material de la intelectual.^[68]

Tal y como demuestra el ejemplo anterior, las comedias se negociaban comúnmente en los contratos que firmaban los *autores de comedias* al acordar un trabajo con un poeta, la conformación de una compañía nueva, el arriendo de ciertos corrales o algún otro trámite. Esta era la única forma de regulación de las comedias, pues no había un aparato legislativo propiamente dicho que controlase la propiedad sobre un texto, sino que las condiciones de propiedad se definían entre particulares, caso

a caso. En estos contratos además se evidencia un atisbo de control sobre propiedad intelectual que sin embargo, no buscaba defender la autoría de un texto como la entendemos hoy, sino la propiedad material de la comedia. La pregunta no era quién escribió la obra sino *quién la poseía*. Es por ello que en este tipo de contratos se ponen las comedias en el mismo plano que todos los otros materiales necesarios para la representación.

En 1610 los autores Baltasar de Pinedo y Pedro de Valdés firman en Madrid un contrato para formar una única compañía junto a su dos esposas, las famosas actrices Juana de Villalba y Jerónima de Burgos (González 131). En el acta se estipulaban las condiciones de la unión, los dos autores se comprometían a aportar sus respectivas licencias, las comedias de sus repertorios y sus vestuarios. “Al acabar la compañía, Valdés y Pinedo venderían las comedias, las ropas y demás objetos que hubieran adquirido en ese tiempo y se repartirían las ganancias a partes iguales” (González 131). Comedias y ropas, en el mismo plano. Escenografía y texto, por igual.

Un ejemplo muy representativo en que se puede ver la evolución del mercado y cómo las comedias se vuelven productos de único valor para las compañías es el de la figura del memorión, hombres que memorizaban las comedias de una compañía para venderlas a otra. Usualmente se entienden como piratas de obras frente a los cuales poco o nada podían hacer las compañías pues no había legislación que regulara el propiedad intelectual de las comedias, sólo la propiedad material. Suárez de Figueroa narra el caso de uno de ellos, Luis Remírez. Es quizás el ejemplo más famoso que tenemos e ilustra de manera excelente el efecto subversivo que el memorión tenía para el mercado teatral:

[H]ijo de nobles padres, y natural de Villaescusa de Haro. Éste toma de memoria una comedia entera de tres veces que la oye, sin discrepar un punto en traza y versos. Aplica el primer día a la disposición; el segundo a la variedad de la composición; y el tercero a la puntualidad de las coplas. Deste modo encomienda a la memoria las comedias que quiere.

En particular tomó así la Dama Boba, el Príncipe Perfeto, y la Arcadia, sin otras. Estando yo oyendo la del Galán de la Membrilla que representaba Sánchez, comenzó este autor a cortar el argumento y a interrumpir el razonado, tan al descubierto, que obligó le preguntasen de qué procedía semejante aceleración y truncamiento; y respondió públicamente, que de estar delante (y señalole) quien en tres días tomaba de memoria cualquier comedia, y que de temor no le usurpase aquélla, la recitaba tan mal. Alborotose con esto el teatro, y pidieron todos hiciese pausa, y en fin hasta que se salió dél Luis Remírez, no hubo remedio de que se pasase adelante. (489)

La anécdota tiene mucho de cierto pues conservamos manuscritos tanto de *La dama boba* como de *El príncipe perfecto* firmados por Luís Remírez de Arellano en los que se declara que eran copias de memoria. Ambos manuscritos y algunos otros supuestos casos de copia han sido analizados por Tronch-Pérez quien señala la dificultad de discernir entre manuscritos copiados a memoria, o manuscritos copiados de otros textos, demostrando que los errores textuales cometidos por los memoriones y por los copistas textuales son indistinguibles en el papel (280). Es por ello que no se puede asegurar qué tan difundida era la figura del memorión en el teatro aurisecular. Podemos afirmar sin embargo que era un fenómeno español, pues no se ha reportado nada similar en otros mercados y que sirve como demostración del valor que tenía el guión de una obra (Tronch-Pérez 280).

La figura del memorión, su carácter subversivo y temido, muestra cómo los *autores* del siglo XVI buscaban conservar la exclusividad de sus obras, a la vez de estar dispuestos a capitalizar en el éxito de otros. El problema radicaba en que, como hemos señalado, la propiedad material de un manuscrito, debido a la laxitud del sistema legal, no implicaba la propiedad intelectual sobre la obra y por ello el memorión podía copiar a gusto. Se debe notar sin embargo como en el reporte de Suárez no hay absolutamente ninguna sanción para Remírez, ni indicio de ningún procedimiento legal en su

contra; el público reacciona, se alborota, pero pareciera más a causa de que la representación se ha visto afectada que por defender a la compañía de la copia de su obra. De hecho, pareciera ser que la copia de memoria de comedias estaba normalizada y el caso de los memoriones fuese una singularidad, cuya magnitud ha sido exagerada por su valor anecdótico, es decir que existían pero no se les consideraba piratas tal y como lo hacemos hoy día.

Dos ejemplos nos sirven como prueba de lo anterior. En la introducción a su *Para Todos: Ejemplos, morales, humanos y divinos* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1632)⁴ Juan Pérez de Montalbán alaba la capacidad de memorizar comedias de Remírez de Arellano:

No hago tabla de los autores que cito y alabo, porque son tantos, que el referirlos más tuviera de embarazo que de divertimento; si bien por mucho cuidado que he puesto en hacer memoria de ellos, será imposible que me deje de olvidar de muchos, porque para encarecerlos a todos, era menester el entendimiento de un ángel y la memoria de don Luis Ramírez, poeta elegante, bizarro y conceptuoso con muchísimo extremo, y de tan rara y prodigiosa memoria, que de oír una o dos veces una comedia, la repite toda entera; cosa que no se ha contado jamás de ningún antiguo, ni moderno. (Job 21)

Se debe tener en cuenta que el padre de Pérez de Montalbán era Alonso Pérez quien fue desde 1617 el editor de las obras de Lope, en particular de sus partes de comedias. De tal modo que si Montalbán tenía a Remírez de Arellano en tan alta estima, su labor de memoriación no podría ser considerada perjudicial, pues si a alguien perjudicase sería justamente a Alonso Pérez quien era el que corría con el riesgo económico de la impresión de las comedias de Lope.

El segundo ejemplo es el caso de Diego Martínez de Mora que reporta Margaret Greer. Se conserva un manuscrito que declara haber sido copiado de memoria por Martínez (108). La obra era

⁴ En el próximo capítulo nos detendremos en este texto con todo detalle. Seguimos la edición modernizada de Job.

El mayor rey de los reyes y habría sido originalmente escrita por Andrés de Claramonte. Contrario al caso de Remírez, en el manuscrito la labor de memorión de Martínez de Mora no se presenta como ilegal y no tenemos documentos que así lo reporten. Al contrario, Martínez de Mora se presenta como *mercader de comedias* (Greer 108). Es un ejemplo fundamental y muy reciente, producto del cuidadoso trabajo de archivo de los investigadores que han instalado el DICAT. Implica que el memorión no se reducía necesariamente a un pirata y que la labor de algún modo estaba normalizada y avalada por los mismos *autores de comedias* que negociaban obras copiadas de memoria.

El caso reportado por Greer junto a las reflexiones de Tronch-Pérez es lo que nos lleva a pensar que la figura del memorión como un pirata tiene un poco de ficción y que ha sido exagerada por la anécdota reportada por Suárez de Figueroa. Sin embargo, lo que sí señala sin ambigüedades el caso de los mercaderes de manuscritos o de los memoriones es que el mercado de guiones de comedias estaba creciendo al final del siglo XVII. Ello implicaría que cada vez más estos manuscritos estarían siendo adquiridos no sólo por los *autores de comedias* sino también por el espectador que querría conservar la copia de la comedia asistida (buen ejemplo de ello es la biblioteca personal de Gondomar). “[F]ue en aquellos años cuando debió de empezar a formarse un público de lectores de manuscritos, de aficionados al espectáculo de los corrales que buscaban los viejos guiones usados por los cómicos, los transcribían, formaban volúmenes manuscritos para su lectura individual, los compraban, los vendían” (Giuliani 26). Ello explicaría el porqué es justamente en este momento que la imprenta comienza a imprimir comedias, al identificar un producto y un mercado posibles.

Es difícil discernir si el hecho de que antes del principio del siglo XVII, las imprentas publicasen un número menor de comedias se debía a la falta de un público que las solicitara o simplemente a que las compañías entonces preferían no vender sus comedias a los impresores en pos de una defensa de su propiedad. Lo que sí podemos asegurar sin duda alguna es que la

impresión de una comedia suponía una pérdida para la compañía que representaba la obra. Una vez impresa la comedia podía ser representada por cualquiera y la exclusividad se perdía totalmente. Es así que la imprenta, como el memorión, es realmente un elemento desestabilizador del sistema teatral español pues mina la propiedad de una comedia y en consecuencia su autoría. Además podemos afirmar que el gran perdedor del comercio de manuscritos, de guiones copiados a memoria y de la impresión de partes de comedias es el *autor de comedias* quien cada vez más comienza a perder propiedad sobre las mismas.

Un buen ejemplo de la interacción entre las copias manuscritas y la imprenta nos lo da justamente Lope, quien en Junio de 1616 demanda a Francisco de Ávila pues éste pretendía imprimir algunas comedias suyas que había comprado en manuscrito al *autor* Baltasar de Pinedo. El caso ha sido analizado en extenso por diversos autores, seguimos las líneas de lo estudiado por Lola González (134). El argumento de Lope es que las comedias habían sido escritas para ser representadas por la compañía de Pinedo y no impresas. En agosto el Consejo falla a favor de Ávila y Pinedo quien sabía de antemano lo que éste pretendía hacer con las comedias. Es decir que según el Consejo de Castilla quien tenía la propiedad de un manuscrito tenía el derecho de imprimirlo si así lo quería, sin importar la opinión del autor. Legalmente el dueño de un manuscrito de comedias poseía el derecho de publicarlo impreso o representado.

Más allá de la discusión legal, este caso además nos muestra que para Pinedo la exclusividad de las obras de Lope ya no tenía un valor comercial y que le convenía más venderlas a de Ávila. Es importante resaltar que nada en el pleito pareciera indicar que Pinedo dejase de representar las comedias una vez vendidas. Teniendo en cuenta que no había regulación en cuanto a la propiedad de lo representado lo que se esperaría es que Pinedo siguiera en efecto representando las comedias de Lope. Es decir que el *autor de comedias* se beneficiaría no sólo por la venta y el dinero que le produjera, sino que la impresión estaría también en su interés y quizás capitalizaría del éxito de las

comedias en las prensas. Este es un caso que ejemplifica de excelente manera cómo la imprenta comienza apropiarse de los éxitos de los corrales. Las comedias pleiteadas por Ávila terminarían en la Parte VII y en la Parte VIII de las comedias de Lope que junto con las otras Partes de la obra de Lope son los documentos que hoy conforman de manera más prominente la mayor autoría de comedias del Siglo de Oro.

Lo que hemos descrito hasta aquí es esta evolución acelerada de una plataforma de intercambio cultural que es la constante del Siglo de Oro. Quien estudia el barroco español se enfrenta a la dificultad de caracterizar contextos culturales en un periodo de acelerado y constante cambio. Este es justamente el caso en el que nos encontramos acá. Como hemos dicho en la década de setenta del siglo XVII se inicia un proceso de bifurcación y estandarización en la producción de comedias. Este doble proceso implica que la comedia comienza a dejar de ser un producto puramente performativo y se comienza a bifurcar en dos productos, uno textual y uno teatral. Esto hace a su vez que la autoría de las comedias pase de ser propiedad del *autor de comedias*, a ser una autoría compartida.

La situación sin embargo se hace mucho más compleja en el momento en que la imprenta comienza a producir partes de comedias:

La aparición de la Parte de comedias en 1604 representó una verdadera revolución que cambió radicalmente las relaciones comerciales y culturales (y, por lo tanto, de poder) que mantenían alrededor de la Comedia y sus textos los espectadores/lectores, los actores, los dramaturgos y los impresores. Porque la Parte es el fruto de una operación que nace fuera de la órbita de control del autor del texto, que incluso transforma al autor en un producto más, tal como sucedió de hecho con el nombre de Lope de Vega, verdadero cebo para los lectores (Giuliani 107-108)

En el trabajo citado, “Las partes de comedias como género editorial”, Giuliani demuestra lo que su título señala que las partes de comedias se convierten rápidamente en un género editorial

propriadamente dicho. Un conjunto de elementos bibliográficos se estandarizan y materializan en estos libros: “la adopción del formato en cuarto, la fijación de una composición específica de la página, el establecimiento del número «canónico» de doce comedias por volumen, la progresiva desaparición de las piezas menores (loas y entremeses), la posterior inclusión de prólogos y dedicatorias, su transformación en desglosable, la ausencia de grabados, su tendencia a producir una progenie «secuencial», con volúmenes marcados por números ordinales y una articulación en colecciones” (Giuliani 28). Las partes de comedias se convierten un producto normalizado del mercado del texto, un género que a su vez define un público específico y un conjunto determinado de expectativas. De este modo dos productos intrínsecamente ligados se consumen de maneras distintas y se distribuyen en mercados distintos. Por un lado la comedia en el corral y por otro lado la comedia impresa en el mercado del libro. Productos paralelos pero cuya relación no se puede obviar pues es de interdependencia, lo cual hace que la autoría en uno de ellos esté mediada por la otra.

La publicación de Partes de comedias es sin duda un potenciador de la difusión del teatro en el Siglo de Oro. Los impresores intentan llevar las comedias a las prensas para capitalizar el éxito de los corrales, apoderarse del mercado de manuscritos de comedias, pero también para llevar las comedias a un número mayor de espectadores. Como indicamos arriba, al establecer un género editorial se define también un público particular. Así lo señala el impresor Angelo Tavanno:

Anda en nuestros tiempos tan desvalida el arte cómica y son tan recibidas las comedias, que, habiendo llegado a mis manos estas doce de Lope de Vega, las quise sacar a luz y comunicarlas con los que, por ocupaciones o por dificultad de no llegar a sus pueblos representantes, dejan de oírlas en los públicos teatros, para que, ya que están privados de lo uno, puedan gozar en lectura lo que le es difícil por otro camino (Giuliani 111)

El problema fundamental es que las partes eran libros organizados alrededor de una autoría. Esto en ningún caso significaba que las obras contenidas fueran necesariamente obras escritas por

un único autor, de hecho, cada vez más parece que muy raras veces lo eran, ya porque el impresor falsamente atribuyera una obra a un autor, ya fuera porque el dueño de una comedia no era necesariamente quien la escribía. El mejor ejemplo de ello nos lo da Tirso de Molina en su dedicatoria introductoria a su *Segunda Parte de Comedias* (Madrid: Francisco de Ávila, 1635)⁵. Allí el mercedario se propone agradecerle a la congregación de Mercaderes de Libros de la Corte su ayuda y les dedica: “doze Comedias, cuatro que son mías, en mi nombre, y en los dueños de las otras ocho (que no sé porque infortunio suyo, siendo hijas de tan ilustres padres las echaron a mis puertas)” (ii). Esta cita ha puesto a la crítica en aprietos durante mucho tiempo, pues si entendemos la autoría en el sentido actual, en el que la pregunta es ¿quién escribió los textos?, la afirmación de Molina se torna muy confusa. Por un lado, el libro es la *Segunda Parte* de sus comedias, es decir hay una clara atribución y afirmación autorial, pero por otro lado ocho de las doce comedias no son suyas, pareciera entonces que el autor se contradice de manera obvia. Sin embargo, si entendemos la autoría en el contexto de la producción del texto, la pregunta es ¿quién es el dueño del texto?, y allí la afirmación de Tirso no supone mayor problema. Los dueños de las comedias se las han cedido a él, y ahora que son suyas, él las publica como propias, pues lo son. No queremos decir acá que no hay problemas en términos de atribución. Los problemas de atribución persisten, Alfredo Rodríguez López-Vásquez los estudia en detalle en su trabajo “Claramonte y la autoría del «Condenado»” y demuestra la participación de otras plumas distintas a la de Tirso en la mayoría de las ocho comedias. Pero esto en el contexto de producción del texto no implica un problema autorial, pues la propiedad material primaba sobre la intelectual.

Justamente por ello es que Tirso agradece de manera tan clara a los mercaderes de libros. Sus Partes de comedias, conforman su obra y por ende su autoría, y estas son un producto del mercado

⁵ Una versión digitalizada se puede encontrar en: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000108161&page=1>

impreso. Al imprimir estas partes centradas en su nombre, la imprenta crea un producto textual, no sólo los libros en sí, sino la autoría de Tirso. Por ello, la gratitud del mercedario es tan relevante:

[A]gradezco por los que deben y no pagan, y luego por mi mismo, el buen pasaje que han hecho a mis papeles, la liberalidad con que han redimido del Argel de la penuria mis trabajos, pues si no costearan sus estampas, murieran balbucientes entra las mantillas de sus cartapacios: y en muestras de que ni como ignorante (que me infamara a confesarlo) desestimo a tan socorridos bienhechores, ni como sabio (que no lo soy tampoco) libro en ingratitudes unas obras (ii)

Más aún, la gratitud del mercedario reside en que los libreros le han dado “los materiales” y lo han “sacado de la idiotez plebeya”, y es a ellos a quien debe su “fama docta”. Agradecer a la Congregación de Mercaderes de Libros su fama, es ligar su nombre, su marca autorial, a la plataforma de comercio. La dedicatoria demuestra de manera explícita cómo las Partes de comedia construían una autoría, sin que ello implicase que el texto contenido fuese creación original del autor en portada. Evidencia también que el mercado de libros crea así un producto que sobrepasa al libro-objeto: la autoría. Las Comedias de Tirso, son un producto en sí asociado a su nombre, más aún su nombre es el producto mismo, ese es su aporte, no necesariamente la escritura. Los mercaderes de libros, los impresores con sus Partes de comedias, crean un género editorial y un producto textual: el Autor de comedias, el gran perdedor en esto es el *autor de comedias*, quien desaparece.

En algunos casos, partes de comedias reportan alguna representación o la compañía de procedencia del manuscrito en el cual se basaban pero en el papel esto es claramente un elemento menor y las más de las veces aislado. En suma, el elemento bibliográfico que centra y organiza las partes es el nombre del autor. Es así que si en el corral la autoría del escritor podía pasar desapercibida, la imprenta en cambio lleva las comedias a todas esas partes donde no había corrales pero las lleva con el nombre de su autor, ya fuese el escritor original o no. Se acaba la performance y

se impone la lectura de las comedias, se da centralidad al escritor y se pierde la autoría del actor y del *autor de comedias* (Giuliani 28).

Debemos señalar que si bien a la larga esta apropiación de la comedia por parte de la imprenta termina haciendo que la autoría compartida de las comedias pase a ser exclusiva del escritor en el impreso, en el Siglo de Oro la figura y la función del *autor de comedias* prevalece. Los corrales siguen siendo el objeto de la comedia y coexisten con las partes de comedia. De ello nos da buena cuenta el texto de Suárez de Figueroa con el que hemos comenzado el capítulo, a quien debe convencer don Luis para la publicación de una comedia es a al autor de comedias no al impresor. De tal modo que si se quiere investigar la difusión y autoría de las comedias en el Siglo de Oro se debe siempre pensar en que el documento que tenemos como material histórico es sólo un lado de una compleja interacción entre dos sistemas de publicación cultural. Dos sistemas que producen obras que solemos entender como equivalentes pero que en realidad son polos de una larga cadena de distribución y producción de narrativas orales y escritas.

Las comedias antes de llegar a la imprenta pasaban por el sistema de publicación que era el corral de comedias. Y es justamente allí donde el investigador debe tener cuidado. Las partes de comedias que tenemos ahora, nuestra principal fuente de comedias, son compendios de obras que han triunfado en las tablas, lo cual quiere decir que probablemente han sido interpretadas y reinterpretadas por una o más compañías. Esas reinterpretaciones y representaciones podían implicar re-escrituras, ediciones, cortes, en fin: ajustes para coincidir con las limitaciones de una compañía dada o un espacio particular. Más aún, como nos demuestra el ejemplo de Lope, la propiedad de los textos que llegaban a la imprenta no era del escritor original sino del poseedor del manuscrito. Esa propiedad no era sólo comercial y física, la obra era suya, podía modificarla, venderla o imprimirla, o incluso cambiarla un poco y firmarla con su nombre, o cambiarla mucho y firmarla con el nombre de un gran autor. Es decir que cuando las comedias llegaban a la imprenta, lo

que llegaba realmente era un versión de una obra. Una posible variante, una posibilidad de comedia. Y es que el corral es flexible y se adapta, el guión siempre se adapta y siempre cambia. La imprenta sin embargo, ya cargada de elementos legales y paratextuales fija la obra y le fija asimismo un único autor. Pero ese proceso de fijación y apropiación no tiene que necesariamente esconder la complejidad del proceso que va del corral a la imprenta, del autor de comedias al impresor.

La impresión de partes de comedia inicia principalmente con las comedias de Lope. Y es siguiendo el patrón de sus primeras partes de comedias que el género propiamente se consolida (Giuliani 25). El caso de Lope es el más raro si bien el más conocido e importante del Siglo de Oro. Lope es ante todo un escritor. No es un *autor de comedias*, ni un actor. Cuando las Partes de Comedias de Lope comienzan a ser impresas en 1604, este ya ha forjado una firma en el mercado del texto. Esto es lo excepcional del caso, Lope es ya una marca en el espacio de comercio del texto antes de que sus comedias se comiencen a imprimir. Tavanno cuyo conocimiento comercial de lo impreso ya hemos señalado en el caso de Mateo Alemán, decide imprimir las partes de comedias de Lope por ello, es decir porque el nombre de Lope es ya reconocible en el mercado del libro no sólo en los corrales. Pero ello no es la norma, los escritores de comedias no eran por lo general, grandes autores de libros. De hecho, el mismo Lope consideraba las comedias como un género menor y a ello se debe su reticencia inicial a su impresión (Giuliani 35). A pesar de ello, dado el grandísimo poder que tiene el nombre de Lope, su caso se vuelve paradigmático y las autorías de los escritores de comedias del siglo XVII se moldean siguiendo el modelo planteado por Lope, así como el género Parte de comedias.

Debemos señalar que una vez el Fénix se apodera de la publicación de sus partes, inicia un proceso de dignificación de las mismas en el que manipula muchas de las convenciones bibliográficas del género:

Así, en primer lugar, renuncia a editar desglosables, interrumpiendo una práctica que se iba afirmando en los talleres por evidentes motivos de orden comercial, práctica indudablemente rentable, pero que, con la ruptura del volumen, rebajaba el valor de los códigos bibliográficos y equiparaba las comedias a otros géneros menores. En segundo lugar, como se ha dicho, abandona definitivamente las loas. También introduce de manera sistemática los prólogos en cada Parte, añadiendo un elemento paratextual que concede al autor un espacio de expresión particularmente necesario en un género como el dramático que por definición no prevé la presencia de la instancia de enunciación del narrador que pueda remitir sin mediaciones al creador de la obra. A la vez, Lope introduce las dedicatorias en cada comedia, cada una destinada a un distinto interlocutor del entorno social, político y literario del Madrid de la época, de manera parecida a lo que estaba ocurriendo con las colecciones de novelas cortas. De esta manera, la comedia para la lectura, ya colocada claramente en el campo literario, es presentable como emblema/sustituto del autor en la estrategia lopesca de construcción de su propia imagen de literato e intelectual. (Giuliani 33)

Este proceso es pues una clara forma de adaptar un producto hecho para el corral a un producto hecho para las librerías, por ello emula las convenciones de los otros textos, por eso omite los elementos más orales y performativos del teatro, las loas. El gran ganador de todo esto es el Autor, Lope, quien ya puede respaldar sus comedias, que se presentan así como un producto puramente textual. Los grandes perdedores son los *autores de comedias* y sus compañías. El cambio de plataforma de publicación de las comedias convierte a las mismas en otro producto distinto, con mecanismos de producción y distribución distintos, y por ende el sintagma organizador del discurso, la marca del producto de comercio, cambia. De la creación colectiva de la compañía dirigida por el *autor de comedias* se pasa la creación individual y a la formación del gran Autor de comedias.

Como hemos señalado el caso de Lope se vuelve paradigma, lo cual infortunadamente implica un falseo pues ha llevado a que se moldeen las otras autorías de los dramaturgos del principio del siglo XVI bajo el modelo lopesco, y este modelo es en realidad singular, único. Como hemos señalado anteriormente, las comedias no llegaban de manera lineal, la versión que llegaba a la imprenta no era, salvo casos expresos, el texto que su primer autor había escrito. Muchas veces el escritor ni siquiera participaba ni aprobaba el proceso de impresión, ni las obras impresas, esto es cierto incluso en el caso de Lope en sus primeras partes. Asimismo la figura del *autor de comedias* persiste en el Siglo de Oro, y ello implica que entender las comedias que hoy conservamos impresas como hijas de un único autor, el escritor, es querer encapsular una autoría múltiple con sólo uno de los extremos del canal de producción. El modelo lopesco, funciona, en un modelo de producción textual posterior en donde el mercado ya ha definido sus productos y la marca autorial, como producto del mercado, coincide claramente con una función autorial en términos discursivos, es decir una autoría en la que hay una obra y un autor. Pero en el teatro del Siglo de Oro, eso parece no sólo no ser la norma sino la excepción.

La autoría teatral en el Siglo de Oro no puede ser asumida como una autoría impresa. De hecho, al investigar una autoría sobre una una comedia aurisecular, lo primero que se debe hacer es notar que la autoría impresa no debe ser la guía de análisis, se debe más bien asumir que hay necesariamente un autoría compartida, que el texto impreso que se tiene de la obra es una versión y no es un texto final y que lo más probable es que se encuentren muchas variantes incluso impresas de esa misma obra. Se debe tener en cuenta que la propiedad sobre el texto que llega a la imprenta es material no intelectual, y que ello implica que las atribuciones autoriales pueden ser múltiples y muy complejas. Lo que intentaremos en los dos siguientes apartes será analizar el caso de la obra *El Burlador de Sevilla y el convidado de piedra*, allí ilustraremos las relaciones de esta obra con su autoría, así como la dificultad bibliográfica que supone. El objetivo es poner a prueba el marco teórico que

hemos construido hasta aquí y mostrar que bajo nuestros presupuestos se pueden resolver problemas críticos que parecen insolubles o cuyas soluciones son parciales. Este modelo de pensamiento implica que debemos presentar necesariamente los documentos que tenemos así como un recuento breve de cómo ha sido construída la autoría desde la crítica. Una vez planteado el problema de este modo podremos por un lado mostrar cómo los presupuestos críticos lineales han generado una construcción autorial particular y problemática, y cómo el mismo campo documental analizado bajo nuestros presupuestos puede generar una construcción autorial no problemática.

III. Don Juan cambia de autor

Dos personajes sobresalen en la literatura en castellano: Don Juan y Don Quijote. No me refiero acá a su valor literario, me refiero a su capital cultural. Son los dos personajes que han generado el mayor volumen de narrativas y textos asociados sobre sí mismos. Son, en términos foucaultianos, unidades de discurso. Don Quijote es el modelo que se suele tomar como arquetipo del antihéroe de la novela. Don Juan es un mito sociocultural que sobrepasa ampliamente a todas sus representaciones y variantes culturales. Un Don Juan es un tipo cultural determinado, un womanizer, un burlador, es un comportamiento social reconocible. Sin embargo, como objetos culturales los dos dones son esencialmente distintos. Don Quijote es completamente específico, es el personaje de la novela de Cervantes. Don Juan es completamente general, es un “mito”, reconocible como metáfora de la seducción tramposa, de la burla, pero no como el personaje de una obra determinada del Siglo de Oro. Al nombre del Quijote se le asocia inmediatamente con el de Cervantes, la relación autorial es clara. Para el Don Juan la relación no es tan inmediata. Hay tantos Don Juanes como obras que lo representan. Y es que los nombres que han escrito una variante del mito son muchos y de suma importancia: Moliere, Corneille, Mozart, Strauss, Byron, Zorrilla, Camus, Espronceda, Bernard Shaw, Pushkin, Tchaikovsky, Bergman, Jan Svankmajer, son sólo algunos de ellos.

Este grandísimo volumen de obras basadas en el mito de Don Juan hace que sea muy atractivo para la crítica literaria intentar anclar al mito a un autor y a un texto, pues en tal anclaje se aumentaría el capital cultural del canon de la literatura española. Tradicionalmente el origen del personaje ha sido atribuido a una obra impresa por Gerónimo Margarit en Barcelona a nombre de Tirso de Molina: *El burlador de Sevilla y convidado de piedra*, con fecha de publicación de 1630 (de aquí en adelante BS1630)⁶. Sin embargo, esa atribución nunca ha sido aceptada de manera contundente por toda la crítica. En particular, en los últimos cuarenta años el meticuloso trabajo de distintos investigadores y de manera especial de Alfredo Rodríguez López-Vázquez ha cuestionado abiertamente la autoría de Tirso sobre dicha comedia y ha mostrado que difícilmente el personaje, Don Juan, sea producto de un único texto. Esto ha creado un cisma en el debate crítico que ahora se centra en una discusión sobre quién es *El autor* de la obra y cuál es *el texto* que se debe considerar como el originario. Por ello, este caso de estudio es ideal para nuestra discusión, el material crítico que se pregunta sobre la autoría del Don Juan es abundante y es una muestra clara de cómo se ha intentado construir críticamente una autoría. Analizarlo en detalle nos permitirá evidenciar los presupuestos críticos que se usan para construir una autoría, no ya sus presupuestos teóricos, sino el trabajo práctico, la *realpolitik* si se quiere, de cómo se construye un autor.

En 1947 Blanca de los Ríos defendía así la autoría de Tirso para el mito del Don Juan:

Don Juan, que en grandeza y universalidad excede a los gigantes de Shakespeare, en interés humano y en intensidad dramática supera a Fausto y en virtud prolífica a Don Quijote, en vitalidad inextinguible a los mitos gentílicos y en potencia conturbadora a todos los engendros del pensamiento, es plenamente español en cuerpo y alma. Y en esto mismo, en lo que tiene de universal y de étnico juntamente, revela el nombre de su autor, ya que sólo hubo un dramático por quien nuestro teatro -que sin él hubiera tenido únicamente valor

⁶ En las páginas siguientes ahondaremos sobre el detalle bibliográfico de este texto.

local e histórico- tuvo valor universal y humano, y en la suma de carne sensual y de espíritu rebelde que puso en Don Juan una mano creadora única en el arte semidivino de forjar gigantes psicológicos, debieron reconocer los críticos, ahorrándose esfuerzos de inducción, la procedencia estética del Don Juan. (169)

Este aparte forma parte de una ponencia en la que la estudiosa reportaba un documento de archivo que demostraría que Tirso, con destino a Santo Domingo, habría tenido que esperar más tiempo del planeado en Sevilla antes de embarcarse a América. En este retraso, explica de los Ríos, el mercedario habría conocido la leyenda sevillana del burlador y la habría convertido en comedia. Pretendía así la estudiosa cerrar un debate abierto por Arturo Farinelli a final del siglo XIX quien, más que cuestionar la autoría de Tirso sobre la comedia *El Burlador de Sevilla y Convidado de piedra*, señalaba que la tradición donjuanesca era mucho más amplia y que no se limitaba sólo al mercado español sino que se debía extender al italiano. La vehemencia con la que de los Ríos defiende la autoría de Tirso es representativa de un debate autorial que ha rodeado al *Burlador* y muy en particular de aquellos que defienden al mercedario Fray Gabriel Téllez, de nombre artístico Maestro Tirso de Molina⁷.

Unos años después del trabajo de de los Ríos y de mucho debate académico, el diario *El País* reclamaba la autoría de Andrés de Claramonte para la misma comedia gracias a un descubrimiento documental de archivo. La importancia de la noticia, marcada en el titular “Don Juan cambia de autor”, no era que se cambiara la atribución de un texto particular como era en realidad el resultado de lo descubierto, sino que el mito entero cambiaba de autor:

⁷ Los principales defensores de esta postura son la misma de los Ríos, el mercedario Fray Luis Vázquez quien además presenta la posición más intransigente, y finalmente el investigador Xavier A. Fernández quien ha editado una colección completa de las comedias de Tirso, y cuya investigación no llega a la vehemencia de los demás tirsistas. La defensa de la autoría de Claramonte se debe de modo muy predominante a Rodríguez Lopez-Vazquez, si bien el investigador se apoya en algunos aportes de estudiosos de la obra de Claramonte como Charles Ganelin y Fernando Cantalapiedra, entre otros.

Como somos mitómanos y consumistas, nos ciega el envoltorio. En el Siglo de Oro editores sin escrúpulos imprimían obras de poetas poco conocidos a nombre de dramaturgos célebres, cambiándoles el título para disimular. La mayoría se siguen atribuyendo en falso a pesar de la ardua labor investigadora de hispanistas empeñados en poner a cada autor en su sitio. El caso de El burlador de Sevilla, *texto fundacional del mito de Don Juan* (énfasis mío), es apasionante: se publicó a nombre de Tirso de Molina en el tomo Doze comedias de Lope y otros autores, que figura impreso por Gerónimo Margarit en Barcelona, en 1630, pero que, como demostró Don Cruickshank en un estudio tipográfico, fue publicado en realidad en Sevilla por Manuel de Sande. (“Don Juan cambia de autor”, 16 de febrero de 2008)

El debate no era algo menor, si bien la noticia probablemente murió ese mismo día y pocos se dieron por enterados. Tirso es uno de los autores canónicos del Siglo de oro y el Don Juan es uno de los personajes canónicos de la literatura occidental. Andrés de Claramonte en cambio era un nombre de segundo plano, actor y *autor de comedias* y cuyo nombre se asociaba como copista de comedias y conocido sólo por especialistas. Lo de *El país* era como querer cambiar el nobel del escritor a su secretario.

El descubrimiento documental al que alude el diario es un contrato de venta entre los autores de comedias Jerónimo Sánchez y Andrés de la Orden fechado en 1617. En este contrato se listaba una obra titulada *Tan largo me lo fiáis*. Esto corroboraba la existencia de dicha obra para la fecha del contrato y con ello se tenía la evidencia documental que se necesitaba para respaldar las hipótesis de Rodríguez López-Vázquez, quien proponía y propone a Andrés de Claramonte como autor de la obra que dio origen a BS1630. El problema que resulta no sorprenderá a quien haya leído nuestro aparte anterior pues implica a un conjunto de comedias, a un poeta y a un *autor de comedias*, y a la problemática atribución autorial entre los tres elementos. El problema se amplifica de

manera grave pues la comedia y la autoría en cuestión forman parte del canon de la literatura en español.

El debate más que estar completamente cerrado como querría el diario *El país* quedaba ahora completamente abierto. La crítica y la academia tenían entonces finalmente que tomar en serio el problema de la atribución a Tirso y re-evaluar el meticuloso trabajo de Rodríguez López-Vázquez. En vista de lo que hemos dicho en el aparte anterior, nos enfrentamos al que debería ser el caso más común de las comedias del Siglo de Oro: el texto, el poeta y el *autor de comedias*; más aún, el trabajo de Rodríguez no debería implicar un problema. Todo lo contrario, en el modelo propuesto en el aparte anterior la participación de un *autor de comedias* es de esperarse. En nuestro modelo gracias a la investigación de López-Vázquez el trabajo crítico debería más bien abiertamente indagar la responsabilidad de Tirso: decidir si este participa activamente de la escritura de alguna versión del texto, si tan solo poseyó el manuscrito y lo llevó a la imprenta, o si la atribución impresa del BS1630 era de plano falsa y simple artimaña editorial para vender. El problema radica en que el tipo de autoría que se debate no contempla la compleja y multiforme autoría de las comedias como el caso estándar sino el de la autoría del libro impreso. Más aún, el hecho de que exista el debate de atribución es la evidencia que necesitamos para probar qué tan violenta puede ser la necesidad de imponer un tipo de autoría específico –la del libro, en una comedia del Siglo de Oro. Y creemos que es justamente es la fuerza de la imposición la que torna un debate académico en uno que se torna personal, en uno en el que aquellos que defienden la autoría de Tirso ven en la investigación de los que la cuestionan no ya el quehacer crítico habitual sino “una forma de llamar la atención, sea como sea” y a sus proponentes en “anti-tirsistas” (Rodríguez, *Lope, Tirso, Claramonte* 8).

Una de las consecuencias visibles del descubrimiento reportado por *El País* y de cómo la problemática comienza a tener cierto impacto es que la última edición de Cátedra de la obra *El burlador de Sevilla* lleve en portada la tímida inscripción “Atribuida a Tirso de Molina”, y que la

edición haya sido realizada por el mismo Rodríguez López-Vázquez. En la edición de Cátedra justamente queda enmarcado de manera plástica toda la discusión anterior. Se tiene una comedia hecha libro, que necesita un autor como paratexto, para lo cual se le concede uno a medias: “atribuido a Tirso de Molina” y que presenta un estudio riguroso que muestra que necesariamente se debe tener cuenta la participación del *autor de comedias* Andrés de Claramonte en la escritura del texto. Es claro que el producto cultural que se distribuye en el libro no coincide plenamente con ese formato y de allí tanta inconsistencia. El problema es que las inconsistencias en vez de entenderse como producto de ese trasvase genérico de comedia a libro impreso, se torna un problema de carácter autorial.

Nuestro objetivo en este capítulo no es entrar en el detalle de la discusión autorial. Invitamos al lector a estudiar la obra de Rodríguez, de Ruano de Haza y de Xavier Fernández, en esos tres autores se podrá encontrar el detalle literario y bibliográfico. Creemos por demás que la argumentación y las pruebas estilísticas, literarias y documentales que provee López-Vázquez no dejan dudas de que Andrés de Claramonte participó en algún estadio, o en muchos, y de manera directa en la creación de Don Juan Tenorio. Nuestro propósito en este capítulo, sin embargo es otro, es probar que el *printspace* como modelo conceptual, o mejor que la caracterización autorial que hemos hecho en el aparte anterior logra explicar el problema Tirso-Claramonte-Burlador reconciliado las posturas contrarias.

Tanto de los Ríos como el diario *El País*, y la mayor parte de investigadores que han tratado el tema, defienden la suposición de que hay un único texto fundacional del mito, y además que hay un único autor y más aún que ese autor es el escritor original de un texto único original. En esta línea de pensamiento, responder la pregunta ¿quién escribió el *BS1630* (o el original en el que se basa)? es responder ¿quién se inventó el mito del Don Juan? De este modo el problema autorial es doble. Primero porque como hemos evidenciado en el aparte anterior la pregunta ¿quién escribió? una

comedia dada del Siglo de Oro, se debe siempre responder con cuidado, y segundo porque esa misma pregunta se expande de manera discursiva a un objeto cultural que no tiene autoría, los mitos no tienen autores. Además la imposición autorial al mito obvia la tradición folklórica sobre la que se construye la tradición literaria, tradición que la misma de los Ríos atribuía como materia prima de Tirso, pero que se considera siempre como antecedente y no como conformante. La concesión de autoría al mito que se pretende es un suma no sólo violenta frente al sistema de impresos sino a la tradición oral de la que este se nutre. Sin embargo en el modelo lineal de autoría, BS1630 es el texto impreso más antiguo que se conserva, en el cual se basan todas las variaciones textuales del Don Juan, su autor asumido es por ende el autor del Don Juan.

Ahora bien, Don Juan, como mito, más que ser la creación y expresión de una sensibilidad particular, de una persona específica, es el producto de un mercado cultural particular: el teatro español del Siglo de Oro, es el resultado de una multiplicidad de textos que se nutren y catalizan una tradición oral ya existente. Es justamente la libertad que ofrecía el sistema de corrales y de manuscritos, de re-escritura y de re-invenición lo que permite que el personaje mute y vaya de compañía en compañía incrementando su fama. De hecho el énfasis que hemos identificado en el siglo XVII recae en lo episódico del convidado de piedra y no en el personaje Don Juan. En cambio, para el momento en que De los Ríos escribe el personaje es un objeto cultural de amplio conocimiento al que se le quiere dar una autoría, al que se le quiere volver un producto impreso, al que se le quiere moldear como al producto principal del *printspace*: el libro. Buscarle al Don Juan un copytext y un autor único es imponer la normatividad del sistema de producción del libro en el de las comedias. Por ello es que justamente la batalla se torna tan áspera y por ello es que aún hoy no hay resolución. La dupla autor-libro que es la base del mercado del libro se quiere reproducir en el mito del Don Juan. Este proceso sin embargo no es el trabajo de una sola crítica sino que es más bien la necesidad del sistema de conocimiento que es el *printspace* de imponer su arquitectura sobre

los productos culturales de los que habla. A continuación le presentaremos al lector los datos y documentos con los que contamos para que el problema quede planteado de manera completa y lo anterior pueda ser evidenciado.

IV. Los hechos

Nuestro método consistirá entonces en analizar todo el material bibliográfico que tenemos del contexto de producción del personaje para luego estudiar cómo ha sido entendido. Comenzaremos por exponer en orden cronológico todos los datos documentales que tenemos sobre don Juan Tenorio, el personaje. En vista de lo que hemos descrito en las páginas anteriores, no asumimos que Don Juan sea el producto de un único autor y un único texto, esta es una hipótesis que fuerza una realidad de un mercado cultural cuya arquitectura no funcionaba necesariamente de esta manera.

A continuación nuestro campo documental en orden cronológico:

- 1617. El *autor de comedias*, Jerónimo Sánchez, entrega su cartapacio de comedias y el vestuario de su compañía a Andrés de la Orden, dueño de un corral de comedias en Córdoba. Sánchez hacía esto tras no poder cumplir el contrato que había contraído con el arrendador. Dentro de las comedias que incluía el cartapacio se encuentra el título: *Tan largo me lo fiáis* (TL). Con este mismo título se conserva una copia impresa en una *suelta*, atribuida a Calderón y sin fecha de composición de la que hablaremos más adelante. Esta suelta comparte aproximadamente la mitad de versos con la versión más antigua que se conoce de *El Burlador de Sevilla*, BS1630, y presenta evidentemente una variante de la historia de don Juan Tenorio. La lista del cartapacio de Sánchez ha sido reportada por García Gómez, quien ha ubicado el contrato (JS1617) en el Archivo Histórico Provincial de Córdoba (“Aporte documental” 283). Como el mismo García Gómez indica en el trabajo citado no podemos tener la absoluta certeza de que la suelta impresa coincida con el manuscrito que contenía el

Cartapacio de Sánchez. Si bien debemos ser cautos, en vista de lo que hemos dicho en el aparte anterior, nos parece que asumir que la suelta impresa y el manuscrito aducido en el cartapacio son obras relacionadas o versiones distintas es una suposición válida y que lo que sería en realidad muy poco probable es que el manuscrito aducido de 1617 coincidiera plenamente con la suelta.

- 1617. El *autor de comedias* Antonio de Prado representa la obra *Deste agua no beberé (DA)*, de Andrés de Claramonte como lo reporta Charles Ganelin en su tesis doctoral sobre *La infelice Dorotea* (124). La versión que conservamos de esta obra, de publicación posterior (1627-1630) y de la cual hablaremos en detalle más adelante, tiene como personajes a dos miembros de la familia Tenorio (Diego y Juana), a Tisbea y a Don Pedro I, todos personajes de la historia de Don Juan Tenorio. Asimismo, en el inicio del tercer acto, el impreso comparte una redondilla con el texto de *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra* que hemos mencionado, BS1630.
- 1625. En Nápoles, el *autor de comedias* Pedro Ossorio representa la obra *El convidado de piedra* (Rodríguez López-Vázquez, “Aportaciones” 7). De esta comedia no conservamos ningún texto que se titule exactamente igual en español. Tenemos claro, el texto impreso *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra*, con el cual creemos que debe tener una relación. Al igual que en el caso del *Tan largo me lo fiáis*, no podemos asumir que la representación de Ossorio y la comedia impresa sean la misma obra, sino más bien que son distintas instancias, o versiones de un drama.
- 1626. En Octubre la compañía del *autor de comedias* Francisco Hernández Galindo representa de nuevo *El convidado de Piedra* (Rodríguez López-Vázquez, “Aportaciones” 7). Las observaciones hechas para el punto inmediatamente anterior aplican de igual forma en este.

- 1630. Publicación del libro titulado: *Doce comedias nuevas de Lope de Vega Carpio, y otros autores*. Este es el libro que contiene las comedias *El burlador de Sevilla y convidado de piedra (B1630)*, atribuida a Tirso de Molina, y *Deste agua no beberé*, no atribuida en el texto. Ambas versiones impresas son los textos más antiguos que conservamos de estas obras. En portada, la publicación del libro se atribuye a Gerónimo Margarit, en Barcelona, en 1630. En cuidadoso trabajo tipográfico D.W. Cruickschank ha probado que esta información es falsa y que el texto es un compendio de sueltas y desglosables, impreso en Sevilla por Simón Faxardo (“The First Edition”). En ese mismo análisis Cruickshank demuestra que tanto el texto de *El Burlador*, como el *Deste agua*, junto con una tercera comedia *Marina la porquera*, vienen de un compendio de obras impreso previamente por Manuel Sande en Sevilla, en algún momento entre 1627 y 1630 del cual no se conserva ninguna copia.
- 1632. Representaciones de *Il convitato di pietra* de Giacinto Andrea Cicognini en Italia, una en Pisa y una en Florencia (Dolfi 255, nota 2). Esta obra en italiano es una opera de la cual se conservan tres copias impresas en el siglo XVII. La obra es otra variante de la historia de Don Juan, la única por cierto de autoría cierta. Dolfi ha hecho un estudio comparado entre las versiones impresas del siglo XVII y el *B1630*, demostrando que al igual que sucede con el *TL*, hay muchas semejanzas pero también muchas diferencias con el texto, de tal suerte que no se puede afirmar con total certeza la prelación entre los dos.
- 1634-1635. Se conserva una suelta de *Tan largo me lo fiais*, sin fecha ni datos de impresión. Este es el texto que hemos llamado *TL*. Esta suelta atribuye la obra a Calderón. Esta atribución no es defendida por ningún crítico y es ampliamente considerada falsa. Cruickshank ha analizado el documento tipográficamente y sitúa la publicación entre 1634 y 1635, en Sevilla (“Some notes”). Este texto es la impresión más antigua que se conserva de la obra titulada *Tan largo me lo fiais*.

- 1653. En la *Sexta Parte de comedias nuevas escogidas de los mejores ingenios*, impresa en 1654 por los herederos de Pedro Lanaja en Zaragoza, se incluye una copia de *El burlador de Sevilla y convidado de piedra*, y se le atribuye a Tirso. Esta misma suelta vuelve a aparecer en un volumen editado por J.F. de Blas en 1673 titulado: *Parte sexta de comedias varias de diferentes Autores*⁸, cuya portada es manuscrita y reporta la falsa fecha de 1649 (Cruikshank “Some notes”)⁸. Asimismo en una de las diferentes variantes del libro *El mejor de los mejores libros de comedias nuevas*, Maria Grazia Profeti reporta encontrar una versión de *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra* (Madrid: María de Quiñones, 1654). La investigadora italiana tiene un excelente artículo analizando estas tres impresiones y sus relaciones bibliográficas, “Un enigma bibliográfico”, en el que concluye que todas estas versiones habrían tenido un mismo origen impreso en 1653.

Estos son los documentos y representaciones documentadas más antiguos con los que contamos y se nos presentan como la materia prima del mito. Este es nuestro corpus o campo documental, nuestro archivo. Son los documentos fiables más antiguos que poseemos y basados en estos es que debemos reconstruir el complejo compendio relaciones culturales que estudiamos. Este campo documental representa un primer momento de la construcción del mito del Don Juan y en el cual su evolución se basa. A partir de aquí el Don Juan se convierte en un personaje importantísimo en el teatro europeo y su expansión no se detiene.

Como notará el lector, nuestro capo documental está definido en función de textos impresos, esa es la parcialidad de nuestro modelo. No queremos decir que nuestros documentos sean todos impresos, no lo son, pero sí guardan una relación directa con un texto impreso. Esto podría inducir al error de pensar que antes de estos textos no existieran otros objetos culturales

⁸ Una versión digitalizada de este texto se puede encontrar en: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000073829&page=1>

asociados al mito del Don Juan. Sin embargo, diversos investigadores han recogido un rico corpus de romances y tradiciones orales que se consideran predecesoras del mito. Los principales investigadores de este corpus son Menendez Pelayo y Said Armesto, y más recientemente Márquez de Villanueva en España; y Beovette y Macchia en Francia e Italia respectivamente. Estas narrativas precursoras se suelen dividir de acuerdo a la presencia de dos estructuras básicas, la del personaje rebelde, el burlador, y por otro lado, “el castigo de ultratumba que recibe el impío y su condenación final” (Ortiz Rosado 26). Si bien tendremos en cuenta la existencia de este corpus, no lo analizaremos en detalle pues nuestro objetivo es estudiar el problema autorial en nuestro campo documental. A pesar de ello es crucial notar que el estudio de este corpus precursor se estudia generalmente bajo la pregunta: ¿conoció Tirso estas tradiciones? Esa pregunta para nosotros es de interés pero no debe ser la guía. Más bien entenderemos que nuestro campo documental es la evidencia de cómo un conjunto de narrativas orales cristalizan en un conjunto de narrativas y dramas impresos y que justamente uno de los subproductos del tránsito de las tradiciones orales a las impresas es el autor.

En vista de lo anterior, y dado que estos documentos son los testigos de ese tránsito de lo oral a lo impreso intentaremos re-organizar nuestro campo documental de modo que quede absolutamente claro qué obras tenemos y de dónde vienen. [000]

a) Tenemos cuatro títulos de comedias relacionados: *Tan largo me lo fiais*, *El convidado de piedra* (*Il convitato di pietra*), *El burlador de Sevilla y convidado de piedra*, y *Deste agua no beberé*, listadas acá en su prioridad temporal según la fecha reportada por los documentos. Consideramos a *El convidado de piedra* y a *El burlador de Sevilla y convidado de piedra* como variantes distintas, pues de la primera lo que tenemos son dos representaciones italianas y de la segunda una versión impresa española. Si analizamos los títulos de la tradición italiana y en consecuencia europea, se notará que no hay nunca mención al *Burlador de Sevilla*, y sí se insiste en el *Convidado de piedra* –esto para el siglo

XVII. Realmente la versión impresa atribuida a Tirso es la única de nuestro campo documental que alude al Burlador así que nos parece mejor ser cautos y postular que habría una vertiente italiana que se basa en la obra *El convidado de piedra* y que la versión impresa crea una variante nueva que favorece al *Burlador* como unidad organizadora de discurso.

b) De estos cuatro títulos sobreviven sólo dos versiones impresas en español, el TL y el BS1630. Los textos “comparten entre sí un total de unos 1.433 versos idénticos o con variantes de poca importancia textual. Por otra parte, *El burlador* tiene aproximadamente un total de 1.416 versos sin correspondencia en *Tan largo y Tan largo* 1.328 versos que no aparecen en *El burlador*” (Ruano de la Haza, “La relación textual”). De *El convidado de piedra* en español no sobrevive copia impresa y tenemos tan sólo el reporte de representaciones teatrales –sin embargo conservamos tres copias de la versión italiana de Cicognini.

c) En las versiones españolas tan solo *BS1630* y el *Tan largo* impreso reportan autoría, Tirso de Molina y Pedro Calderón de la Barca, respectivamente. Estas dos autorías son bastante dudosas. La única autoría completamente certera es la de la versión italiana de 1631 de Cicognini.

Observando estos datos documentales no hay nada aquí que nos permita afirmar o asumir que existió, o que debe existir, un texto arquetípico, un copy-text original, que sería la primera versión del mito y del cual todos los otros se derivan, lo cual es la hipótesis de trabajo tradicional. De hecho, escoger *El burlador de Sevilla* como texto sobre el cual todos los demás deben ser interpretados es ya una decisión que no se sostiene con la evidencia documental. Sin embargo, tampoco podemos afirmar que el aducido manuscrito *Tan largo me lo fiais* de 1617 sea el origen del mito del Don Juan y que podamos explicar todas las diferentes versiones en función de su primacía temporal. Esto es análogo a lo que los bibliógrafos del siglo XX afirman acerca de la búsqueda de un copy-text único para una obra particular: “there is no ‘text itself,’ that the search for the single, unitary utterance characteristic of the modernist well-wrought urn is a chimera” (Greetham, “Preface” to McGann

1983, xv). Lo que queremos señalar es que la lógica modernista que señala Greetham que quiere encontrar un “text itself” opera en nuestro caso de dos formas. Primero se busca un “text itself” para una el BS1630, pero además se quiere mostrar que ese ya hipotético “text itself” es el origen absoluto de un conjunto de textos y representaciones y por ende del mito.

De nuestro campo documental lo único que podemos deducir con absoluta certeza es lo siguiente: en las primeras tres décadas del siglo XVII hay un núcleo de textos teatrales e impresos que giran alrededor del personaje Don Juan Tenorio y de un episodio en el que éste cena con la estatua de su víctima. Estos dramas comparten elementos textuales, paratextuales y literarios. Según los documentos que tenemos las representaciones teatrales preceden a los textos impresos, lo cual es consistente con los mecanismos de publicación del mercado teatral del Siglo de oro. Estas representaciones conforman el mito del Don Juan y son la base de un conjunto de relatos muchísimo más amplio que sobrepasa el Siglo de oro español, tanto temporalmente como espacialmente:

(..) there are many Don Juans; there is no one, single figure. The Don Juan of legend corresponds to no Don Juan of history or of literature. He is always the latest dream of his re-creator. Each dreamer creates Don Juan to his own measure, according to his own ideas and needs: Molière's is pensive and disturbed, Thomas Shadwell's violent and crazed, José Zorilla's anguished and tormented by sin, Edmond Rostand's a boastful failure, Max Frisch's cool and resigned. The true Donjuán exists only in our minds, formed therein an image that only we ourselves can fully understand and that we can communicate only imperfectly to others, like dreams; an image built, however, upon the myriad examples of the story created over the last one, two, three, or three-and-a-half centuries. Each of us creates his or her own Donjuán that draws on all preceding versions and yet is none of them. (Russell x)

Esa es en resumen, nuestra principal tesis de trabajo. Una consecuencia inmediata de esta es que el mito del Don Juan no tendría una autoría única, ni sería el producto de una obra única, sino más bien de un conjunto de productos teatrales e impresos y de un mercado particular. Esto no parecería tener mayor impacto y sin embargo supone la des-autorización de una obra de gran acervo cultural, que ha sido parte del canon de la literatura en lengua española y que representa para la misma un posicionamiento en la cultura global. Esta tesis está basada en la descripción que hemos hecho en el aparte anterior, pues logra hacer coincidir los documentos que tenemos con las prácticas textuales del mercado de corrales y de impresos. La segunda consecuencia es que esta forma de entender el texto permite explicar nuestro campo documental de mejor manera así como los resultados de los numerosos y detallados estudios que múltiples críticos de muy variadas posiciones han realizado acerca de los textos y el mito del Don Juan. Esta segunda consecuencia es lo que intentaremos demostrar en el siguiente aparte.

Debemos resaltar antes de seguir adelante, que nuestro campo documental representa solo un primer momento de la creación del mito pero no su fuerte expansión continental. En el mercado italo-francés, podemos delinear un segundo momento de expansión y construcción del mito, en el que se definen ciertas características de la difusión de las narrativas donjuanescas y que son fundamentales para tener un panorama completo de la conformación de Don Juan como objeto cultural europeo. Machhia ha descrito cómo el teatro italiano en la primera mitad del siglo XVII, usando las técnicas de la Commedia dell'Arte, creó un corpus de *canavacci* basados en los personajes y la fábula del Don Juan (12). Eran pequeñas obras de corte farsesco en las que la improvisación era un elemento fundamental (Macchia 13). Es este tipo de representaciones son las que llevan la figura del Don Juan al teatro francés en donde el personaje se volverá una constante en la tradición teatral. En 1658 se produce la primera versión francesa del Don Juan, *Le Festin de pierre ou le Fils criminel*, escrita por Dorimond, sobrenombre de Nicolas Drouin y representada por primera vez en Lyon en

1658. Un año más tarde, Charles Deschamps, bajo el nombre de Villers, re-escribirá la obra con el mismo título y la estrenará en París en 1659 (Russell 18). Villiers en el prefacio de la versión impresa de su tragicomedia subraya que tanto su versión como la de Dorimon eran “traducciones’ de una misma obra italiana que ahora desconocemos, pero subrayando la ruta por la que Don Juan se tomaba Europa (Russell 23). Acá el término traducción se debe entender de manera laxa, pues las dos versiones comportan diferencias que superan lo estrictamente lingüístico, partiendo del título en el que se cambia *Il Convitato di Pietra* a algo así como ‘El convite de Pierre’. Esta variación podría ser una decisión que intentaría hacer un meta-comentario humorístico sobre una tradición de Convidados ya establecida, o podría ser un error, como ha sido entendido usualmente. Lo importante es que estas dos obras abren toda una rama de representaciones teatrales del mito del Don Juan que son fácilmente rastreables por la variación en el título que presentan.

Es en esta tradición que debemos situar la versión de Molière, *Le festin de Pierre*, representada por primera vez en 1665 y que se convertiría en una versión canónica del teatro francés y europeo. También Rosimond se inscribe en estas obras para escribir su versión, *Le nouveau destin de Pierre, ou L'athée foudroyé*, impresa en 1670 (Ortiz Rosado 93). Y es por esta misma ruta iniciada en la tradición italiana que la figura del Don Juan llega en 1660 a Viena, donde es representada por la compañía de Fabrizio d'Orso ante el emperador Leopoldo I (Don Juan Archiv Wien). De Francia el Don Juan llega a Inglaterra en la versión *The Libertine* de Thomas Shadwell impresa en 1676 (Ortiz Rosado 92). De aquí en adelante el mito del Don Juan ya es un mito de carácter continental, quebrando todas las fronteras nacionales y volviéndose en el lapso de dos siglos en un objeto cultural de alcance global.

No hemos incluido ni los *canovacci*, ni las versiones francesas en nuestro campo documental porque estas versiones se basan en un discurso ya establecido. La tradición ítalo-francesa genera toda

⁹ Una versión digitalizada de este texto se puede encontrar en:
<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k71919j.image.f3.langFR>

una familia de versiones del Don Juan, sin duda, pero no forman parte del momento inicial de la creación del mito, son más bien el producto de nuestro campo documental. Las enumeramos porque serán importantes para poder describir la evolución del mito a nivel discursivo, porque son el andamiaje de la plataforma internacional del mito pero no las consideraremos como nuestro material de trabajo primario.

El problema es que en esta evolución del mito es en donde se le confiere autoría a Tirso y donde se pierde la realidad del funcionamiento de un complejo sistema de producción cultural, en otras palabras se le concede autoría a Tirso y se le niega completamente a Claramonte y a los otros posibles implicados. Observando nuestro campo documental es evidente que no hay un relación exclusiva entre Don Juan Tenorio, y Tirso de Molina. Esto además parece ser el caso durante dos siglos. Durante los siglos XVII y XVIII, a lo largo de Europa se escriben y representan muy diversas versiones de la historia de Don Juan. Ninguna de estas versiones hace mención a la obra impresa atribuida a Tirso, ni al *Tan largo me lo fiáis*. Más aún, sólo en caso de Thomas Shawell, *The Libertine* (1676), se menciona el origen del mito, en particular los canovacci italianos pero no la obra española. En este período son el teatro francés y la ópera italiana los mercados que presentan mayor interés por Don Juan y que difunden mayormente el mito. El personaje y su fama crecen, pero ello no necesariamente implica la difusión de un texto en particular, si bien se debe resaltar que es la versión de Molière la que más traduce en Europa (Waxman 192). Es importante destacar además, que a lo largo del siglo XVII sólo tenemos tres impresiones propiamente dichas de *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra* (1630 y 1654), una del *Tan largo (TL)* y una de *Il Convitato di pietra* de Cognonini (1671). No estamos acá en un caso similar al de Alemán, con veintitrés ediciones, sino a un caso muy distinto, de muchas reescrituras, palimpsestos, trasvases, pero no re-impresiones. Todo ello es lo que nos lleva a postular que la autoría de Tirso sobre el *Burlador*, y del *Burlador* en el mito, es más un deseo de algunos críticos del siglo XIX y XX que una realidad literaria.

El propósito del siguiente aparte es mostrar cómo es la construcción de Tirso como autor del Don Juan y al *Burlador de Sevilla* como texto fundacional, y cómo este proceso es una construcción posterior del siglo XIX. Ello nos servirá para plantear soluciones a la problemática Tirso-Claramonte-Don Juan así como para ilustrar cómo se construye una autoría desde la crítica, la artificialidad de este proceso y los presupuestos que implica.

V. El Gran Maestro y el Burlador

Comencemos por hacer una salvedad, por claridad expositiva le hemos presentado al lector los documentos que tenemos en su orden cronológico y de manera lineal. Esta linealización de la información hace que nuestra hipótesis de trabajo sea fácilmente sostenible. Sin embargo, el orden cronológico de los documentos no coincide en nada con el orden en el que la crítica los ha ido recibiendo. De hecho, el primer dato que hemos presentado, el cartapacio de Jerónimo Sánchez, ha sido el último que se ha conocido (2005). Asimismo, la copia impresa del *Tan largo me lo fiáis*, fue por largo tiempo omitida y no fue sino hasta su publicación en 1878 en la Colección de *Libros Españoles Raros y Curiosos*, editada por José Sancho Rayón, que la obra se hizo conocida, más aún por un lapso de tiempo se consideró que esta era tan sólo una versión deturpada del Burlador (De los ríos 186). Esto es fundamental, pues si quitamos de nuestro campo documental estos dos datos, la tesis de que el *Burlador de Sevilla y convidado de Piedra* es la obra en base a la cual se construye el mito tiene mucho más sentido. A pesar de ello, el rol central que ahora se le atribuye a esta obra es producto de la crítica reciente. En términos de consumo y distribución *El Burlador de Sevilla* no tiene un papel fundamental en la conformación del mito del Don Juan. Muy por el contrario, desde el siglo XVII en toda Europa nuevas versiones y autorías tuvieron muchísima más relevancia y difusión.

En el caso español dos versiones en particular son las principales formas de distribución de la historia de Don Juan. “[e]l 9 de septiembre de 1713, la compañía de José de Prado representó en

el Teatro de la Cruz de Madrid la comedia en tres actos de Antonio de Zamora *No hay deuda que no se pague y convidado de piedra* (Vallejo González 289). La obra es otra versión más de la historia de Don Juan. Gozó de un altísima difusión convirtiéndose en la obra que se representaba comúnmente en España cada día de todos los santos hasta que la obra de don José Zorrilla, *Don Juan Tenorio* (Madrid: Imprenta de Rebullés, 1844), se convirtiera en la versión española más representada y famosa del mito (Vallejo González 289). La primera versión impresa del texto de Zamora que se conserva es bastante posterior, incluida en el tomo segundo de *Comedias de Don Antonio de Zamora*, publicado en Madrid por Joaquín Sánchez en 1744. En el contexto español estas dos obras y dos autores tienen un volumen de consumo mucho mayor que cualquiera de las versiones del siglo XVI y son realmente estas las que conforman la espina dorsal del mito en el caso español.

Lo anterior se puede evidenciar si se buscan los trazos de las obras que conforman historia del mito del Don Juan en España en las *Colecciones* de comedias escogidas del barroco español que se comienzan a producir al final del siglo XVIII. Estas Colecciones son particularmente importantes pues su rol es el de reunir el corpus de comedias del Siglo de Oro, son en suma la materialización del canon, y a falta de material crítico de amplia difusión, conforman la primera forma de crítica pública a la que podemos dirigirnos.

La primera colección que consideraremos, *Theatro Hespañol*¹⁰, es publicada por Vicente García de la Huerta en 1785, conformada por 17 volúmenes de 61 piezas e incluye el *Tan Largo me lo fiais*, la cual atribuye a Calderón, una obra titulada *La mesa del ingenio y el Convidado de piedra*, sin autor, *Deste agua no beberé* atribuyéndola a Claramonte, pero no hay referencia alguna al *Burlador de Sevilla*. La colección de García se basaba en un catálogo anterior, el *Índice general alfabético de todos los títulos de comedias, que se han escrito por varios autores, antiguos, y modernos, y de los autos sacramentales y alegóricos, assi de*

¹⁰ Una versión digitalizada de la primera edición se puede encontrar en: <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000012910&page=1>

*Don Pedro Calderon de la Barca como de otros autores clasicos*¹¹, publicado por Francisco Medel del Castillo en Madrid en 1735. El índice de Medel sí incluía al *Burlador de Sevilla* atribuyéndola a Tirso y es realmente sorprendente que García de la Huerta haya decidido suprimir al *Burlador*, sin embargo no es un hecho que el editor explique pero que sin duda implica que el editor no consideraba al *Burlador* como parte de su colección o no la conocía lo cual es significativo del papel que la misma tenía en ese entonces.

El *Theatro Español* fue una obra profundamente debatida pero muy influyente y el punto de partida para las siguientes dos colecciones: la *Colección General de Comedias* de 1826, y la *Biblioteca de Autores Españoles* publicada en muy distintas versiones desde 1848 (Romero Tobar). En la *Colección General*, se editan dos tomos de comedias de Tirso pero no se incluye el *Burlador*, en el tomo de Zamora en cambio, sí figura *No hay plazo que no se cumpla* y es la única obra de la tradición donjuanesca que se incluye en toda la colección, el *Tan largo me lo fiais* desaparece definitivamente y no hay ningún *Comidado de Piedra*. Es sólo con la publicación de las Comedias Escogidas de Tirso para la Biblioteca de Autores Españoles (BAE) que el *Burlador de Sevilla* vuelve a figurar en las colecciones. La escogencia de los textos y su cuidado está a cargo de Juan Eugenio Hartzenbusch, quien 1839 había ya publicado una colección titulada: *Teatro Escogido de Fray Gabriel Tellez, conocido con el nombre de El Maestro Tirso de Molina*. Es esa colección previa que Hartzenbusch lista al *Burlador de Sevilla* como obra de Tirso pero la excluía de su selección. En el “Prólogo” aseguraba que sólo se publicaba lo que merecía ser estudiado: “algunos de nuestros lectores querrían acaso una edición completa de cuanto produjo la ingeniosa pluma de Fr. Gabriel Téllez en el género escénico; pero harto dudoso es que los que piensan así leyesen algunas piezas de las que nos proponemos eliminar de esta colección. ¿A qué publicar lo que no merece ser estudiado, lo que no ha de ser leído?” (v).

¹¹ Una versión digitalizada se puede encontrar en:
https://books.google.com/books?id=NRGsGTS2GLUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_suummary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sin embargo, pocos años después para la colección que organiza para la BAE, incluye el *Burlador de Sevilla*, además de otras tantas. Respecto a estas adendas el autor explica: “Entre *El Teatro escogido* que antes publiqué y *Las comedias escogidas* de Téllez que ahora publico, hallará el lector la diferencia de que las dos colecciones no comprenden las mismas comedias. La explicación es muy sencilla. Las obras maestras de Téllez deben entrar en todas las colecciones; pero entre las comedias de segundo orden se puede escoger” (x). De tal modo que Hartzenbusch consideraba al *Burlador* como una obra secundaria, lo cual sin duda parecería concordar con las colecciones anteriores que también habían omitido esta obra, y nos indica, dada la envergadura del proyecto BAE, que el *Burlador* no ocupaba un lugar primordial en el canon español. Asimismo el *Tan Largo me lo fiais* era un obra que se desconocía, y que no conformaba parte del canon, hasta este momento la versión de Zamora parece ser la única que formara parte indiscutible del canon español.

A pesar de que su editor tuviera esta negativa opinión, los otros investigadores que participan en la edición y que presentan estudios preliminares en las *Comedias Escogidas* de Tirso resaltan el valor del *Burlador* subrayando más que todo su valor dentro de un panorama europeo. Ramón Mesonero Romanos afirma: “*El Burlador de Sevilla y Convidado de piedra* ha sido imitada por nacionales y extranjeros” (xxi). Alberto Lista señala: “Al concluir nuestros estudios acerca de Tirso de Molina, no deberemos omitir que él fue el autor de *El convidado de piedra*, asunto que imitaron Tomas Corneille y Moliere, y que siempre es representado con interés en los teatros de Francia” (xxvii). Y finalmente Antonio Gil de Zárate termina: “Tirso de Molina es autor de *El Burlador de Sevilla* y el creador de ese carácter de Don Juan Tenorio que tanto se ha reproducido en comedias, dramas líricos, poemas, y que en el día es europeo” (xxxv). Es en esta colección donde podemos evidenciar un reclamo de autoría no ya a una obra sino a un mito. Además se comienza a anclar el mito a una sola obra, el *Burlador de Sevilla*. Asimismo comienzan a relegarse el estudio de *Tan largo me lo fiais*, y *Deste agua no beberé*.

Si en este punto el lector vuelve a la cita con la que hemos abierto el aparte anterior notará que todavía falta mucho para la vehemencia y la grandiosidad con la que Blanca de los Ríos defiende la autoría de Tirso de Molina sobre el mito. Pero debería estar más claro cómo se ha ido construyendo este proyecto de autoría. Es fundamental notar que este débil reclamo de autoría sobre el mito que hemos señalado en la colección *Biblioteca de Autores Españoles*, sucede después de la publicación y el gran éxito de la obra de Zorrilla y en un proyecto de construcción de un canon nacional de literatura. La autoría acá no está siendo construida basándose en elementos estilísticos, ni literarios, ni siquiera bibliográficos, sino en una supuesta prioridad temporal que implicaría una importancia a nivel europeo. En el panorama continental decir que el Don Juan ha sido creado por un español es decir que el mito ha sido creado en España.

Es en este momento entonces que el mito del Don Juan comienza a girar alrededor de Tirso de Molina y de *El Burlador de Sevilla*, y es en este momento que además se comienza realmente a construir la autoría en general de este autor, quien pues no será solo un autor del Siglo de Oro sino *El autor del Don Juan*. El primer momento de este proceso es lo que hemos señalado: la reunión de sus obras en una sola colección, la *BAE*. Un segundo momento indispensable y que es la consecuencia clara de este primero es la consolidación de un aparato crítico alrededor de dicho corpus y la construcción de la persona del autor. En marzo de 1885 la Real Academia abre un concurso académico para premiar un *Estudio biográfico y crítico de Tirso de Molina*, que tuviera datos nuevos y no conocidos sobre la vida del ilustre fraile y sobre la autenticidad de sus obras” (Muñoz Peña, “Advertencia” 3). Sólo dos obras son consideradas por la Academia, una de Blanca de los Ríos, y una monografía de Pedro Muñoz Peña, *El teatro del maestro Tirso de Molina*, Valladolid: 1889. El estudio de De los Ríos, no se publica y la monografía de Muñoz se publica solo cuatro años después. Este estudio es el primer trabajo monográfico sobre el mercedario y en él se postula al autor como el creador del mito de manera tajante: “Tal es pues la fecunda y numerosa descendencia que ha tenido

el drama de Tirso *El Burlador de Sevilla*, pues aunque quieran atribuirse a otras fuentes, la verdad es, como ya antes hemos afirmado, que el popular y originalísimo tipo del Tenorio, tal como hoy le conocemos, **arranca por línea recta** [énfasis mío] de la creación genial de Tirso en su *Burlador*” (388). Esta monografía recoge su información de un texto publicado en 1885, *Historia de la literatura y del arte dramático en España*, del conde Adolf Friedrich von Schack, y que en líneas muy similares a la cita anterior defendía la autoría de Tirso sobre el Don Juan. De tal modo, la autoría de Tirso sobre el *Burlador de Sevilla* se construye buscando fundar un mito de carácter europeo, y enmarcado siempre en proyectos de construcción de canon de orden nacional. Es claro que en este contexto, *Tan largo me lo fiais*, el *Convidado de Piedra*, y todo los otros nodos que conforman nuestro campo documental, pasan a ser documentos secundarios, anomalías que no encajan en el modelo rectilíneo que proponen los estudios del siglo XIX.

Es sólo en 1893, que Emilio Cotarelo y Mori, publica sus *Estudios Bio-Bibliográficos* sobre Tirso y que termina por darle una persona a la autoría, a la firma Tirso de Molina, y que cierra el ciclo en el que el mito del Don Juan se privatiza en la autoría de Tirso de Molina y el *Burlador de Sevilla*. Sin embargo, como hemos señalado en nuestros capítulos anteriores, la autoría es siempre un territorio en disputa, y en 1896, Arturo Farinelli publica su *Don Giovanni: Note critiche*. En este, el autor italiano expone su tesis acerca del Don Juan. Comienza por señalar: “Ad ogni spagnuolo puro sangue non escirà mai dal capo che Don Giovanni è spagnolissimo di razza, e nacque, visse e morì in Ispagna. Eppure sulle gesta di questo prode nazionale e sulla fortuna sua nella poesia e nell’arte poco s’è scritto in Ispagna” (3). Lo primero que niega Farinelli es que Don Juan haya sido una persona real, en su visión las narrativas los relatos donjuanescoas surgen en 1400 y 1500, y en el Siglo de Oro, la impresión del *Burlador de Sevilla*, las ancla a esa ciudad y a España (10). Este estudio es fundamental pues promueve otros tantos estudios influyentes y completos pero sobre todo, porque cuestiona una serie de suposiciones que se han dado en la construcción de la autoría del mito. Resalta cosas que ya

hemos señalado en este capítulo, la amplia tradición italiana de la *commedia dell'arte*, la tradición francesa y las posibles fuentes populares de la historia del *Convidado de piedra*.

Es esta obra la que abre el debate y a la que Blanca de los Ríos responde de manera tan airada. Este es el punto de partida para la crítica donjuanesca en el siglo XX, por un lado la construcción de una autoría y de un autor, alrededor de un mito, y por otro lado el cuestionamiento de ambas. A lo largo del siglo XX el debate, sin embargo, va cambiando un poco, pues de la cuestión sobre la autoría del mito se ha pasado a la cuestión sobre la autoría de la obra *El Burlador de Sevilla*. Es claro, que para los críticos que defienden la autoría española y tirsiana del mito, es fundamental que haya una relación autorial diáfana entre Tirso y *El Burlador de Sevilla*. Sin embargo, como hemos señalado Alfredo Rodríguez López-Vázquez prueba de manera contundente que la pluma del *autor de comedias*, Andrés de Claramonte, estuvo involucrada en la escritura de las obras de nuestro campo documental, y que la defensa de una autoría única de Tirso Molina sobre *El Burlador de Sevilla*, implica una serie de suposiciones que no tienen fundamento. Más aún lo que logra probar Rodríguez es que los argumentos que tradicionalmente se usan para defender la autoría de Tirso sobre ese texto encajan de mejor manera para defender la de Claramonte.

Sin embargo, no queremos caer en la dicotomía Tirso vs. Claramonte, o quién es el autor de *El Burlador de Sevilla*. Primero porque del trabajo riguroso de Rodríguez López-Vázquez se deduce que Claramonte tuvo que participar de manera directa en algunos de los documentos que tenemos, segundo porque como creemos haber probado la pregunta viene de una tradición que asume un tipo específico de autoría. Cuando se pregunta quién es el autor de *El Burlador de Sevilla*, se asume: 1) que hubo sólo uno; 2) que *El Burlador* es un texto independiente y único; 3) que este texto es punto de origen de un mito de carácter mundial; y 4) asume un tipo de autoría, la del libro, sobre un producto que no lo es. Sin embargo si aplicamos los supuestos teóricos del *printspace* y la conceptualización del teatro que hicimos en el primer aparte de este capítulo para re-plantear la problemática autoría del

Burlador se obtiene un marco investigativo en el que un problema académico en cuestión se puede entender como tal y no como una lucha de facciones contrarias y de paso arroja un poco de luz sobre la compleja construcción de las autorías en el teatro del Siglo de oro.

VI. Conclusiones

De la discusión anterior hay un punto que debemos resaltar y que es fundamental. La difusión del mito del Don Juan no favorece a ninguna obra ni a ningún autor de manera sobre las otras. Más aún la difusión del mito en el contexto europeo se basa en un proceso de re-semantización y de re-versionamiento. El objetivo es siempre presentar una variación sobre la historia del Don Juan, no ya refundir, sino re-crear. Este proceso resemantizador para el que el mito del Don Juan se presta tan fácilmente, y que es uno de sus elementos estructurales, demuestra que no hay en realidad una autoría que ancle a la obra, lo cual en el caso particular de Tirso se corrobora de manera fácil si se considera el momento en el que su autoría sobre el mismo es construída. Sin embargo, la difusión continental del mito ha conllevado a la asociación de grandes firmas a las narrativas donjuanescas, lo cual sumado a la consolidación de la autoría del libro y del paradigma autorial propuesto por el romanticismo como paradigma paratextual ha implicado el oscurecimiento de los múltiples agentes que participaron en la creación de este objeto cultural; en nuestro caso particular los *autores de comedias* y las compañías teatrales del Siglo de oro. La construcción de Tirso como autor del mito y del BS1630 es la necesidad crítica de anclar ese proceso de difusión a una obra y un autor particular, implica además un proceso de privatización y de apropiación de una narrativa que encubre intervención de al menos Andrés de Claramonte en la difusión inicial en el mercado de lo impreso.

El proceso de difusión del mito queda perfectamente enmarcada en una ópera italiana cuya música es compuesta por Giuseppe Gazzaniga y cuyo libreto fue escrito por Giovanni Bertati: *Il*

capriccio drammatico, estrenada en 1787 en Florencia¹². Es una obra en dos actos. En el primero se presenta a una compañía de ópera italiana que infructuosamente busca éxito en Alemania. El director de la compañía, Policastro, decide entonces representar *Il convitato di pietra*, pero sus actores se oponen inmediatamente a esta idea. Sin embargo, el empresario acomete con su propósito. A lo cual sus actores de nuevo se oponen aludiendo que falta un actor que haga de cómico. Policastro se pone a sí mismo como cómico y continúa con su plan, el cual al final prevalece. El segundo acto de la ópera es pues el *Don Giovanni* de la compañía presentado en un sólo acto.

El eje sobre el que gira toda la obra es la escogencia del Policastro del Don Juan, elección que sirve de excusa para presentar una burla crítica sobre cómo funcionaban las compañías de ópera –muy similar por cierto a los episodios con los que abrimos este capítulo. Se usa al Don Juan para hacer este comentario pues su naturaleza de obra trillada y adaptable que satisface al público se presta para los juegos meta genéricos. Sin embargo, este comentario sobre el medio no es una mera excusa humorística y no se reduce a la ópera y a su producción. Bertati conoce la tradición europea del Don Juan y sus muchas versiones, no ya de la ópera sino del teatro y reflexiona explícitamente sobre ella. Este comentario genérico recae en la tradición de re-escritura de una historia ya gastada y la necesidad de adaptarla para la satisfacción del público:

¹² Seguiremos la versión impresa en Venecia por Antonio Casali en 1787 cuya versión digitalizada se puede encontrar en: <https://books.google.com/books?id=AC0JpiC6Xk4C>.

CAVALLIERE: Informato mi son caro impresario
Che la volete dar per cosa nuova
Ed è vecchia all opposto
Più ancor dell invenzion del Menarosto
La fanno i commedianti
Da due secoli in qua con gran schiamazzo
Ma solamente per il popolazzo
POLICASTRO: Signor sì ve l'accordo
Ma la nostra commedia
Ridotta com ella è fra la Spagnola
Di Tirso de Molina
Tra quella di Moliere
E quella delli nostri commedianti
Qualunque sia non fu veduta avanti
(Venezia: Antonio Casali, 1878. 19)

El *Capriccio*, o mejor, *Don Giovanni* se presenta entonces como hija de una tradición de dos siglos, pero además como una refundición entre el texto de Molière y el de Tirso, mas el que traen los comediantes. El empresario no da prioridad a texto alguno y de hecho trata al de Molière y al de Tirso como versiones de una tradición que los antecede. Es un episodio ejemplificante pues muestra cómo el mito se reescribía y se reversionaba, tomando de los impresos, así como de los manuscritos. El *Don Giovanni* que se presenta en el segundo acto, no es pues sino una versión en la que la dirección recae sobre Policastro pero la obra es sin duda un producto de autoría colectiva que condensa un tradición de siglos para satisfacer el gusto de un público particular. Es claro, entonces que en este modelo Bertati por un lado, niega la autoría particular del Don Juan, en el sentido en que muestra cómo la obra que llegaba al público era siempre una refundición, pero por otro lado subraya *su* autoría al reflexionar sobre la tradición en la que escribe. Bertati debe dar un salto meta-dramático, debe reflexionar sobre el sistema mismo, sobre su género, pues solo en esa dimensión añadida es que su obra deja de ser una mera representación más para convertirse en una nueva versión.

Es un episodio fundamental porque la autoría de Policastro, del empresario de la ópera – equivalente a la del *autor de comedias*, queda ficcionalizada y reducida a recurso humorístico y en su lugar y gracias a esa reducción textual se reafirma al autor del impreso y su producto. Es en suma

una ficcionalización textual de lo que sucede a nivel crítico con Tirso y Andrés de Claramonte por un lado, y más en general lo que sucede con el mito entero del Don Juan que es el producto de la interacción de una tradición oral y performativa, de una plataforma de distribución, los corrales del Siglo de oro. El caso de Claramonte, Tirso y el BS1630 es lo que le sucedería a *Il capriccio drammatico* si obviamos el primer acto. Es decir, tendríamos un Don Giovanni impreso a nombre de Bertati y desaparecería la participación de Policastro totalmente. Ese primer acto de la obra es fundamental y revela el énfasis que el autor quiere darle a su obra. Al ficcionalizar el proceso creativo de los empresarios, Bertati se pone por encima del mismo y descalifica la refundición de Policastro. Y es aquí que se debe tener en cuenta que esta obra se publica justamente a finales del siglo XVIII, justo cuando la autoría del libro impreso ya se ha terminado de establecer y termina por volverse el paradigma cultural. En ese proceso se canibaliza a todos los otros agentes de producción, allí Policastro/Claramonte se vuelven una mera ficción.

El primer acto del *Carpriccio* muestra lo que se obvia cuando se intenta forzar una autoría única y personal en el Don Juan. Es además es la metáfora de lo que nuestro campo documental nos muestra y nos sirve como ilustración de nuestra propuesta principal respecto al *Burlador de Sevilla* y su compleja autoría. Y es este episodio el que de mejor manera representa lo que hemos encontrado en nuestra investigación sobre el *Burlador*. Es este primer acto el que queremos resituirle a la investigación crítica del Don Juan. En suma: a principios del siglo XVII el teatro español produjo una serie de textos acerca de un personaje y su castigo; este cúmulo de narrativas está representado, como mostramos en nuestro campo documental, tenemos allí representaciones de diversas obras que podemos relacionar y conectar entre ellas, estas representaciones no tienen una autoría única sino una autoría compartida entre las compañías y los escritores, entre los autores de comedias como Andrés de Claramonte y los Autores impresos como Tirso de Molina. En este mismo momento, las imprentas españolas están abriendo el mercado a la impresión de comedias, y toman los éxitos de los

corrales y los publican en papel impreso. Producto de este proceso tenemos las dos primeras versiones de Don Juan impresas del mercado español, BS1630 y TL. *El Burlador de Sevilla*, es una obra impresa que forma parte de este cúmulo y que en el papel se la atribuye a Tirso. Esta atribución puede ser cierta, puede ser que la comedia fuese de Tirso de Molina, lo cual no quiere decir en ningún momento que él la haya escrito, la relación autorial sobre una obra en el Siglo de Oro, era una relación de propiedad material no necesariamente de propiedad creativa, como hemos señalado justamente con la Parte Segunda de Tirso. Tampoco ello quiere decir que hubiese un manuscrito original del BS1630 que era “la obra” como la había entendido su autor, sino que el impresor Simón Fajardo adquirió un manuscrito titulado *El Burlador de Sevilla y Convidado de Piedra* y decidió publicarlo. Este manuscrito hipotético podría haber sido manipulado y cambiado muchas veces, ser la refundición de una o más obras antes de llegar a la imprenta. Si consideramos el rol que jugaba *el autor de comedias* y el escritor, es perfectamente posible, que Andrés de Claramonte hubiese escrito *El Burlador de Sevilla* y el *Tan largo me lo fiais*, pero que el Burlador fuera de Tirso a la hora de llegar a la imprenta. Esto, claro, no encaja en el modelo tradicional de autoría, por lo cual hoy tenemos un debate intenso sobre su atribución, pero encaja perfectamente en el modelo de autoría del *printspace* y su relación con el fluido mercado teatral de la época. En nuestro modelo las posiciones sobre el debate autorial del Don Juan pueden coexistir y ser ambas ciertas. Además pueden haber más plumas involucradas y muchísimas más versiones de *El Burlador* que BS1630. Pero, extendiendo lo que los bibliógrafos como McGann y McKenzie han hecho para el “copy-text”, en nuestro modelo *no hay un texto arquetípico*, no hay un origen de todo, sino que hay un mercado cultural que produce objetos todos conectados y que se retroalimentan constantemente.

En nuestro modelo el mito como tal no tiene autor ni se origina en una obra única. Un mito es un objeto cultural de muchísima más envergadura que un libro, pero que sin duda no tiene una relación autorial con una persona, pues no hay una relación de propiedad, así como no hay función

autorial en términos foucaultianos¹³. Un mito es una construcción cultural de una comunidad y es mito en la medida en que su difusión y su consumo y su producción es mantenida por dicha comunidad por un espacio de tiempo. El mito del Don Juan es tal porque el cúmulo de narrativas relatos al que se debe su difusión es plástico y maleable y permite la variación y la adaptación. El hecho de que carezca de una relación autorial inicial, es lo que facilita su difusión.

Si asumimos que la Autoría es la autoría del libro impreso, sin duda terminaremos en el debate que hasta ahora hemos mantenido sobre *Don Juan* y el BS1630. La relación autorial del libro, es una relación 1-a-1 y por eso en ese modelo se busca siempre una relación lineal de fuentes e intertextos. Pero si pensamos en el modelo de autoría que nos permite el *printscape* y que definimos en el primer aparte de este capítulo tendremos un modelo menos determinista, en cierta medida menos satisfactorio, pues ofrece menos elementos absolutamente definitivos, pero mucho más coherentes con el sistema de producción de los objetos culturales en la primera modernidad. Es más gratificante postular duplas de autores y obras, genios y sus genialidades, pues ello supone una esperanza. Nuestro modelo acepta el azar y lo aleatorio, y ello lo hace menos gratificante, pero creemos que por ello puede ser más cierto. No hay grandes héroes, no hay genios. Hay un héroe de muchas caras que es una creación cultural de muchos, pero no hay un gran autor del mito, y por ende, parte del mito muere en nuestro modelo. La búsqueda tradicional quiere encontrar un sustento real, un don Juan real, en el cual el mito se basa. Esta búsqueda coincide con la necesidad de buscar un autor original, un genio universal capaz de hablarnos a todos y capaz de crear el mito. En esa búsqueda, que es una guerra, el autor y el héroe se confunden y terminan por expresar una verdad que es difícil de digerir, los héroes son objetos mediáticos, y la autoría entendida así es una creación del mundo de lo impreso. La necesidad de linealizar el mito del Don Juan revela qué tan fuerte es el modelo de autoría del libro y cómo este modelo no logra explicar con claridad todos los hechos

¹³ Ver Introducción.

literarios. El hecho además de que se busque emular la autoría del libro en otros productos culturales es evidencia de que el medio de transporte de la información favorece e impone prácticas. A su vez, implica que con el cambio de medio lo que podemos esperar es un cambio en lo que consideramos una *autoría*.

Esperamos en este capítulo haber demostrado que siguiendo el modelo del *Printspace* los mismos hechos y datos pueden ser explicados de mejor manera, y permiten un entendimiento más completo de la autoría de los productos textuales. Esperamos también haber demostrado que las autorías que consideramos canónicas son creaciones de las instituciones de control y difusión del texto, y que siempre son de carácter histórico, contingente y muy posteriores a los hechos.

CAPÍTULO IV: LOS PARIAS DEL PARNASO

*O poeta é um fingidor
Finge tão completamente
Que chega a fingir que é dor
A dor que deveras sente.*
“Autopsicografia” Fernando Pessoa

I. Introducción

Tal como hemos señalado en nuestro análisis del teatro con respecto a los *autores de comedias* y los escritores de comedias a lo largo de los siglos XVI y XVII, los oficios involucrados en la publicación de un libro son muy variables y no están completamente estandarizados durante este periodo. En la actualidad tenemos una relación casi unívoca entre los procesos necesarios para la producción de un libro y los profesionales que los realizan: autor, editor, impresor y libreros. En cambio en el Siglo de Oro eran comunes los casos de impresores que hacían las veces de editores, siendo sólo uno de los más famosos el de Santiago Cormellas quien poseía una imprenta y financiaba/editaba muchas de las ediciones que imprimía (Moll “El libro”). También era normal que los editores hicieran las veces de libreros, como Alonso Pérez quien vendía en su librería y distribuía a otras librerías los libros que financiaba. Por ello la división actual: escritura, edición, impresión y venta, sólo nos es útil para el contexto de los primeros siglos del *printspace* si se considera que separa funciones en la publicación de un libro y no profesiones u oficios.

Los investigadores del mercado del libro aurisecular suelen enfrentarse a este problema. Cayuela señala que en el Siglo de Oro el término «librero» “designa a menudo una triple función: editor, encuadernador y mercader de libros” (Cayuela “Alonso Pérez”). Lo mismo se puede decir del término *impresor*, bajo el cual se designa igualmente diferentes funciones: la de composición, la de

compra y selección del papel, la de prensado y, muchas veces, la de la financiación de las obras. Pero es realmente el término editor el que presenta la mayor dificultad pues como Jaime Moll señala: “es cosa moderna” (“El libro”). En el Siglo de Oro “no existía la figura del editor” (Moll “El libro”). Si observamos las funciones de un editor moderno (editorial o persona): corrección de textos, diseño de estrategias de mercadeo y financiación de los libros, podemos notar que en los primeros siglos de la imprenta muchas de estas funciones le corresponden ya al impresor, ya al librero. La corrección de los textos las más de las veces la hacía el componedor de la imprenta. Las estrategias de mercadeo así como la encuadernación le correspondía al vendedor del libro o al mercader de libros. Restaba entonces la función de financiación del texto que como hemos señalado podía ser responsabilidad del impresor, del librero, del autor mismo o un mecenas suyo, o incluso de un tercero ajeno al negocio de los libros.

Por todo lo anterior, dejando de lado la escritura propia, resulta más acertado pensar en dos polos funcionales de los mecanismos de publicación de libros en el Siglo de Oro: la impresión y el mercadeo¹. Ello lo podemos respaldar en los paratextos del libro. Desde la pragmática de 1558 el impresor del libro (o la imprenta) debía figurar en los paratextos legales. Del mismo modo, aunque sin ser una necesidad legal, en las portadas de los textos se señalaba “a costa” de quien se había impreso el texto y cuando no se hacía, se debe asumir que era el mismo impresor quien lo había hecho. Con la estandarización de los medios legales y comerciales estos dos polos comienzan a estabilizarse en las figuras del impresor y del mercader de libros: el impresor a cargo de la producción material y el mercader como financiador de las obras y encargado de los trámites legales, la compra de manuscritos y la distribución de los libros a las librerías. Sin embargo, a lo largo de la

¹ Se debe tener en cuenta que el panorama no mejoró mucho en el siglo XVII y el término librero así como mercader de libros termina por reunir un conjunto muy diverso de profesionales que cumplen funciones diferentes. García Cuadrado ha estudiado el problema terminológico en detalle para el siglo XVII y demuestra esta problemática claramente.

primera mitad del siglo XVII no hay una separación absoluta entre los oficios, aunque es cada vez más común ser impresor o mercader y no ambas cosas.

Se debe recordar que esos dos polos de producción del libro originalmente estaban unidos todos en el impresor. En los primeros años de la imprenta el impresor era mercader y librero. Una evidencia de lo anterior y además una interesante forma de hacer un seguimiento a cómo se van estandarizando las profesiones en los primeros siglos del *printspace* son las cofradías: hermandades o asociaciones de profesionales dedicados a la producción de libros. Febvre y Martin señalan en su fundante *La aparición del libro* cómo en los primeros años de 1500 las cofradías francesas reunían a todos los involucrados en la impresión, desde el obrero raso al dueño de la imprenta, para luego irse separando en diferentes hermandades más especializadas a lo largo del siglo (158). En nuestro contexto la creación de la Hermandad de Impresores de San Juan en 1597 y la formación de la Cofradía de Mercaderes de Libros de San Gerónimo en 1611 son una clara muestra de una bifurcación en dos profesiones la de impresor y la de mercader (Cayuela, *Alonso Pérez*). Ahora, como hemos dicho, la separación funcional se da acompañada de cierta estandarización de los oficios pero no es tajante. Cayuela reporta un interesante discurso en el que Alonso Jerónimo de Salas Barbadillo se dirige a sus colegas de la Cofradía y define su perfil de mercaderes de libros de grueso pero sin separarse totalmente de los impresores: “vuestas mercedes los señores Mercaderes de Libros, aquellos que toda, o la mayor parte del año hacen sudar las prensas, tienen un ejercicio indubitavelmente noble, y tanto más noble, que el de todos los demás Mercaderes en grueso del mundo” (cit. en *Alonso Pérez*).

La conformación de estos dos polos, en particular la consolidación y profesionalización de la figura del mercader de libros y sus funciones editoriales, demuestra la evolución del *printspace*: las funciones de producción y distribución comienzan a diferenciarse y a su vez a separarse de la curación de contenidos. Ahora se requieren agentes que promuevan ciertos productos y que de

manera cada vez más sofisticada evalúen las prácticas de consumo del público lector, es en este momento en que comienza a desarrollarse la figura del editor. En este panorama de principios de siglo XVII es cuando hace carrera Alonso Pérez, un mercader de libros excepcional y que usaremos como ejemplo para mostrar la consolidación de la labor editorial en el *printscape*. Pérez fue un mercader de libros puro, en el sentido en que no poseía una imprenta y la mayor parte de su carrera consistió en la financiación y publicación de obras y en la compra y venta de textos en su librería.

Decíamos que Pérez es excepcional en su contexto no sólo porque es uno de los mercaderes de mayor volumen en publicaciones sino porque es el único que se especializa en textos literarios. Hoy día es ampliamente conocido por ser el mercader escogido por Lope desde la publicación de la *Parte XI* de sus comedias cuando este decide hacerse cargo de la publicación de las mismas. Sin embargo este hecho suele hacer que se pase por alto la relevancia de Pérez en el mercado de libros del Siglo de Oro. Cayuela, quien ha catalogado y estudiado el trabajo de Pérez, recoge los datos de la producción de los mercaderes contemporáneos. Alonso Pérez ocupa el tercer lugar en volumen con la publicación de 179 ediciones superado sólo por Francisco de Robles y Gabriel de León y seguido muy de lejos por los demás mercaderes de entonces. Sin embargo, un contraste con el caso de Francisco de Robles, célebre por financiar *El Quijote* y *Las Novelas Ejemplares* de Miguel de Cervantes, resaltarán la excepcionalidad de Pérez: Robles publicó más de 200 obras pero sólo 8 de ellas fueron literarias, Pérez en cambio publicó 123 obras literarias de 179 a lo largo de su vida (Cayuela, *Alonso Pérez*).

Esa especialización comercial en el campo literario lo posiciona como un elemento clave en las prácticas de consumo del mercado del libro aurisecular. Al ver el rotundo éxito de las *Novelas Ejemplares* se lanza a publicar obras de este género: “contribuye a la publicación de veinte de las setenta y cuatro ediciones o reediciones de colecciones de novelas publicadas entre 1613 y 1645. Se trata siempre de primeras ediciones y, salvo raras excepciones, de ediciones únicas. Alonso Pérez es

el editor más activo en este terreno, y contribuye al lanzamiento de una moda literaria” (Cayuela *Alonso Pérez*). De la misma forma Pérez participa de manera fundamental en la conformación de las Partes de comedia como género editorial. En los capítulos anteriores hemos mostrado cómo las Partes se convierten en un género propiamente dicho cuando Lope se hace cargo de la publicación de las suyas y estandariza una serie de elementos bibliográficos en el género. En vista de lo anterior no se puede entender como una coincidencia que Lope escoja a Pérez para realizar su proyecto autorial —¿o que Pérez decida financiar el proyecto autorial de Lope?—. Se debe tener cuenta que la colaboración entre autor y editor permanece estable desde ese momento hasta la muerte del Fénix, y se expande no sólo a sus Partes sino a todos los demás géneros que Lope publica. Todo esto es prueba de la capacidad profesional de Pérez en la creación de mercancías impresas y resalta su importancia pues tanto Lope como el género de las novelas cortas son dos de los productos más consumidos del *printscape*.

El éxito editorial de Pérez sin embargo no se debía a un privilegiado olfato comercial, al menos no exclusivamente. A lo largo de su carrera el editor logra crear una red de colaboradores en todas las posiciones clave de la publicación de textos. Cayuela señala que pareciera “casi ilegal” la forma en que se eligen siempre censores cercanos o adeptos a Lope para dar licencia a los textos publicados por Pérez y cómo estos mismos censores suelen figurar como autores de poemas laudatorios en diversos libros de su catálogo (*Alonso Pérez*). A este grupo se sumaba además una serie de corresponsales en otras ciudades incluso fuera de la península lo cual hacía de la red de Pérez una verdadera industria transnacional con agentes en todos los estadios de la producción y distribución de texto impreso.

A todo esto se sumaba la librería que tenía en Madrid con más de 19.000 ejemplares, lo cual la hacía una de las más grandes de la ciudad. Es por supuesto un lugar privilegiado para la formación de un público lector específico:

La librería de Alonso Pérez ofrece sus libros a una amplia clientela urbana, responde a las necesidades de todos los estamentos de la sociedad madrileña, de los diferentes oficios, situados en diferentes niveles de la escala social. Sus clientes privilegiados son los literatos, con los que Alonso Pérez tenía relación asidua en calidad de editor. Propone herramientas filológicas (gramáticas, artes poéticas, manuales de escribientes), grandes obras clásicas, obras literarias del siglo anterior y mucha literatura «contemporánea». La librería de Alonso Pérez contiene en efecto lo esencial de las publicaciones poéticas, novelescas y teatrales de la primera mitad del xvii dirigidas a un amplio público. (Cayuela, *Alonso Pérez*)

Lo anterior no debe dar a entender que Pérez cultivara sólo a un público especializado. Hay una labor curatorial que privilegia lo literario pero que intenta dar a sus clientes, independiente de su preferencia genérica o temática, los libros clave de cada tema.

La carrera editorial de Pérez comienza en 1602 y termina en 1645. En 1617 comienza su colaboración con Lope y desde entonces en el campo literario Pérez publica especialmente a dos autores: Lope y su hijo, Juan Pérez de Montalbán. Esta dedicación en un mercader con un volumen de impresión como el suyo no debe ser entendida como mero capricho o un caso de nepotismo con su hijo, los dos autores son dos de los nombres más importantes del Siglo de Oro español.

Entendiendo las autorías como mercancías textuales podemos decir que Alonso Pérez tenía en su catálogo dos de los productos más valiosos del mercado y que se dedica a ellos casi la mayor parte de su carrera.

Ahora bien, es claro que Pérez participa en la conformación de la autoría de su hijo desde el inicio de su carrera pues financia todas sus obras y que en cambio Lope ya es Lope cuando comienza a publicar con Pérez. Estas autorías son dos proyectos editoriales distintos pero que sin duda se nutren el uno del otro. Cuando Lope se hace cargo de sus publicaciones y lo hace de la mano de Pérez, se conforma un proyecto editorial en el que editor y autor trabajarán para defender y

consolidar una firma ya establecida. Sobretudo es un proyecto en que el Fénix busca apropiarse de su obra impresa pues esta escapaba su control. El proyecto editorial de Pérez Montalbán es el de establecer una autoría, de crearla desde el inicio.

Por todo lo anterior la comparación entre estas dos autorías es pertinente para nuestro estudio, sobre todo si se entiende desde el punto de vista del mercader de libros, pues nos permitirá analizar mercancías textuales concebidas como tales e individualar las estrategias artísticas y comerciales que se usaron para establecerlas. En las huellas impresas que nos han dejado estos dos autores podremos evidenciar el componente editorial presente en toda autoría impresa, y a su vez nos servirá para mostrar el desarrollo temprano de la figura del editor y su responsabilidad en la consolidación del autor como principal paratexto del libro impreso y la autoría como principal producto del mercado. A continuación presentaremos un contexto específico y un conjunto de obras que facilitará nuestro estudio y que nos permitirá seleccionar detalladamente los elementos que queremos destacar.

II. El contexto y las obras

En la publicación de Partes de comedias de Lope de Vega hay un hiato de diez años en los que su acelerada producción se detuvo: 1625-1635. El involucramiento de Lope en el proceso de impresión de su obra fue tremendamente exitoso si se tienen en cuenta las múltiples reediciones que tuvo cada parte publicada. Por ello, el hiato de diez años supuso interrogantes para la crítica que durante mucho tiempo no logró explicar de manera satisfactoria las razones del prolongado silencio. En 1979 Jaime Moll zanja el problema al señalar que el 6 de marzo de 1625 la Junta de Reformatión sugiere al Rey ordenar al Consejo de Castilla que congelara la emisión de licencias para comedias y novelas.

El trabajo de Moll abrió la puerta a un nuevo escenario para los críticos, quienes ahora

estaban frente a un contexto privilegiado para el análisis. La normativa de la Junta había parado la producción de comedias y novelas pero no la publicación de impresos literarios en general. Por ende, los escritores se veían obligados a adaptar sus creaciones a las limitaciones legales y en pos de esquivar la nueva regulación generaban una serie de obras que se salían de las convenciones genéricas establecidas, pero que a la vez intentaban satisfacer las expectativas de un público que ya estaba acostumbrado a un cierto tipo de productos.

Una de las obras de este período ha recibido particular atención crítica: *Para todos: exemplos humanos y divinos en que se tratan diversas, ciencias, materias y facultades. Repartidos en los siete días de la semana y dirigidos a diferentes personas del doctor Juan Pérez de Montalbán* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1632)²³. *Para todos* es una miscelánea que incluye entre otros textos, cuatro novelas cortas, cuatro comedias y dos autos sacramentales, y que gozó de altísima popularidad. Desde su publicación y hasta 1756 se produjeron veinte reediciones, entre ellas tres traducciones: una al francés, una al inglés y una al italiano (Job 18). Sin embargo, la difusión del *Para Todos* se detiene después de la mitad del siglo XVIII y Pérez de Montalbán comienza a ser considerado un autor segundón en el canon de la literatura del Siglo de Oro. Sólo en 2011 el texto vuelve a ser publicado en una edición modernizada en la tesis doctoral de Valerie Y'llise Job⁴. Esta tesis se basa en el trabajo de diversos estudiosos que durante décadas han intentado revalorar la obra de Pérez de Montalbán, muy en particular Victor Dixon, Maria Grazia Profeti y A. Parker. Para ellos el trabajo

² Una versión digitalizada se puede encontrar en:

<http://bib.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12715287557161542976846/ima0012.htm>. De aquí en adelante nos referiremos a esta obra de manera abreviada como *Para todos*.

³ La fecha exacta de la publicación del *Para todos* no se conoce con exactitud pero hay suficientes razones para afirmar que se debió haber dado a mediados de mayo de 1632. Esta fecha de publicación es fuente frecuente de confusiones pues durante mucho tiempo se consideró que la *princeps* era una rareza bibliográfica que ya no se encontraba. Plata sin embargo ha localizado unos cuantos ejemplares en bibliotecas europeas. El mismo investigador señala que a pesar de ello muchos críticos aún consideran que la *princeps* no se encuentra, demostrando de nuevo el desconocimiento que rodea la obra de Montalbán.

⁴ Este es el texto que seguimos, todas nuestras citas provienen de esta versión.

de Moll citado más arriba ha sido fundamental y ha revitalizado los estudios sobre Pérez de Montalbán y sus textos.

La crítica ha señalado a esta miscelánea como un texto híbrido, resultado directo de la política impuesta por la Junta de Reформación. Infortunadamente su estudio tiende a reducir al texto a sólo eso: un texto que *es* en función de la normativa. Se piensa que su estructura narrativa es solo una forma de camuflar una serie de comedias y novelas. La crítica obvia un hecho fundamental: todo texto es un producto directo de las limitaciones legales, materiales y comerciales que su plataforma de publicación permite. De hecho, lo que intentaremos demostrar en este capítulo es que esta obra es una muestra excelente de los elementos que en el siglo XVII servían para construir y fundamentar las autorías como productos establecidos del mercado del libro.

Antes de imprimir el *Para Todos*, Pérez de Montalbán ya gozaba de amplio reconocimiento intelectual y editorial. Desde muy joven había participado en un gran número de justas poéticas, casi siempre compitiendo con Calderón y repartiéndose los premios con este (Dixon, “New (and Ancient)” 520). Después de contribuir con numerosas poesías y aprobaciones a diversos textos, Montalbán publica su primer libro: *Sucesos y prodigios de amor* (Madrid: Alonso Pérez y Juan González, 1624). Era una colección de ocho novelas cortas que gozaría de altísima popularidad y que formaba parte del género de libros que imitaban a las *Novelas Ejemplares*, género que publicó pródigamente su padre. Su éxito lo evidencian las cinco reediciones que tuvo en un lapso de nueve años (Profeti, *Per una bibliografía* 9). Cuatro días después de la publicación de los *Sucesos* Pérez publica un poema mitológico de cuatro cantos, *Orfeo en lengua castellana* (Madrid: Alonso Pérez y Viuda de Alonso de Martín, 1624)⁵ que recorre los pormenores del mito de Orfeo y Eurídice y que basa en su múltiples lecturas de Ovidio y Virgilio (Arcaz Pozo 212). El poema también gozaría de inmensa popularidad,

⁵ Una versión digitalizada puede encontrarse en: <https://books.google.com/books?id=5L5dAAAACAAJ>. Hemos seguido también la edición moderna de Pablo Cabañas (Madrid: Instituto Miguel de Cervantes, 1948).

aunque hasta hoy su éxito lo ensombrecen rumores de que la obra habría sido escrita por Lope y se suele interpretar más como una respuesta anti-gongorina al *Orfeo* de Juan de Jáuregui (Dixon, “New (and Ancient)” 522). Asimismo en 1627, ya bajo la suspensión de licencias para novelas, Montalbán publicaría la “novela a lo divino”, *Vida y Purgatorio de San Patricio*⁶. Si bien la hagiografía novelada no gozaría del mismo éxito que las anteriores, tendría tres reediciones en cuatro años y una traducción al italiano (Profeti, *Per una bibliografia* 9). Estas tres obras hacían de Montalbán un autor establecido en el mercado del texto impreso español en el momento en el que su *Para todos* es publicado.

Además de ello para cuando se imprime la miscelánea, Pérez de Montalbán es también un poeta de comedias exitoso. Al menos tres de sus comedias ya habían sido representadas ante los reyes, y una de las comedias que incluirá en su miscelánea, *No hay vida como la honra* había sido representada simultáneamente en los teatros madrileños el “Corral de la Cruz” y “Corral del Príncipe”, algo de lo que no se tiene registro con ningún otro poeta, ni siquiera Lope o Calderón (Demattè, “La fortuna” 79). Más aún, si se juzgara por el número de sueltas impresas de Montalbán, “excelente baremo de la circulación de un texto, [...] ni hasta entonces, ni desde entonces, nadie ha logrado acumular tantas ediciones de un mismo texto” (García Luengos 6). En suma, el doctor Pérez de Montalbán era reconocido tanto en las librerías como en los corrales.

Se debe tener en cuenta que, aunque exitoso, Montalbán en 1625 tiene a lo más 24 años y su carrera literaria está apenas comenzando. Este éxito y trayectoria es el claro reflejo de haber crecido en la librería de su padre y haber sido apadrinado por Lope, pero además es muestra de cómo la construcción de la autoría de Pérez es un proyecto editorial premeditado en el que participa el escritor pero también su padre con sus estrategias de mercadeo, siempre impulsado por otro producto textual ya establecido: el Fénix. Lope había comenzado su colaboración con Alonso Pérez

⁶ No se conserva una copia de la primera edición, sin embargo el cuidadoso trabajo de Profeti y de Dixon localiza su origen en Madrid en marzo de 1627 (Dixon “Montalban’s Vida”). .

cuando Montalbán tenía 16 años y rápidamente se convertiría en su maestro y mentor según declara Montalbán años más tarde en el poema panegírico a la muerte del Fénix, *Fama Posthuma* (Madrid: Alonso Pérez, 1636)⁷. Por ello, cuando la normativa es promulgada por la Junta de Reформación, la autoría de Montalbán es ya un proyecto creativo literario y comercial ampliamente establecido. A pesar de ello, el joven autor está apenas empezando su carrera y la impresión y publicación de sus obras está en sus primeros estadios y debe sin duda continuar. La suspensión lo pone entonces en una posición problemática pues debe continuar la construcción de su marca autoral pero con nuevos registros literarios. Su primer intento en este contexto es, como hemos dicho, la *novela a lo divino* sobre la vida de San Patricio que sin embargo no tiene el mismo éxito de sus obras previas. Su segunda salida tendría entonces que ser un libro mucho más ambicioso. Es en ese particular momento de su trayectoria en el que se debe estudiar el *Para Todos*, una obra que ya desde su título demuestra una intención universal en términos de difusión, pero sobre todo, una obra que responde a la pregunta ¿cómo seguir siendo un autor sin publicar comedias o novelas? Mejor aún ¿cómo construir una autoría?

Cayuela ha analizado la totalidad de libros publicados en el período de suspensión y demuestra que se siguen publicando novelas si bien en mucho menor volumen, se siguen publicando comedias como parte de narrativas más extensas como el *Para todos*, pero en cambio se detiene completamente la producción de Partes de comedias (“La prosa de ficción” 51). De tal modo la suspensión creaba un problema difícil para Montalbán, pero mucho más complicado para el otro autor de Alonso Pérez, Lope de Vega. Detener el proceso de impresión de sus partes suponía detener el proyecto editorial de mayor envergadura del teatro español impreso, significaba detener un proceso en el que el poeta ha decidido apropiarse de la publicación de sus obras en pos de una

⁷ Una versión digitalizada del original se puede encontrar en: <https://books.google.com/books?id=7qTYBEd1omgC&pg>. Seguimos el original en cotejo con la edición de Enrico di Pastena.

defensa y construcción de su autoría. Más aún, como señalamos en la introducción, desde la pragmática de 1557 la licencia hacía legítimos a los textos publicados y partes de un territorio textual: los reinos bajo el Consejo de Castilla. Sus partes de comedia ya no conformaban ese territorio, ahora eran ilegítimas.

Durante el periodo de suspensión de licencias Lope publica *La corona trágica* (Madrid: Luis Sánchez, 1627), *Laurel de Apolo* (Madrid: Juan González, 1630), *La Dorotea* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1632), *El huerto desbecho* (Madrid: Francisco Martínez, 1633) y las *Rimas humanas y divinas del Licenciado Tomé de Burguillos* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1634)⁸; todos estos a cargo de Alonso Pérez. *La corona trágica* es una biografía de María de Escocia escrita en verso y con un claro interés político muy afín a los intereses de Castilla y que no tendría por lo tanto ningún problema para ser publicada. El *Laurel de Apolo* es la peregrinación al monte Helicón acompañada de la coronación y elogios a academias, ingenios y textos, y por la tanto tampoco suponía una violación de la normativa promulgada por la Junta de reformation. *La Dorotea* es descrita en portada como una “acción en prosa”, una obra que sin duda tiene tanto de drama como de novela y que se inscribe en la tradición genérica celestinesca. Por último, las *Rimas* son un poemario del que el autor es un personaje ficticio que el Fénix ha venido construyendo a lo largo de su carrera, el licenciado o maestro Tomé de Burguillos.

Estas obras conforman lo que la crítica ha etiquetado como el ciclo de *senectute* del Fénix y que se asocia con un sentimiento de despecho y de preocupación por el tema del mecenazgo y la valoración de los ingenios y sus obras en función del mismo (Rozas 78). Es un período en el que la fértil producción de Lope toma matices que distan mucho de sus textos de juventud, no sólo en sus temáticas sino también en lo estilístico y formal y que “debe revisarse a la luz de una progresiva

⁸ Versión digitalizada: <http://bdh.bne.es/bnearch/detalle/bdh0000110541>. Además del original hemos seguido la edición de Castalia de 2005 realizada por Juan Manuel Rozas y Jesús Cañas Murillo.

conciencia experimental” (Brito Díaz 103).

Sucede con Lope lo contrario a lo que sucede con Juan Pérez, se lee su ciclo de Senectute atado totalmente a la cronología de su obra y se obvia la clara coincidencia del mismo con el periodo de suspensión de licencias. No queremos caer en el error de decir que estas últimas obras se deben leer como mero producto de la suspensión pero sí creemos que la posición que la normativa legal impone a los autores, y muy en particular a Lope, motiva o al menos aumenta una reflexión vital sobre su quehacer profesional y artístico y sobre la valoración de sí mismo por el público. Una reflexión vital sobre su autoría, que si bien no se limita al período de suspensión de licencias, sí está condicionada por el mismo.

Esta reflexión se puede identificar en todas las obras del ciclo de Senectute que hemos listado arriba, pero especialmente en las *Rimas* del Licenciado Tomé de Burguillos. Allí Lope publica un libro que simular no ser escrito por él sino por un personaje suyo. El texto es realmente una reflexión sobre lo que es un autor, pues es justamente el autor la mayor ficción del texto. Tanto es así que todos los elementos paratextuales del libro, tasa, aprobación, advertimiento al lector, dedicatorias, portada y retrato, señalan al licenciado como el autor. Además este es el único texto publicado por Lope desde 1617 en el que no es el Fénix quien reclama para sí mismo el privilegio sino Alonso de Pérez, el editor, lo cual no puede ser obviado. Como hemos señalado en la introducción, lo “normal” era que el autor solicitara el privilegio, y cuando no lo hacía el autor, lo hacía quien financiaba el libro. Burguillos no puede solicitar el privilegio, podría solicitarlo Lope como editor del texto, pero es Pérez quien lo solicita para mantener el juego ficcional.

Como señala Lera, se suele caracterizar a este texto como una lectura paródica de la “lírica petrarquista y la poesía cultista” (174), o como una parodia ventrílocua tras la que Lope se esconde (García Santo-Tomás). Como demostraremos más adelante, el texto de Lope es algo más que una parodia y el autor ficticio algo más que una marioneta. Grieve ha demostrado brillantemente cómo

las obras *Rimas humanas* (Madrid: Alonso Martín, 1609) y *Rimas sacras* (Madrid: Viuda de Alonso Martín, 1614) se complementan, siendo una el contrapunto de la otra, siendo las primeras la tesis y la segunda la antítesis (“Point and Counterpoint”). *Las Rimas humanas y divinas* del Licenciado son entonces una síntesis de estas dos obras anteriores, Lope establece un diálogo con su obra enmascarado en un diálogo de Burguillos con Lope. De tal modo que Lope disloca la autoría, el autor es otro personaje más y la creación poética es una ficción; Lope se aleja de su *oeuvre* para reflexionar sobre la misma.

De este modo la normativa de la suspensión de licencias obliga tanto a Lope y como a Montalbán a ponderar sus autorías. Enfrentados al mismo problema, pero en dos estadios de sus carreras radicalmente opuestos, discípulo y maestro responden y producen obras antípodas. En el siguiente aparte demostraremos que el intento universal de Pérez, el doctor produce una obra total en la que busca completar su autoría. Es un libro que busca moldear la percepción que tiene el público de su autoría y que al hacerlo muestra la lógica que estructura este proyecto. Montalbán ha escrito exitosamente novela, poesía y teatro; ahora intenta una obra que lo encierra todo, una obra que más que como poeta lo posicionaría como humanista. En cambio Lope, ya consciente de que el fin está cerca, produce una obra contenida, llena de mensajes cifrados, que parece de fácil acceso sin serlo. *Las Rimas* no tienen pretensiones universalistas y son de carácter definitivamente personal: Burguillos expresa su visión de mundo. Es una obra en donde la conversación recae no en el público ni en el lector, sino en el medio.

Por todo lo anterior hemos decidido concentrar nuestro análisis en esos dos textos pues ambos evidencian la arquitectura de los dos proyectos autoriales correspondientes. Realizaremos nuestra interpretación desde la perspectiva del mercader de libros y de lo editorial. Alonso Pérez es el gran artífice de las autorías tanto de su hijo como de Lope, su trabajo y su gran triunfo no es publicar libros, obras dispersas, sino autores. El cotejo de las dos obras arrojará luces sobre las obras

mismas y sobre las prácticas de construcción autorial del editor.

II. *Para todos*

Contrario a la creencia común, hay una característica fundamental en el *Para todos*: es un libro con una estructura organizadora clara y definida. En palabras de Dixon: “despite this deliberate diversity *Para todos* cannot justly be said to lack continuity and cohesion. Its formal construction is the reverse of disorderly” (“Montalbán’s *Para Todos*” 38). El texto inicia con la historia de Don Francisco de Bonilla y Don Pedro Vargas quienes pretenden a dos mujeres que son primas. En la tradición de las comedias una serie de malentendidos y las truculencias de otro personaje, Don Rodrigo, se interponen a las intenciones de Don Francisco y de Don Pedro. Sin embargo ellos a la postre salen vencedores y con ese motivo se reúnen una noche en una villa “en la verde orilla de Manzanares, donde concurrieron, no con poca envidia de don Rodrigo, los hombres de más ingenio y partes, y las damas de más belleza, y gracias que había en la Corte, juntamente con los mejores músicos que se conocían” (69). En dicha reunión se presenta la comedia de Montalbán *El segundo Séneca de España* y según el narrador la obra es tan exitosa que se decide que durante los siguientes siete días se hará cada día una presentación similar enfocada a un tema específico y a cargo de una persona en particular, siempre con el objetivo de celebrar las bodas de don Pedro y don Francisco. El libro entonces se conforma de siete capítulos que representan cada uno de los días de la celebración. Cada capítulo sigue el siguiente formato:

Capítulo N

- Lo que hizo Dios el día N.
- Fábula del dios asociado al Día N.
- Discurso del día del planeta del día N.
- Discurso sobre la Academia del día N.
- Comedia, Novela, o Auto Sacramental.
- Soneto.

Se abre pues cada capítulo con un largo tratado teológico basado en diversas interpretaciones del Génesis pero muy en particular en San Agustín y Santo Tomás. La fábula siguiente retoma un mito griego o latino, siguiendo principalmente a Homero o a Virgilio y se lo interpreta a luz de la doctrina católica. El discurso del planeta del día suele ser un tratado astrológico en el que se narra todo lo asociado a cada planeta. Los discursos del final de cada capítulo se reparten de la siguiente manera: 1) Discurso sobre la Filosofía, 2) Discurso sobre la Misa, 3) Tratado de la Milicia, 4) Discurso sobre los Ángeles 5) Discurso sobre el Predicador y su oficio, 6) Discurso sobre las artes y 7) Discurso de lo mejor de todas las cosas.

La estructura bocacciana que hila los distintos capítulos era habitual en los novellieri del Siglo XVII, el mismo Montalbán la había ya usado en su *Sucesos y Prodigios de amor*. Sin embargo el caso de *Para todos* es realmente particular, tanto por la cantidad de géneros usados como por el espectro de temas (Dixon, “Montalbán’s *Para todos*” 37). La escenografía novelística se encuentra a su vez con la narrativa bíblica del Génesis para explicar el universo y los saberes conocidos. El universo que se le presenta al lector es el de los libros impresos hecho de glosas y de referencias, como se puede ver en los abarrotados márgenes de sus discursos donde cada frase apunta a una fuente distinta. Montalbán pone a prueba los límites de los géneros textuales establecidos y presenta un cosmos textual, hecho de citas e intertextos, de refranes y fábulas, comedias y novelas, discursos, sermones y tratados. El *Para todos* es una cosmología propuesta por un autor de comedias y de novelas así como por un doctor en Teología. Esta construcción universalista representada en la reunión de saberes y estrategias retóricas demuestra lo que Montalbán quería ser: un organizador de discursos impresos, el gran Autor. El texto habla de todo, no en vano el discurso del capítulo 7 es el discurso de “lo mejor de todas las cosas”, y el narrador basa su autoridad en que todo saber que afirma viene de algún otro texto impreso. El doctor no es un escritor, no busca la originalidad, es ante todo un consumidor de texto y su aporte radica en “cortar” y “pegar” sus lecturas.

Al final del capítulo 7, Montalbán incluye un catálogo “de todos los pontífices, cardenales, arzobispos, obispos, escritores de libros, predicadores, poetas y varones ilustres en todo género de letras, que ha tenido y tiene la insigne villa de Madrid, reconocidos por hijos verdaderamente suyos”. La gran mayoría de los 303 nombres en la lista están asociados a alguna obra de la cual Montalbán hace un mínimo comentario. El catálogo es la única excepción a la rígida estructura que ha mantenido en el libro pues realmente actúa como un capítulo aparte diferente a todos los demás. La consistencia de los capítulos anteriores hace que la desviación a la norma resalte la importancia del catálogo en el libro. La elección de cerrar su miscelánea universal con la lista de todos los ingenios de Madrid es un claro indicio de la posición que los autores ocupaban en el universo planteado por Montalbán.

Cayuela resalta el carácter comercial de la lista de ingenios que presenta el doctor:

Este «quién es quién» de la intelectualidad española de las primeras décadas del siglo XVII no es sino un enorme catálogo de obras disponibles en las librerías de Madrid, y son términos comerciales los que emplea para presentar a los autores. Así el vocabulario («ha publicado», «dio a la estampa», «tiene para imprimir») y las constantes alusiones a la rentabilidad y al éxito no dejan lugar a dudas sobre las motivaciones que han guiado la elaboración de dichas listas. (Alonso Pérez)

Es cierto que bien podría haber un interés publicitario en el catálogo, sin embargo lo que nos interesa resaltar es que Montalbán incluye a todos aquellos que de algún modo pueden acceder a la imprenta. En la lista hay sin duda autores que publican sólo en manuscrito o que no publican, pero como señala Cayuela el énfasis está en aquellos que imprimen. De tal modo, lo que el catálogo logra dentro del texto es afirmar que en un cosmos hecho de palabras, citas y glosas, aquellos que detentan el poder de publicar, aquellos que tienen “voz” ocupan un lugar privilegiado, son los creadores. Montalbán señala pues quién tiene acceso al *printspace* como productor y es allí donde él mismo

quiere estar.

El catálogo se convierte de tal forma en un *Parnaso impreso*. No es el locus maravilloso tradicional, pues no opera explícitamente como un lugar metafórico: es una lista, no hay monte, no hay laureles, no hay ninfas, ni dioses. Además se excede al Parnaso de los poetas, no es exclusivamente lírico, allí entran todos los ingenios letrados. Sin embargo, es un Parnaso en el sentido de que es un lugar privilegiado al que acceden sólo los creadores a quienes se les concede cierto estatus y privilegio. Vélez-Sainz señala agudamente que el Parnaso en el Siglo de Oro “es una topografía simbólica que refleja las relaciones” entre un centro de poetas prestigiosos y una órbita de poetas en busca de prestigio (374). Esto encaja perfectamente en nuestro caso, Montalbán es claramente un autor en busca de prestigio, su pretensión no es la de simplemente formar parte del catálogo, quiere un lugar particular, quiere ser un autor sobresaliente pero además quiere ser un tipo particular de autor.

El texto que precede al Catálogo, “El discurso de lo mejor de todas las cosas”, nos ayudará a mostrar cuál es este tipo de autor que quiere ser Montalbán. El texto es una lista compuesta de cien entradas en las que se describe cuál es el mejor día de la semana, la mejor estación del año, el mejor clima, el mejor planeta, etc. Montalbán le da a su lector las razones de cada elección y una referencia impresa para cada una de ellas. No hay entrada en la lista sin una referencia al margen. En muchos casos cada entrada puede tener múltiples referencias a las diferentes autoridades. En la mayoría de casos las referencias se convierten en lo fundamental de cada entrada, como es el caso del mejor vino, entrada 90:

De los vinos, es dificultoso averiguar cuál sea el mejor por ser tanta su diferencia, que sólo en una casa de esta corte se venden cien géneros distintos; y porque los antiguos tuvieron en esto diversos pareceres y cada uno daba título de mejor al que se conformaba más con su salud o con su gusto. Pues vemos que Ovidio alaba el de Lidia, Varón el de Falerno, Estacio el del Monte Masíco, Augusto el de Mamercia, Propercio el de Lesbos, Aristóteles el de Rodas, Marcial el de Secia,

90. De los Vinos. Ovid. lib. 4. de Pont. Stat. lib. 4. Sil. Mart. lib. 4. Sil. lib. 7. Virg. lib. 2. Geor. Tibul. ad Messala. Casan. cons. 84. part. 12. Plin. lib. 14.

Silo el de Chios, Virgilio el de Aminea, Casaveo el de Francia, Tibulo el de Marinea; con que se emborrachó Polifemo y otros muchos que no refiero, porque son casi infinitos, como afirman Textor y Plinio, tratando de sus diferencias. Y así lo que digo (si bien por ser agudo parece que no puedo tener voto) es, que supuesto que para ser perfecto el vino, ha de tener olor, sabor, color, limpieza, blandura y virtud, cualquiera que lo tuviere todo, será el mejor en cualquiera parte. (Job 551)

nat. hist. cap. 5. usque ad 20. Text. en suis Epit. verb. vino.

Más importante que el vino en sí es lo que han dicho las autoridades sobre el mismo, por ello la conclusión de la entrada es casi tautológica porque lo que importa es el entramado de referencias y no la bebida misma.

A primera vista, y basándonos sólo en la entrada 90, parecería que esta práctica es el sistema humanístico del saber puesto en marcha y que el autor sólo se basa en el conocimiento de las *autoridades clásicas*. Lo particular del caso es que Montalbán no se limita a las autoridades greco-latinas o religiosas, sino que en sus márgenes incluye a gran parte de los autores de sus Parnaso Impreso sin hacer mayor distinción del peso de su autoridad. Al lado de Plinio, Quintiliano y Ovidio, en el “Lo mejor de todas las cosas” se incluyen entre otros a: Alfonso del Castillo, al censor y amigo cercano de Alonso Pérez, Fray Diego Niseno, al Padre Ignacio de Vitoria, al dramaturgo Felipe Godínez, a Fray Gregorio de Pedrosa autor del *Discurso del perfecto privado*, y al Licenciado Alonso de Carranza, por sólo nombrar algunos. Es a esta práctica a la que se refiere Quevedo en su *Perinola* cuando se burla: “Allí se ve, junto, a Séneca con Barbadillo; Roa con Plutarco; Porreño con Santo Tomás, Luquillas con Avicena; Benavente diciendo a Quintiliano que se haga allá a puras matracas, que no cabe, y no le deja a puros burungóngorros, chóngorros, móngorros, lugar para media declamación” (6).

Pero tal y como el catálogo de ingenios se convierte en un Parnaso impreso este sistema de referencias es la expresión de las lecturas y el universo impreso de Montalbán. Aquí el autor no se detiene en las autoridades clásicas, allí entran todos los autores de las librerías de Madrid. Es esto lo

que nos permite afirmar que el *Para todos* es el cartapacio del estudiante aurisecular ordenado en un cosmos textual en letras de molde. *Todas las cosas* vienen de otros textos impresos y de otros autores. La miscelánea puede confundir al lector contemporáneo que suele ver solo un *pastiche* temático y genérico, pero el libro intenta ser el parangón del humanismo impreso. Lo que hace Pérez al explicar el Universo por medio de referencias, es poner a funcionar la práctica humanista por excelencia. Lía Schwarz señala cómo el recolectar citas y fragmentos en cartapacios era una de las enseñanzas fundamentales a los estudiantes del Siglo de Oro:

Desde niños también se habrían acostumbrado a preparar sus codices excerptorii o cartapacios en los que irían apuntando aquellas frases o párrafos que les gustaban, que les parecían significativos o en los que habrían visto cifrados una idea, un exemplum, un motivo atractivo, una figura de estilo que consideraban dignos de imitación. Recordemos que Gracián y otros educadores del siglo XVII recomendaban su uso al alumno aventajado y al futuro escritor. En estos cartapacios se iba construyendo un universo verbal de citas al que se recurriría para componer un poema o un escrito en prosa; otras citas procedían de repertorios impresos, de los Adagia de Erasmo a los Calepinos y diccionarios barrocos en los que se habían transmitido las palabras de los antiguos. El enciclopedismo renacentista propició, como sabemos, el arte de la combinación de segmentos de discursos ajenos a la hora de componer un texto escrito y las prácticas del humanismo barroco refrendaron esta cultura del fragmento (cit. en Arellano 279)

El *Para todos* es parte de un proyecto autorial en el que Montalbán quiere publicar un libro que sea muestra de su calidad de letrado humanista, este es el tipo de autor que quiere ser. El texto es el intento de darle orden impreso a su quehacer literario, él es el autor humanista impreso. Más aún es el intento de posicionarse en el Parnaso impreso que para Montalbán no es un lugar metafórico, es un catálogo de nombres explícito y finito en el que quiere jugar un papel central. La

descripción que da de sí mismo en el catálogo es la demostración esquemática de su proyecto:

El doctor Juan Pérez de Montalbán, clérigo presbiterio, notario apostólico de la General Inquisición, graduado en filosofía y teología. Ha hecho versos en todas las academias y certámenes de España; ha escrito treinta y seis comedias y doce autos sacramentales; ha impreso las novelas ejemplares y el *Orfeo en lengua Castellana*, el *Purgatorio de san Patricio* y este último libro que llama *Para todos*; y tiene para sacar a luz *La prodigiosa vida de Malbagas, el embustero*; sin otros muchos libros que por no gastar el tiempo consigo mismo no refiere.

(630)

Primero presenta las credenciales que lo muestran parte de la élite letrada y de los entes de control, iglesia y academia. Luego describe su carrera literaria: ha sido laureado como poeta al participar en certámenes y academias; es escritor de comedias y autos sacramentales y finalmente ha impreso tres libros. Nos queda solo especular que el libro que promete y nunca publica, *La prodigiosa vida de Malbagas* es la novela picaresca que completaría su portafolio. Esta mini-biografía es un esquema de lo que en su sentido práctico se requería para ser autor, primero participar en certámenes y concursos de poesía, después escribir teatro y por último imprimir libros. Los estadios en esa carrera corresponden además a distintas formas de publicación, culminando para Montalbán en la impresión de libros. En suma, el doctor Pérez quiere ser el autor-humanista en un Parnaso impreso.

No obstante, como hemos dicho su pretensión no es sólo la de figurar, sino la de ocupar un lugar privilegiado en ese Parnaso. En términos de Vélez-Sainz, Montalbán quiere pertenecer al *centro* del Parnaso, el cual, según su catálogo, lo conforman tres autores: Tirso de Molina, Lope de Vega y Francisco de Quevedo. De los tres Montalbán sostiene que su nombre es suficiente garantía de calidad. En las otras trescientas entradas de su catálogo se elogia a los autores nombrados, se elogian sus talentos, su capacidad de escribir comedias o novelas, pero sólo es en estas tres en las que lo que se subraya es el valor de su nombre. De Tirso afirma: “tiene ahora para dar a la estampa unas

novelas ejemplares, que con decir que son suyas, quedan bastante alabadas y encarecidas” (625). De Quevedo: “en todo son diez y ocho libros, ocasión grande para poder decir mucho del ingenio y letras de su autor, si con haberle nombrado no lo hubiera dicho todo” (621). Y de Lope: “Pues hecha la cuenta salen todos los días que hasta hoy ha vivido este gran varón, a cinco pliegos de papel. Sea su nombre su mayor apoyo, sea su fama su mayor lisonja y sea su opinión su mayor encarecimiento” (633). Pérez selecciona estas tres autorías por encima del resto y con ello evidencia su proyecto autorial: Montalbán aspira a conformar una autoría en la que baste el nombre, que se sostenga por sí misma.

El *Para todos* es entonces un libro de amplísimas pretensiones, quiere abarcar un público total al que quiere explicar el universo y además de ello posicionar a su autor en una élite letrada exclusiva. Es un texto que quiere ser erudito y posicionar a su autor en una élite, y al mismo tiempo ser disfrutado por todos, elitista y universalista a la vez. Es de esperarse que un texto así no fuese bien recibido por la totalidad del público, especialmente por el Parnaso impreso dentro del cual quiere sobresalir. El 8 de julio de 1632, tan sólo un mes después de haberse publicado el *Para todos*, Jerónimo de la Vera escribe una parodia de censura de la obra que comenzaba así:

Por desorden del doctor Juan Pérez de Montalbán, natural de Lope de Vega, he leído con más cuidado que otros el libro que intitula Para todos, y no hallo en él cosa alguna (fuera el retrato, que es la misma inocencia) que no solicite ejemplar castigo. (cit. en Plata, “Polémica” 246)

La publicación de la miscelánea de Montalbán desató una polémica literaria bastante animada e interesante. Fernando Plata la ha denominado la “Polémica del año 32” y señala que sus consecuencias sobre la recepción de la obra persisten aún hoy (“Polémica” 245). Del virulento debate se conservan al menos cuatro textos como el de Vera que circularon en manuscrito y que también eran burlas y críticas directas sobre la obra de Montalbán (Del Piero 40). Asimismo se

conservan apologías y defensas, también en manuscrito, que responden a estos ataques. El estudio de la polémica ha sido dominado y enfocado totalmente por la *Perinola* de Francisco de Quevedo, un texto satírico dedicado al “Doctor Juan Pérez de Montalbán, graduado no se sabe dónde, en lo qué, ni se sabe ni él lo sabe” y que no fue impreso en vida de su autor sino que circuló en manuscrito por dos siglos (Quevedo, *Perinola* 1). Si juzgamos por las más de cuarenta copias manuscritas de este texto que se conservan actualmente, podemos afirmar que la burla gozó de un éxito rotundo en el siglo XVII. Hoy día es más conocida que el mismo *Para todos*, al punto que las mofas de Quevedo tienen aún un fuerte efecto en la crítica actual sobre Montalbán (Job 30).

Desde el primer momento de su publicación el texto de Montalbán entró en un campo de batalla en el que lo que estaba en juego era justamente el valor de su autoría. En las críticas y mofas de esa batalla encontraremos pues algunas de los elementos clave de su proyecto autorial. Se debe notar que el primer insulto de la falsa censura de de la Vera es el de llamar a Montalbán “natural de Lope de Vega” haciendo referencia a la relación de padrinazgo entre los dos escritores, lo cual se usaba para reducir la capacidad literaria de Montalbán acusándolo de simplemente copiar a su mentor, o peor en el caso del *Orfeo* de directamente suplantarlos. Quevedo en su *Perinola* también señala este mismo problema y lo llama “retacillo” de Lope de Vega, aludiendo de nuevo a la obra de Montalbán como confección de pedazos de textos del Fénix. Es una crítica común que sin embargo tiene mucho más peso hoy que en su contexto. En su respuesta al ataque de Quevedo titulada *La zurriaga* que al igual que la *Perinola* circuló mayormente en manuscrito, Pérez despacha esta crítica sin mayor consideración: “que yo quisiese imitar a mi maestro, me parece que no es culpa, antes, obligación precisa, como la tienen todos los discípulos” (44). No acepta pues que suplanta o que directamente copia, pero sí que imita y que ese es su deber. En la lógica del humanismo impreso del Siglo de Oro en la que no hay propiedad sobre el texto el peso de la copia es mucho menor, admitir que se quiere imitar al maestro no supone pues un problema para el autor.

Quevedo sin embargo no para allí, continúa apuntando a todos los puntos fundamentales que conforman el proyecto autorial de Pérez. Primero se mofa de la pretensión de universalidad del texto: “que este no es libro, sino coche de Alcalá a Madrid, donde se juntan y embuten, dándose hombro con hombro, una vieja, una niña, la buscona, un tratante, el corchete, la alcahueta y el capigorrón con el fraile” (5). Asimismo se burla en repetidas ocasiones del proyecto humanista de Pérez que quiere reunir sus variadas lecturas en formas de referencias, glosas y citas, como apuntábamos anteriormente. Y por último, critica el alcance del catálogo de ingenios: “Lo primero pone a troche y moche (como dicen) cuantos se topó en la basura y heces del ocio de todas partes del mundo por naturales de Madrid. Y, junto a los obispos y predicadores, pone a los locos de cadenas laureados con tronchos y cascabeles, a vagamundos, a idiotas, a los que no han escrito nada y a los que piensan escribir, sean de donde fueren” (34). Quevedo es por supuesto un agudo lector, en su despiadada crítica identifica y ataca los puntos clave del *Para todos*: el universalismo que Pérez intenta alcanzar en la recepción de su obra, el Parnaso impreso al que quiere pertenecer y la práctica humanista con la que elabora su libro.

A pesar de todo lo anterior, como lo señala Petaita brillantemente, el principal objetivo de la sátira de Quevedo no es la crítica literaria, el objetivo es criticar el *Para todos* como “artefacto libresco (...) por eso incluye a quienes desde distintos flancos colaboran en la manufactura en letra de molde de una obra, en la elaboración material del artefacto, aquellos que antes de que llegara el manuscrito al taller de imprenta se habían encargado de los varios componentes de carácter legal, como las aprobaciones, pero también de la dimensión económica” (347). Por lo tanto, Quevedo comienza por denigrar el oficio del padre de Pérez: “Y no admite respuesta lo que diré ahora (tráguelo el doctor y reviente con ello): que el librero es meramente mecánico, porque no es forzoso que el librero sepa nada de los libros que vende, ni de las ciencias necesita, sino de coser bien y engrudar, y estirar las pieles, cabecear y regatear” (32). Esto es fundamental pues lo que se critica no sólo es el oficio sino

la materialidad del libro. El librero se reduce a artesano y se le niega su función editorial, el libro-objeto se vuelve así un contenedor y Alfonso Pérez un obrero. Esto por supuesto se extiende al doctor Pérez: “nacido entre daga y toma de la tienda, y criado en tanto más cuanto, crecido entre regateos y encuadernaciones” (33). De tal modo Quevedo niega la capacidad creativa e intelectual de Montalbán y la reduce a la del vendedor de libros.

Esta crítica a la manualidad del oficio del librero y por ende de su materialidad se extiende a su vez a todos aquellos que forman parte del proceso de impresión y publicación. Quevedo se burla de las erratas del componedor, de las dedicatorias de cada capítulo a los oficiales de la inquisición, las referencias reverenciales de Montalbán a los aprobadores de licencia, en particular a fray Diego Niseno, así como de la cordialidad que tiene el autor con otros libreros del reino. La sátira apunta al círculo de colaboradores que tenía Alfonso Pérez alrededor suyo, así como a las estrategias sociales y comerciales establecidas por el doctor para promoverse y para promover su obra (Petaita 355). Como hemos señalado en la introducción a este capítulo, esa red de colaboradores fue clave en la producción de Alfonso Pérez y es uno de los puntos que lo diferencian de los otros libreros de su momento.

Así como Quevedo hace con el hijo al destruir la totalidad de su proyecto autoral, hace con el padre intentando destruir la totalidad de su proyecto editorial. Don Francisco no se detiene en la manualidad del oficio, ni en la dependencia y creación de redes de influencia, también critica detenidamente la especialización de Pérez en textos literarios, en novelas y comedias (Petaita 355). De este modo lo que se presenta como una sátira a un texto particular se convierte en una diatriba contra un proyecto autoral y editorial que va mucho más allá de lo estrictamente textual. Lo interesante es pues que a pesar de la valoración negativa que da la *Perinola*, Quevedo pone en evidencia el ecosistema editorial del libro impreso, es decir el funcionamiento y la plataforma de publicación de Alonso Pérez. Muestra así la importancia cada vez mayor del rol del editor y cómo la

autoría no es el producto exclusivo de una sensibilidad personal sino un conjunto de mecanismos y relaciones que giran alrededor del negocio de los libros.

Este choque autorial, que se suele despachar como una rencilla literaria, es clave porque representa no la pelea entre dos autores sino la guerra entre dos formas autoriales diferentes. Quevedo fue un autor que no necesitó de la imprenta para forjar su obra, no inicialmente, no en su contexto. Una prueba de ello es que la *Perinola* tuvo una tremenda influencia circulando en manuscrito y con una primera impresión sólo en 1794. Pérez de Montalbán es en cambio una creación impresa, crece en una librería y su autoría es un proyecto editorial plenamente concebido. El *Para todos* es la materialización de ese proyecto impreso y es esa naturaleza material la que de manera tan clara, si bien a modo de burla, señala la *Perinola*. Y es por ello que los ataques de Quevedo no perturban plenamente a Montalbán que así como ha aceptado abiertamente ser un imitador de Lope, acepta abiertamente: “que soy hijo de un librero de Alcalá, me crié entre libros, y puedo decir y asegurar que cuando yo andaba a gatas había revuelto más libros que has visto y verás en tu vida, [y] aprendí en ellos las buenas costumbres, agradeciéndole a Dios la merced que me hizo de que mi padre los tuviese, y a los autores el trabajo. Del ejercicio de revolver libros quedé tal que puedo (con ser humilde mi padre, deshonroso y mecánico su oficio) enseñar a muy muchos caballeros” (*La respuesta* 45). Montalbán es hijo de librero y agradece a Dios dos cosas, que su padre tuviese los libros y que los autores los escribieran, agradece pues la labor editorial y la escritura.

Sin embargo el ataque de Quevedo, y sobre todo el peso de su firma, sobrepasa de tal modo la defensa de Montalbán que algunas de las críticas que don Francisco hace en su burla se han vuelto supuestos en la crítica actual sobre Montalbán y han minado totalmente su autoridad. Es decir, el crítico moderno ve un texto que no se ajusta a los géneros establecidos y lee las palabras de Quevedo en ese sentido. Esto explica lo que dice George W. Bacon quien caracteriza al *Para todos* como un “hodge podge” (15). Bacon fue principal estudioso de la obra de Montalbán en el siglo

XIX, y su trabajo es el punto de partida de la mayoría de los investigadores posteriores. Del mismo modo Amezúa, quien antes de Plata era el principal estudioso de la “polémica del año 32”, en 1951 calificaba al *Para todos* de “caja de sastre” (416). Y como lo señala Job, después del trabajo de Moll acerca de la prohibición de publicar comedias y novelas, este presupuesto del desorden del texto devino en que todo lo que no fueran novelas y comedias en el *Para todos* se asumió como mero maquillaje para evitar la norma. Sin embargo, Dixon ya ha apuntado que la naturaleza genérica de una miscelánea es justamente la de ser eso, un conjunto variado de cosas. Y en nuestra opinión lo acertado es decir que el *Para todos* es en efecto una estructurada y armónica colcha de retazos cuyo objetivo es ser el cartapacio impreso del letrado humanista, y que ello no debe implicar una valoración negativa. El libro es una obra en la que Juan Pérez quiere establecer su autoría, completar su *oeuvre* no presentando novelas, comedias y poemas, sino inscribiéndolos e hilándolos todos en un universo textual, en un mundo de referencias impresas.

Debemos señalar que el profundo impacto de la crítica de Quevedo es tardío. A pesar de que la *Perinola* fue muy popular en el el siglo XVII, el *Para Todos* y su autor gozaron de altísimo éxito a lo largo de los siglos XVII y XVIII. Las 23 ediciones de la obra de Montalbán hasta 1756 son prueba de una amplia difusión que sobrepasa ampliamente el proyecto editorial de Alonso Pérez. Es interesantísimo notar que sin embargo la impresión del *Para todos* cesa completamente a finales del siglo XVIII y que en cambio la valoración de la obra de Quevedo comienza a cambiar en el siglo XIX⁹ (Schwartz “Introducción”). Más aún, coinciden la impresión de la *Perinola*, el inicio de la revaloración de la obra de Quevedo y el decaer de la popularidad de Montalbán. No queremos especular acerca de las causas de esta coincidencia ni decir que una es consecuencia de la otra, pues

⁹ Schwartz ha realizado una excelente antología crítica para el Instituto Cervantes en la que se analiza detenidamente la recepción de la obra de Quevedo, tanto satírica como lírica. Si bien hay disenso entre los distintos trabajos respecto a este tema, lo que prueba Schwartz es que hay un consenso general respecto al aumento de su difusión y de su revalorización a lo largo del siglo XIX y XX.

no tenemos suficiente información, pero sí creemos que es muestra de que la crítica de los siglos XIX y XX ha canonizado a Quevedo, autor que, como evidencian las críticas que hace a Montalbán, tiene mucha mayor consonancia con la idea romántica de autoría. En esa canonización se ha terminado además por relegar a un autor, importante en su contexto como lo es Montalbán, que propone una autoría mucho más ligada a la materialidad del libro y muy ilustrativa de los mecanismos culturales de consumo y de producción del Siglo de Oro. Montalbán es un autor que en su concepción asume el libro impreso como parte de un mercado. Entendida su autoría como una mercancía textual y no es aventurado decir que esta es el producto más premeditado del proyecto editorial de su padre y una expresión clara de los mecanismos de publicación del *printspace*. Esa característica fundamental es, a su vez, lo que ha debilitado su recepción tardía pues no coincide con el paradigma de autoría de los siglos XIX y XX. Esa disonancia de su proyecto ha llevado a que la crítica actual siga las líneas de Quevedo y que incluso investigadores como Petaita, que tan brillantemente ha analizado la *Perinola*, afirme que Montalbán tenía un talento nulo para la escritura. No se trata de debatir si Montalbán tenía o no talento, pregunta que asume ya una forma de autoría particular. Se trata de mostrar que la valoración de una obra está mediada por el modelo de autoría y que si bien el modelo de Montalbán es de algún modo más ajustado a la realidad de su consumo, es disonante con la forma en que la crítica del siglo XIX y XX consume autorías y por ello su valoración actual es tan pobre.

III. Maestro Burguillos, el Grillo

En una curiosa coincidencia la primera aparición impresa de Montalbán y la de Tomé de Burguillos suceden en el mismo texto. El libro se titula *Justa poética y alabanzas justas que hizo la Insigne Villa de Madrid al bienaventurado San Isidro en las Fiestas de su Beatificación, recopiladas por Lope de Vega Carpio*

(Madrid: viuda de Alonso Martín, 1620)¹⁰, fue costado por Alonso Pérez, tiene privilegio a favor de Lope, y son las memorias o actas de un concurso poético realizado en Madrid el 19 de mayo de 1620. El Fénix es además el organizador textual del libro y opera como editor. Su función de Maestro de Ceremonia en el concurso se convierte en el impreso en la del narrador que cuenta toda la Justa e introduce los textos participantes. La competencia consta de nueve certámenes con nueve correspondientes retos poéticos. Lope sin embargo no reporta los ganadores aludiendo que el lector deberá hacer su tarea de jurado y decidir por sí mismo. La lista de participantes es larga e incluye entre otros a Calderón, Guillén de Castro, Vicente Espinel, Juan de Jáuregui, Juan de Piña y el conde Villamediana. Burguillos sin embargo sobresale frente a todos los demás pues es el único que participa en todos los certámenes y es quien cierra cada uno de los mismos.

De tal modo cuando se publican las *Rimas humanas y divinas del Maestro Tomé de Burguillos* el público lector ya estaba familiarizado con el autor ficcional. Lope comienza la construcción del personaje en las *Justas* y la desarrolla lentamente a lo largo de su carrera, de tal modo que para cuando se imprimen las *Rimas*, Burguillos ya es un autor en el mercado del texto, el público ya relaciona su firma con una forma de escribir poesía, una serie de temas y motivos, pero sobretodo con una persona específica que tiene una biografía, una serie de preocupaciones y un lugar en el *printspace*.

Como dijimos, es sólo una curiosa coincidencia que Montalbán y Burguillos aparezcan impresos por primera vez en el mismo libro, pero no por ello es menos significativo. Más aún, en esas justas también se imprime por primera vez a Francisco de Quintana y a Calderón. Si se observa la minibiografía de Montalbán que hemos mencionado en el aparte anterior se notará que eran este tipo de certámenes los que nombraba como los primeros pasos de su carrera autorial. Es en estas justas donde se comienza a construir su autoría y es allí donde del mismo modo se comienza a

¹⁰ Versión digitalizada en: <https://books.google.es/books?id=6qNbAAAAcAA>

construir la autoría de Burguillos. Y ello es justamente lo significativo que desde lo impreso se usan los mismos mecanismos para la construcción de Burguillos y de los otros autores..

Además, desde esta primera aparición se le da al Burguillos su naturaleza textual:

Leído este cartel, tomó la primera canción dando principio al certamen. Pero advierte lector que los versos del Maestro Burguillos debieron de ser supuestos, porque él no pareció en la justa y todo lo que escribe es ridículo, que hizo sazoadísima la fiesta, y como no pareció para premiarle, fue general opinión que fue persona introducida del mismo Lope. (32)

Burguillos participa textualmente pero no personalmente. A pesar de ello se mantiene abierta una ambigüedad pues se afirma que el público asume que es un heterónimo de Lope quien, a pesar de ser el narrador del texto, no confirma este supuesto y más aún usa una tercera persona como si este pasaje no fuese escrito por él. En ello se inicia un juego ficcional que se mantendrá hasta el final de la vida de Lope en el que la realidad o ficcionalidad de Burguillos es siempre ambigua y siempre en una tensión distante con Lope, con quien está dialogando constantemente.

En esta primera aparición se definen además otros elementos clave de su autoría: Burguillos es ante todo un poeta que se toma en serio su escritura, pero que a la vez tiene una relación problemática, un diálogo humorístico con el establecimiento literario. Al cerrar el libro el narrador cuenta que por haber participado en todos los certámenes se le ha dado un premio de doscientos escudos que podría reclamar en los bancos de Flandes. La expresión “pasar por los bancos de Flandes” era proverbial y significaba quedar sin nada, pues estos eran en realidad unos bancos de arena que se formaban en las costas de Flandes y que suponían un peligro bien conocido para los navegantes españoles del Siglo de Oro (Bonilla y San Martín 4). Así, el premio no era tal y Burguillos no habría ganado nada.

La broma motiva a Burguillos a escribir un poema que comienza por señalar su lugar de procedencia Navalagamella, una población menor en las afueras de Madrid. En las memorias de

unas justas poéticas posteriores en las que también participa Burguillos, *Fiestas que la insigne villa de Madrid hizo en la Canonización de su Bienaventurado hijo y patrón San Isidro* (Madrid: Viuda de Alonso de Martín, 1622)¹¹, Navalagamella se presenta como el juego de palabras: Nava de la Gamella, de donde procedería el nombre de la población. Esta expresión podría tener varias interpretaciones. Un posible significado podría ser tierra de la gamella, gamella entendida como el abrevadero de las vacas o los bueyes. Un segundo significado podría hacer referencia a la expresión “venir o hacer ir a alguien a la gamella”, que significa reducir a la persona a lo que ésta repugna, de tal modo Nava de la Gamella sería tierra donde el que va es reducido a algo repugnante. Cualquiera que fuera el significado Navalagamella sin duda sitúa a Burguillos en una antípoda del Parnaso aurisecular. Y por ello en su respuesta Burguillos se pregunta: “Como que siendo yo poeta ilustre / Gloria y honor de Navalagamella, / El cortesano aplauso me deslustre?” (133). No es una pregunta cualquiera, pues se traduce en si la valoración de clase del autor implica una valoración de clase de su obra. Es una pregunta retórica que denuncia cómo la recepción de su obra está supeditada al origen de su persona.

Enseguida Burguillos sitúa su quehacer poético. Explica que cualquiera que sea el yerro por el que no se le toma en serio en el certamen, no es aquel de no conocer su lugar, no es el de presumir. Por ello afirma que “Si hubiera siendo bárbaro creído, / Que me dejó su lira el Mantuano”, entonces “tuviera Apolo a guisa de conejo / embutido de paja mi pellejo” (134). De tal forma se afirma bárbaro y no a la altura de Virgilio, el Mantuano. Y por ello mismo, por esa conciencia de su lugar de procedencia se pregunta “¿Por qué de tu Castalia me despejas?”. Es decir, ¿por qué si no pretende ser más de lo que es se le niega la entrada al Parnaso (Castalia) y se le niega el premio de “su lírico trofeo”? (134). El poema prosigue en estas mismas líneas, increpando al

¹¹ Versión digitalizada en:
https://archive.org/stream/bub_gb_Y0rsHghQl0AC#page/n161/mode/2up

jurado del certamen personificado en Lope, y al establecimiento literario en general.

Queda así definido Burguillos como un paria de los ingenios: un contra-poeta pues si bien antagoniza con Lope y sus poemas son todos de carácter burlesco, también es claro que el Maestro conoce bien su lugar y no pretende ser algo que no es. Esa conciencia de saberse paria por su procedencia hace al Burguillos algo más que un seudónimo y algo más que una marioneta. El conocimiento del lugar que ocupa en el campo de los ingenios, entre los otros poetas, lo separa de Lope y le da una independencia que lo hace mucho más complejo de lo que parece a primera vista. Este posicionamiento de paria que proviene de su persona, de su biografía y de su relación con Lope y el establecimiento literario convierte a Burguillos en un heterónimo tal y como lo define Pessoa siglos más tarde:

'Heteronyms', as Pessoa called and defined them, are something different and exceedingly strange. For each of his 'voices', Pessoa conceived a highly distinctive poetic idiom and technique, a complex biography, a context of literary influence and polemics and, most arrestingly of all, subtle interrelations and reciprocities of awareness (Steiner)

Asimismo Rozas señala que hay una evolución a lo largo de la obra de Burguillos en la que este se problematiza y madura, lo cual redundará en la construcción de la persona de Tomé y en su heteronimia (81). Esto se puede notar claramente en el libro que hemos mencionado en el que aparece el maestro, *Fiestas de San Isidro*. Al igual que en las *Justas*, sus poemas finalizan cada sección o combate en el que participan. Pero en este libro como él mismo lo nota si bien con admiración en su canción para el octavo combate, Burguillos ya es un nombre conocido: “Así yo, Padre Santo / Me admiro que sepais quién es Burguillos, / Mas escuchad mi canto, / Que Dios, los ruiseñores, y los grillos / Crió con varios pechos, / Unos en bosques, y otros en barbechos” (13). Y como se puede observar aquí, se afirma no sólo su nombre sino un estilo. Se recalca su carácter de contrapoeta: al ruiseñor, símbolo de la poesía, Burguillos contrapone al grillo con el que se auto-asocia. Si

comparamos esta situación con la de nuestros ruiñeños del primer capítulo se notará que Burguillos es un poeta que por su origen estaría más cercano a Carrasco o a Bravo, que a Lope o a Góngora. Sin embargo, los copleros sólo podían circular en pliego, y no participaban de justas o certámenes poéticos, y no construían sus autorías como lo hacía Montalbán o Calderón, por ello ni siquiera eran parias del Parnaso aurisecular, simplemente no pertenecían a ese canal, estaban totalmente excluidos. Burguillos en cambio, por ser heterónimo de Lope, puede acceder todos los canales de publicación del *prints space*, en particular al libro impreso, y es por ello que es realmente un paria, pues pertenece a la misma esfera de publicación de los autores establecidos pero su autoría está en tensión con las autorías de estos. Retomando la idea de Vélez-Sainz del Parnaso como un espacio de tensión entre un centro y una periferia, Burguillos puede acceder al espacio pero sabe su lugar marginal. La metáfora grillo-ruiñeño es válida para Tomé-Lope pues implica que los dos publican en el mismo contexto, cantan en el mismo ecosistema pero sus autorías no tienen el mismo posicionamiento.

Sin embargo, se debe notar que no hay resignación en su autovaloración de poeta-grillo. De hecho el Maestro acepta su posición y es consciente de ella, allí reside el valor de su persona y de su lírica. Esta autocaracterización y localización poética se corresponde además con un tipo de vida, la cual le presenta al lector directamente en el terceto con el que participa en el noveno combate: “Mi hacienda se resuelve en esta suma / Dos martingalas, un bonete sucio / Que ya de pura grasa tiene espuma. / Seis libros, tres morteros, un pellejo. / Dos filas de costillas, dos morillos. / Una cola de buey, peine y espejo. / Un cofre como caja sin cuchillos, / Un roto pie de copa por salero, / Así vive filósofo Burguillos.” (137). El lector tiene entonces un inventario completo de sus magras pertenencias, conoce su estilo, sus poemas y su lugar entre los otros escritores de poesía.

De tal modo que Lope va definiendo su personaje desde lo literario y le da a la persona de su autor un modo de vida determinado. Se suele señalar estas primeras apariciones de Burguillos como

juegos de Lope en los que buscaba publicar poesía burlesca pero sin hacerlo directamente (Rozas 82). Sin embargo, la construcción narrativa que hace Lope de su personaje va en contra de esta lectura. Es claro que se construye un autor, al que se dota de una persona y de una voz definidas. Más aún, esta autoría participa de las mismas justas en las que participan los demás ingenios y además sus obras son impresas en los mismos textos. De hecho, Lope intenta siempre mantener una tensión entre su autoría y la de Burguillos de modo que la ficción dote al Maestro de cierta autonomía. Esto lo muestra el diálogo que inició en las *Justas* en la canción en la que éste lo increpaba por la broma de los bancos de Flandes. Este diálogo continúa en las *Fiestas* pero ya no es Burguillos el que le habla a Lope sino lo contrario: “Oh miserable Burguillos, / Poeta jamás soberbio, / aunque parece imposible / adonde te lleva el tiempo. / Qué es de tus años pasados / o tu paciencia a lo menos / qué has hecho a quién has servido? / qué aguardan tus pensamientos? / Nada pues, nada intentas? / Siempre has de estar pobre y necio. / Filósofo de tu mismo / entre dos libros y un huerto?” (122). Lope reitera lo que el lector ya sabe de Burguillos su vida magra y su humildad. Pero se pregunta además qué ha hecho este entre la publicación de las dos obras. Esta es una pregunta que parecería tonta pero que no lo es. Un lector raras veces conoce a un autor que lee, tiene sólo los libros, esa es la materialidad de la realidad de ese autor, y los “huecos” entre libro y libro los llena el lector la biografía de su autor. El lector puede confundir la biografía del autor con la persona, pero Lope no. Lope sabe que Burguillos es una mercancía textual, la pregunta sobre el paradero y los hechos de Burguillos es un gesto irónico de su propia textualidad. La pregunta por un lado dota de realidad al Burguillos al darle “vida”, pero por otro lado señala la textualidad de todo autor.

Lo fundamental es además que en ello tanto como Lope llena de vida a Burguillos, éste relativiza al otro. Al construir una autoría ficcional y nivelarla a la suya, dota de realidad a la autoría de Tomé señalando la artificialidad de la propia. Tomando el epígrafe de Pessoa con el que abrimos

el capítulo, el diálogo de Lope y su personaje es la afirmación de que “un poeta es un fingidor”, no solo en el sentido en que el yo lírico o la individualidad detrás de un poema es una ficción, sino que el autor es una ficción. La tensión entre la persona real y la persona autorial es lo que termina por ponerse en evidencia y lo que de manera moderna termina por señalar el Fénix. En suma, si entendemos a Burguillos como la autoría que es y no como una autoría a medias, podemos entender el complejo entendimiento que Lope tenía del concepto de autor, de su carácter editorial y ante todo de el mundo de lo impreso.

Después de las *Justas* y las *Fiestas* las apariciones de Burguillos son más escasas, si bien sí suceden, como señala Rozas. Incluso tenemos una referencia al Maestro en el soneto de Góngora “Aquí el Conde Caros” dedicado “A los apasionados por Lope de Vega”¹². Pero es realmente con la publicación de las *Rimas humanas y divinas del Licenciado Tomé de Burguillos* que el Maestro vuelve a la publicación. Contrario a las dos obras anteriores, este libro está dedicado completamente a sus poemas. Es justamente por ello que es este texto el que ha recibido la mayor atención crítica respecto a Burguillos y alrededor del cual giran sus estudios. Torres recoge de manera sucinta las maneras en las que el texto ha sido leído: “as a reactionary and conservative appeal for socio-political reformation; as a mocking critique of the pretensions of authoritative discourse; or as the disenchanted voice of a marginalized poet who reviews his own *ars poetica* and *modus vivendi* in an atmosphere of extravagant ludic theatricality” (“Interpolating” 281). La misma crítica señala que a pesar de esta variedad de posibilidades, los escasos estudios del texto suelen coincidir en las líneas planteadas por Rozas, en las que se interpreta a Burguillos como una parodia Lopesca del paradigma poético literario de la poesía petrarquista (282).

A pesar de que aún domina el concepto del ciclo *de senectute* y el desengaño, estas

¹² El soneto realmente se centra en otros aspectos de Lope y no en su heterónimo, por ello no lo tratamos en detalle. Sin embargo el lector interesado puede consultar a Sánchez Jiménez quien hace un excelente análisis de este soneto en el segundo capítulo de su monografía sobre Lope.

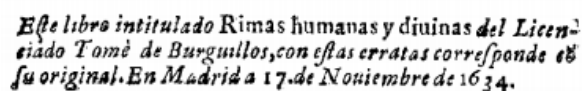
interpretaciones están siendo reevaluadas actualmente. La primera postura representada por la misma Torres se basa en la suposición que “the creation of the Tomé de Burguillos figure is another instance of Lope making problematic the question of textual authorship and ownership” (“Interpolating” 282). En esta línea crítica se concluye que Burguillos es una creación autorial de Lope que va abiertamente en contra de las representaciones identitarias anteriores de Lope, de los ideales poéticos establecidos y es una parodia del pasado que “carries the reader forward, towards a potential socio-cultural transformation beyond the aesthetic dimensions of the literary text” (“Interpolating” 288). Alonso Sánchez Jiménez es quien de manera más completa ha seguido esta línea investigativa analizando cuidadosamente las *personae* poéticas del Fénix y su relación con Burguillos. Para el investigador, Tomé y en particular *Las Rimas* son la culminación de un juego de auto-representación desarrollado por Lope a lo largo de toda su carrera: en el maestro se condensan todas las técnicas retóricas de Lope así como todas las diferentes versiones de sí mismo que ha asumido en vida.

La segunda postura crítica comparte la conclusión pero parte de una premisa diferente. Investigadores como Fernando Pedraza y Javier San José Lera identifican en las *Rimas* de Burguillos no una reflexión autorial, ni una parodización de la poesía del joven Lope, sino un brillante modernismo, un flujo renovador de la lírica que identifican como un posible y ficticio *Arte nuevo de hacer poesía* (Lera 196). Esta postura crítica entiende a las *Rimas* como el Quijote de la poesía, y esa identificación es la base para abogar por un reposicionamiento del texto en el canon.

Estas dos líneas investigativas son profundamente ricas y han dado muy interesantes trabajos. Nosotros quisiéramos dar un paso al lado y señalar que al crear a Burguillos, Lope señala la ficción que es su autoría, o mejor como su autoría es una fabricación editorial; y ante todo que en este libro se evidencia de manera absolutamente clara el uso que hace Lope de los paratextos del libro impreso para dotar de realidad a su personaje. Burguillos es una creación editorial e impresa,

sobrepasa la ficción tradicional pues Lope usa los elementos que legitiman a los libros impresos para dar realidad a su personaje. En ese uso de los elementos editoriales del libro impreso es que radica la modernidad de Tomé.

Como señalan Lera y Pedraza, *Las Rimas* son una obra de clara modernidad, pero Burguillos no es un Cide Hamete, Burguillos no es una mera ficción, es otra autoría. Esta modernidad del Burguillos, que lo convierte en un verdadero heterónimo más cercano a Álvaro de Campos que a Hamete, reside en la narrativa autorial que hemos identificados en las *Justas* y en las *Fiestas*, pero se materializa de manera fundamental en los paratextos de las *Rimas*. Es precisamente la autonomía material de la ficción autorial lo que lo distingue de lo que ocurre en el Quijote. Sánchez Jiménez apunta cómo los preliminares del texto intentan hacer que la legalidad del libro respalde la autoría de Burguillos, lo que se quiere es que las *Rimas* sean un libro cuyo autor legal es Tomé y no Lope (220). En la Tasa, la Fe de Erratas, la suma de Privilegio, la advertencia al lector el texto se presenta como escrito por Burguillos. Ello se resalta de modo textual con el uso de la fuente cursiva, el título del texto es aquí *Rimas humanas y divinas* y la atribución autorial se saca del mismo:

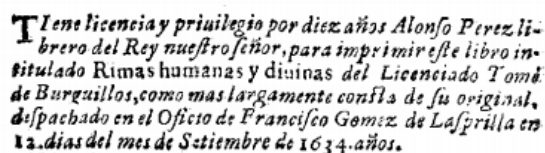


Este libro intitulado Rimas humanas y diuinas del Licenciado Tomé de Burguillos, con estas erratas corresponde a su original. En Madrid a 17. de Nouiembre de 1634.

El Licenciado Murcia
de la Llaua.

Imagen 4.1 Fe de erratas, 3

Suma del priuilegio.



Tiene licencia y priuilegio por diez años Alonso Perez librero del Rey nuestro señor, para imprimir este libro intitulado Rimas humanas y diuinas del Licenciado Tomé de Burguillos, como mas largamente consta de su original, despachado en el Oficio de Francisco Gomez de Lasprilla en 12 dias del mes de Setiembre de 1634 años.

Imagen 4.2 Suma del privilegio, 3

Del mismo modo en las aprobaciones de Joseph de Valdivieso y de Francisco de Quevedo se certifica que el texto fue escrito por Burguillos. Valdivieso afirma: “este libro que me remitió el señor Licenciado don Lorenzo de Iturrizarra , Vicario General en esta Corte,y que escribió el Licenciado Tomé de Burguillos he visto gustosamente divertido” (9). Quevedo por su parte, en lo

que parece un chiste cómplice alude a Lope pero solo para debilitar su autoría sobre las rimas y conceder más a Burguillos: “el estilo es no sólo decente, sino raro, en que la lengua Castellana presume victorias de la Latina, bien parecido al que solamente ha florecido sin espinas en los escritos de Frey Lope Felix de Vega Carpio ”(10). Se debe notar que si bien hay siempre un tono cómico que rodea al Maestro, todos los preliminares son normales. Es decir que no hay una carnavalización de estos preliminares sino que se presentan como si Burguillos fuese un autor como cualquier otro. Se apunta, eso sí, al tono vulgar de Tomé y a su humor, pero no se burla de los preliminares legales, no se carnavaliza su función, sino que se usa para dotar de legitimidad a Burguillos.

Allí radica la profundidad de la reflexión autorial de Lope, pues se es absolutamente consciente de que para crear una autoría alterna no basta con crear otra *persona* y una *oeuvre*, se deben seguir las prácticas de publicación del *printsplace*. Aquí el lector debe tener en cuenta que este juego autorial y paratextual está tan bien diseñado que llega a confundir a muchos, Sanchez Jiménez reporta el caso de Pedro José Pidal quien escribe un artículo dedicado a responder la pregunta acerca de la realidad de Burguillos o su ficcionalidad, “¿Tomé de Burguillos y Lope de Vega, son una misma persona?” (*Estudios Literarios*, Madrid: Imprenta M. Tello, 1890). Pidal termina por inclinarse por creer que Lope y Tomé son uno mismo pero cita autores que no lo creen así. Esta confusión proviene, como lo indica el mismo Pidal, de que los paratextos legales de las *Rimas* en efecto respaldan a Tomé como autor.

Como hemos mostrado en capítulos anteriores, la construcción autorial de Lope respecto a su propia obra es extensa y compleja y se basa en una cuidadosa estrategia editorial. Por ello a la hora de publicar las *Rimas*, la atribución autorial no se detiene en los para-textos legales a estos se suman dos elementos gráficos, el retrato autorial y la portada:



Imagen 4.3 Portada de las Rimas de Tomé.



Imagen 4.4 Retrato de Tomé.

El caso de la portada es particularmente interesante pues mantiene el juego autorial entre Lope y Burguillos y la ambigüedad que se ha instaurado desde las *Justas*. El sintagma “no sacadas de biblioteca ninguna (que en Castellano se llama librería) sino de papeles de amigos, y de borradores suyos”, es fundamental. Es claro como señalan Rozas y Cañas Murillo, que hay un guiño anticulteranista en la dupla biblioteca-librería. Sin embargo allí hay algo más que la muestra de una rencilla literaria, nos dice que las rimas han sido recopiladas de entre borradores y de papeles de amigos. Esto es importante porque el siguiente sintagma de la portada “por Frey Lope de Vega” no tendría que ser obligatoriamente una atribución autorial sino una atribución a su labor editorial. Esta función se confirma en la dedicatoria preliminar dirigida al Duque de Sessa en la que Lope afirma: “Siempre conocí en el Licenciado Tomé de Burguillos un afectuoso deseo de dedicar a Vuestra Excelencia alguno de sus escritos, y por no defraudar su ánimo, ofreciéndose ocasión de dar estas Rimas a luz, se las presento a Vuestra Excelencia en su nombre” (4). Y se termina de resaltar en la dedicatoria al lector: “Cuando se fue a Italia el Licenciado Tomé de Burguillos, le rogué y importuné que me dejase alguna cosa de las muchas que había escrito en este género de poesía faceciosa, y sólo pude persuadirle a que me diese la *Gatomaquia*, poema verdaderamente de aquel estilo singular y notable, como vuestra merced lo podrá experimentar leyéndole. Animado con esto, inquirí y busqué

entre los amigos algunas rimas, a diferentes sujetos, de suerte que se pudiese hacer, aunque pequeño, este libro” (6). De tal modo que la portada se puede leer como si el texto fuese escrito por Tomé y publicado por Lope. Recordará además el lector que como señalamos en el capítulo anterior que un libro fuese atribuido a un autor en portada no implicaba que los contenidos fuesen originales de dicho autor, por ello la atribución a Lope como recopilador no es problemática respecto a la autoría de Burguillos. Es exactamente en esa tensión que se ha instaurado en las *Justas* donde se forja la autoría de Burguillos.

El caso del retrato es similar y aumenta la tensión entre Fénix y Paria. Aquí debajo del rostro se lee claramente “Licenciado Tomé de Burguillos”. No hay ninguna referencia a Lope más que la cara misma, la cual sin duda es muy semejante a la del Fénix. Sin embargo igual que sucede con los paratextos legales el retrato no se carnavaliza, es ciertamente muy similar a los retratos que usa Lope para sí mismo en sus textos pero sigue siendo el retrato autorial de Tomé (ver Imagen 2.14). Se recalca eso sí el carácter cómico y vulgar de Burguillos, que hace parte de su marca autorial, pero se usa el retrato en su función paratextual habitual para conformar la autoría del Maestro. García Arellano en su análisis de los paratextos de los poemarios del Siglo de Oro, señala al retrato de Tomé como el punto en que se pasa de pseudónimo a heterónimo (150). Como hemos probado la construcción heteronímica comienza mucho antes, sin embargo, a lo que apunta el investigador es que con este paratexto “el autor empírico decide conferirle la autoría a su heterónimo literario para sustentar la escisión” (151).

Sánchez Jiménez lo ha estudiado detalladamente y lo interpreta como una “rima visual” de todos los retratos anteriores de Lope (227). Esta interpretación se basa en notar que los elementos gráficos que conforman el retrato, la corona de tomillo o de laurel, la sotana y golilla, y la cita de Virgilio “Deus nobis haec otia fecit” (Égloga I, 6)¹³, son todos elementos que de manera similar,

¹³ Seguimos la edición de Harvard University Press, editada por G. P. Goold y traducida por H.

están presentes en los retratos de Lope. Sánchez Jiménez así como Rozas, identifican estos elementos como variaciones cómicas de los elementos de Lope. Es cierto que la poesía de Burguillos es cómica, pero también es cierto que su humildad es honesta, es decir Tomé es pobre y rural, lo sabe y lo asume. Así como los retratos de Lope buscan ser la representación gráfica de su autoría, el de Tomé intenta lo mismo. Por eso la corona de laurel puede ser una corona de tomillo, porque él es el grillo no el ruseñor.

De todos los elementos presentes el que mejor representa la totalidad del retrato es la cita de Virgilio, como señalamos en su presentación de las Justas, Tomé no pretende estar a la altura de Virgilio. La referencia sin embargo viene de la primera Égloga de Virgilio en la que Melibeo y Tí tiro dialogan. El primero está muy preocupado por la ocupación de sus tierras. El segundo, a pesar de tener que enfrentarse a este mismo despojo, se encuentra en paz por el amor de Amarilis. Tí tiro es quien le dice a Melibeo que un “dios nos ha dado este ocio”. De tal modo que la cita virgiliana encaja perfectamente con Tomé quien como Tí tiro es un hombre de campo a quien su amor por Juana pacífica, amor que es además uno de los temas centrales del libro. En el segundo soneto de la obra, titulado “Propone lo que va a cantar en fe de los méritos del sujeto”, Tomé reitera esta concordancia con Tí tiro de manera explícita. Comienza el poema, “Celebró de Amarilis la hermosura / Virgilio en su Bucólica divina” y lo termina señalando una vez más su naturaleza de poeta-grillo:

Yo, pues amor me manda que presuma
de la humilde prisión de tus cabellos,
Poeta Montañés, con ruda pluma,

Juana, celebraré tus ojos bellos,
que vale más de tu jabón la espuma,
que todas ellas, y que todos ellos

Rushton Fairclough. En esta edición la traducción es: “a god who gave us this peace” o “un dios nos dio esta paz/este ocio”.

Y acá se puede ver cómo Tomé se sabe paria, se sabe poeta montañés de ruda pluma, pero también sabe que ello no reduce su valor: por ello la espuma del jabón de Juana, quien es una humilde lavandera, vale más que todas ellas y todos ellos. Es justamente esta actitud en la que se afirma su marginalidad del Parnaso asumiéndola como su marca lo que nos permite afirmar que, a pesar de la ambigüedad y el juego de máscaras, el retrato opera para Tomé como lo haría para Lope, pues es la condensación gráfica de su autoría.

Debemos aquí destacar que si bien tomamos en serio las rimas de Burguillos y tomamos en serio el juego autorial propuesto por Lope, no obviamos el componente cómico que hay en los versos que hemos citado arriba, que forma parte así mismo de la autoría del Maestro y que se expresa de manera gráfica en la corona de tomillo del retrato. Sin embargo, no creemos que tomar en serio los versos y la ficción propuesta vaya en contra de entender el humor y la jocosidad. Creemos que nuestro aporte radica en tomar en serio el juego autorial de Burguillos y verlo no sólo como un chiste. Sanchez Jimenez observa agudamente que: “Los críticos que han tratado la colección han preferido centrarse en los aspectos jocosos y paródicos del libro, que sin lugar a dudas separan la obra del conjunto de las de Lope. Sin embargo, las *Rimas de Tomé de Burguillos* contienen un elevado número de poemas de índole muy diferente, que conviene examinar para lograr una visión de conjunto del libro” (214). En esa preferencia de la crítica se manifiesta también el no valorar el componente serio de la autoría de Burguillos que es lo que creemos haber mostrado.

El último elemento que nos queda por advertir y que refuerza de manera palpable esta seriedad es que el privilegio de este texto es concedido a Alfonso Pérez y no a Lope. Esto no sucede a lo largo de la vida de Lope desde 1617, todos sus textos han salido con privilegio a nombre propio. Rozas nota este hecho y sin embargo lo despacha sin proponer una explicación. A nosotros nos parece que no es coincidencia y en vista de que todos los elementos legales ponen a Burguillos como autor, es natural que el privilegio salga a nombre del librero para continuar con la atribución autorial

desde el punto de vista legal. Esto no se puede leer como un simple gesto literario, el privilegio era en efecto el único mecanismo legal de propiedad del autor sobre el texto, y por ende su papel en la atribución de autoría era fundamental. Justamente por ello Lope ha asumido el privilegio de todos sus textos anteriores. El hecho de que el privilegio no recaiga acá en Lope es fundamental pues se quiere dislocar la autoría ya no sólo desde el plano textual sino legal. Es así pues que todos los elementos de la materialidad del libro lo definen como *de* Tomé de Burguillos. Ello no resta la comicidad del proyecto lopesco, pero sí indica que su propuesta es la de la generación de una autoría alterna.

En este marco autorial debemos leer los poemas de Tomé, sobre todo, nos interesa resaltar cómo el uso detallado y completo de los elementos editoriales del texto señalan que su autoría se basa tanto en lo textual como en lo editorial, es decir en las características intrínsecas al sistema de publicación, en las reglas de lo impreso. García Arellano señala agudamente que, salvo la épica o la religiosa, la poesía tiene una relación tardía con la imprenta; la lírica, la lírica culta, estaba mayormente reservada a los círculos cortesanos donde los roles de consumidor y productor eran fáciles intercambiables, pero con la imprenta: “los consumidores se encuentran, de repente, con un objeto nuevo en el que pueden leer poesía de alguien a quien quizás no conocen y que tal vez no les escribe modo unívoco” (184). Por ello, y dado que rara vez los autores participaban en la impresión de sus poemas durante el Siglo de Oro, la poesía impresa debe apoyarse con ahínco en los elementos paratextuales del libro, es allí donde la relación de confianza con el lector se establece. Lope, que fue uno de los pocos que imprimió su poesía en vida, al crear a Burguillos como un autor señala justamente esta evolución de la poesía cortesana a la poesía impresa, en la que el subproducto es el autor y en la que la autoría ya no se puede fundamentar en la inmediatez de la poesía misma sino en la construcción editorial de la persona que escribe el texto.

Lope comprende perfectamente a la autoría como una mercancía textual de construcción

editorial: conoce la necesidad y la utilidad de los paratextos para la creación de su marca autorial así como que en ellos se basa la legitimidad que busca el público lector a la hora de consumir textos impresos, pero además entiende la complejidad de un sistema donde intervienen diferentes agentes. Como señala García Reidy en su *Musas ramera*s, Lope manejaba a su antojo el mercado de comedias, es allí donde ha forjado su nombre y su autoría, pero las *Rimas* demuestran que su conocimiento se extendía a la naturaleza del mercado del libro impreso. En el mercado de comedias el Fénix podía ejercer un control mayor sobre su producto, y su habilidad de saber a quién vender sus comedias era su gran ventaja (García Reidy *Musas* 380). En el mercado del libro impreso hay muchos más intermediarios entre el manuscrito y el producto impreso: los censores, aprobadores, pares que firmen preliminares laudatorios, mecenas, impresores y a la postre editores. Su decisión de trabajar de manera estricta con Alonso Pérez desde 1617 es muestra de que Lope entiende que para poder mantener el control de su autoría en el libro impreso debe poder controlar la participación de todos los agentes involucrados en la producción de sus libros y se manifiesta de manera material en los elementos paratextuales de las *Rimas de Tomé*.

El gran éxito de Alonso Pérez se debía a su red de colaboradores a su capacidad de controlar todos los elementos que Lope ha identificado y se manifiestan en la construcción de Tomé Burguillos. La colaboración entre Pérez y Lope es fundamental pues señala la intención de Lope de controlar su obra en el mercado del libro impreso pero señala también la imposibilidad de lograr esto sin pertenecer a un proyecto editorial como el de Pérez. La independencia que ha logrado en el mercado de comedias es imposible de alcanzar en el mercado de lo impreso.

El desencanto de que nunca le fuera dado el título de Poeta del rey, de no ser reconocido por medio de un mecenazgo regio como el más grande ingenio en el Parnaso aurisecular, como el gran poeta nacional, que se identifica en su ciclo de *Senectute* también tiene que ver con saberse preso de las reglas de publicación y de el *prints*pace. Así como Tomé se sabe paria, Lope a pesar de su

innegable éxito es consciente de que el consumo de su obra en el mercado impreso no depende plenamente de sí. Su característica de escritor protoprofesional, en términos de García Reidy, se ha forjado en los corrales de comedias y sólo de manera tardía se intenta llevar a la imprenta. En el *printspace* la normativa de la Junta de Reformatión que sirve de contexto a este capítulo prohíbe que Lope publique su principal producto textual, comedias. Y dado que su autoría se conforma en gran medida de estos productos es claro que la normatividad le muestra el Fénix la naturaleza legal y comercial del mercado de lo impreso, pero también su impotencia en esta “nueva” plataforma de publicación. La construcción autorial de Tomé Burguillos más que ser un juego ficcional es la reflexión de un autor que entiende que su autoría es una mercancía textual fuera de su control.

IV. Conclusiones

Lo que probamos en este capítulo es que ambas autorías son tanto producto de la creatividad de sus autores como de la plataforma editorial de Alonso Pérez, es decir que el componente editorial en ambas autorías no es coyuntural sino componente estructural de las mismas. El desencanto de Lope, representado en la construcción autorial de Tomé, es equivalente a la crítica de Quevedo sobre Montalbán. Ambos señalan muy a su pesar que ni Lope ni Montalbán son simples escritores o plumas geniales, sino que sus autorías son mercancías que dependen de un amplio andamiaje comercial y legal que sobrepasa lo artístico.

Lope muere en 1635 y Montalbán en 1638. El doctor Pérez era aún muy joven en el momento de su muerte y mucho se ha especulado sobre la causa de la misma. Se ha conjeturado sin mayor prueba que el perder a su maestro lo afectó a tal punto que lo llevó a la muerte (Dixon “New (and Ancient)”, 530). La carrera de Alonso Pérez básicamente termina allí. Estos dos autores eran su principal producto. Entre 1604 y 1632 el 62% de los libros publicados por Pérez son de Lope. Esta especialización de la labor editorial de Pérez se intensifica desde 1617 una vez se imprime la *Parte XI*

de comedias, momento en que Lope se hace cargo de la impresión de su teatro, al punto que en 1621 son de Lope nueve de las diez obras que publica. Es en este contexto de alta colaboración editorial que se comienza a publicar a Montalbán. El proyecto editorial del alumno intenta extender y aprovechar el éxito del maestro. El primer libro impreso de Montalbán *Sucesos y prodigios de amor* sale justamente con aprobación de Lope de Vega, así como con poema laudatorio del mismo, y esta relación se sigue explotando desde lo comercial y lo literario a lo largo de toda la carrera del doctor. Así como Pérez ha creado redes de distribución, con Lope y Montalbán se intenta crear redes de consumo en la que el lector pase de un libro al otro, y de un autor al otro.

La especialización editorial de Alonso Pérez en estas dos firmas evidencia que la publicación de autores era una empresa de menor riesgo económico que la producción de otros productos editoriales como los géneros. Como hemos señalado, Pérez es fundamental en la difusión de los libros de novela corta y sin embargo centra la mayor parte de su vasta producción en Lope y Montalbán y no en buscar más compendios de novelas cortas. Sin embargo y a pesar de que Lope ya es un autor reconocido cuando comienza a trabajar con Pérez, la labor editorial de éste no se restringe a la de facilitar el proceso de publicación de Lope, o incluso el de su hijo.

Alonso Pérez comprende su función editorial como tal, es decir como la de la creación y curación de mercancías impresas que creen y satisfagan públicos lectores particulares, y allí radica su modernidad. Un año después de la muerte tanto de Lope como de su hijo, Alonso Pérez publica sendos poemarios panegíricos en honor a sus autores: *Fama posthuma* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1636) y *Lágrimas panegíricas* (Madrid: Imprenta del Reyno, 1639) respectivamente. Ambos textos son muy similares, desde lo bibliográfico y desde lo textual. Recogen poemas de una multitud de ingenios en honor a los dos autores fallecidos. La *Fama posthuma* es un libro que usa las dos firmas presentes: la de Lope a quien van dirigidas y la de Montalbán quien escribe. En términos editoriales la *Fama posthuma* es un texto que busca aumentar el capital cultural de los dos autores y que a la larga

favorece ampliamente a Alonso Pérez. Por ello el editor repite de manera formuláica con las *Lágrimas* en las que intenta terminar su proyecto autorial de igualar a Montalbán y a Lope y lapidar las autorías que ha creado. Estirando un poco los términos, ambas obras panegíricas tienen una función *paratextual* con respecto a las obras de los autores a los que hacen honor.

En su dedicatoria “al que ha de leer” Montalbán describe cuál ha sido su función en la publicación del libro:

He querido satisfacerte (lector mío) porque sepas, y sepan todos, que en esta parte no tuve más jurisdicción (ni aún la quise tener) que solicitar a los que escriben, recoger sus versos, ponerlos en un tomo, presentarlos en el Consejo Real, llevarlos a los jueces, sacar licencia para imprimirlos, rubricarlos del Escribano de Cámara y trasladarlos del papel al bronce: sin más interés que mostrar al mundo el amor, que siempre tuve a este gran Varón (14)

Como evidencia la cita la labor editorial radica en la tramitología legal que en suma es el uso de las redes de influencia de su padre. Además Montalbán contribuye nueve poesías, la dedicatoria al Duque de Sessa, un prólogo en el que narra la biografía de su maestro y, si bien atribuye la selección de los poemas al mismo Duque de Sessa, afirma que el orden de aparición de los mismos obedece a su juicio. Asimismo, los poemas laudatorios que conforman el libro son funcionalmente y textualmente similares a los poemas laudatorios comunes a la mayor parte de libros de la época. Es esto por lo que decimos que los poemarios panegíricos tienen una función paratextual sobre las autorías a las que hacen honor. Son libros que claramente muestran todo el material editorial que rodeaba a los autores y que constituía sus autorías además de sus textos.

Montalbán cierra su dedicatoria al lector prometiendo la segunda parte del *Para todos* que nunca se publica y haciendo una declaración a favor de los libros impresos sobre el teatro. Según el doctor Pérez: “más me inclina la imprenta que el teatro, porque si el Libro no te agrada, le mormuras quedo, y aún le perdonas algo, pero si la Comedia te parece mal, a voces a ruidos y a desaires se lo

dices a un hombre en su cara” (31). No lo dice por despecho pues ha sido un comediógrafo exitoso, sino por el crecimiento “furioso” del número de escritores cómicos a quienes separa de los poetas propiamente dichos, pues según afirma: “entre escribir, y ser poeta, hay una diferencia casi infinita” (32). Sin embargo esta separación es del corral, no de la comedia pues ese mismo año se publica la *Primera Parte* de sus comedias (Madrid: Alonso Pérez, Imprenta del Reyno, 1635). De tal forma Pérez de Montalbán afirma una vez más su intención de pertenecer al Parnaso impreso que ha propuesto. Quiere ser un poeta no un escritor, y quiere ser un poeta impreso. Esta declaración además sucede en un texto en el que se busca afirmar a su maestro Lope como el más grande ingenio, dilapidar su fama, y en el que Montalbán ejerce de editor. Ello es un buen resumen de la autoría que Montalbán ha luchado por establecer pues ejemplifica su intención de ponerse al nivel del Fénix pero concibiendo su labor de autor no desde la pluma sino para la imprenta.

Si comparamos las portadas de los dos poemarios, entre la inmensa similitud de la composición sobresale una diferencia importante. En la *Fama* se subraya el rol del Duque de Sessa a quien se le dedica el texto, en las *Lágrimas* este rol lo juega Alonso Pérez. Este paralelismo es interesante pues señala de manera temprana cómo el editor y la labor editorial comenzarán a suplir la función del Mecenas. No queremos decir que Montalbán fuese un escritor de libros impresos profesional que dependía sólo de su texto: no lo era, tenemos múltiples documentos que demuestran que su padre lo apoyaba económicamente. Sin embargo, Alonso Pérez no es noble ni confiere a la obra de su hijo la legitimidad y el respaldo que un mecenas noble tradicional, como el Duque de Sessa, y en ello sí hay un cambio fundamental. Pérez de Montalbán no tiene en ninguna de sus obras un gran mecenas, su autoría se basa en su nombre y más que en el respaldo del noble depende del padrinazgo de Lope y de los elogios y respaldos de los involucrados en la impresión de libros: censores, aprobadores, mercaderes de libros y autores. Pérez de Montalbán es un autor construido desde el ámbito editorial y como proyecto editorial.

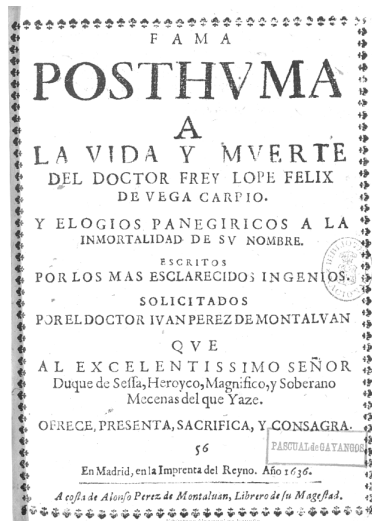


Imagen 4.5



Imagen 4.6

Esto anterior explica por qué la respuesta de los dos autores a la norma de la Junta es tan distinta. Lope ha construido su nombre en los corrales, en su colaboración con Alonso Pérez ha intentado controlar su *oeuvre* impresa, pero sobretodo ha querido gozar siempre de un mecenazgo regio y ha querido pertenecer a una aristocracia idealizada lo cual le importa mucho más que su éxito comercial. La normativa de la Junta implica una valoración negativa de su teatro impreso, no por parte del público sino desde las instituciones de poder; y por ende un valoración negativa de su proyecto autorial desde las instituciones mismas. De tal forma la imprenta no supone para Lope un espacio en el que logre lo que busca, el éxito en las librerías no se transfiere a un posicionamiento de clase. La persona autorial y la persona real no coinciden, así como la jerarquía de clase en el *printspace* no coincide con la de la sociedad en la que vive. Tomé puede interpretarse como el representante del desencanto que produce en Lope la conjunción de una conciencia autorial que busca un reconocimiento regio y la aceptación de que la autoría es una mercancía textual sometida a las normativas del mercado de libro impreso, del consumo del público y de la valoración de entidades de control, y que el triunfo en las librería no implica el triunfo en la corte. Tomé es la resignación de que la autoría es un producto de carácter editorial, y no exclusivamente artístico o personal, pero

además la resignación que produce constatar que el Fénix de los ingenios, el Monstruo de la naturaleza, no es más que un producto textual. La seriedad con la que opera la construcción autorial de Tomé termina por señalar eso, la persona autorial, la creación textual que es el Fénix es tan “real” o tan irreal como el Maestro.

Montalbán por su lado acepta la naturaleza mercantil del oficio de su padre, y en gran medida de su oficio mismo. Por ello su libro es *Para todos*, porque lo quiere es que se difunda de la mayor manera posible. Su autoría es la del libro impreso, pues en el *printscape* tiene una posición ventajosa porque su padre es el gran editor literario de su momento y por ende puede participar del mercado de manera especial. La normativa de la Junta no presenta un problema fundamental para él como para Lope, pues si bien ha escrito exitosamente comedias, su proyecto autorial es editorial y está representado en el *Para todos*. Es cierto que Montalbán actualmente es una suerte de paria del canon del Siglo de Oro, pero su proyecto autorial en su momento se logra sobradamente. Su autoría impresa le supuso muchos problemas con parte de los círculos literarios de su momento pero en cuanto a la recepción comercial y de la elite impresa su proyecto fue inmensamente exitoso¹⁴. No tenemos suficientes elementos para discernir si Montalbán logra pertenecer al centro del Parnaso impreso que propone pero sin duda entra en el espacio y tiene un rol. La normativa de la Junta lo lleva a escribir su libro más importante cuyo éxito es tal que ya tenía una segunda parte planeada.

El triángulo que conforman estos dos autores y el mercader demuestra cómo el libro impreso trayendo nuevos procesos y nuevos agentes en la producción y la distribución sustituye los canales de distribución tradicionales: el libro manuscrito, las tradiciones orales y los corrales. Las

¹⁴ García Reidy ha realizado un estudio de las listas de ingenios del Siglo de Oro. El autor tabula las apariciones de los diversos ingenios en todas las listas. Montalbán ocupa la posición 15 de entre más de 100 nombres. Esta información no es suficiente para medir la recepción de Montalbán pero nos da una idea de sus ubicación en la élite impresa. Este trabajo fue presentado en el congreso de AITENSO de 2015, no hay publicación de esta ponencia pero el autor generosamente ha compartido sus materiales conmigo.

marcas de estos agentes son los elementos paratextuales de los textos que así como son parte de la materialidad del libro impreso, representan redes burocráticas, clientelares e ideológicas que los autores ahora deben navegar. Lo que critica Quevedo de Montalbán es la naturalidad con la que éste navega esas redes y más aún la naturaleza editorial de su obra. La autoría de Tomé representa la resignación de Lope de saber que su autoría está ahora en el *printspace* donde depende de estos tejidos y ello no se transfiere a las esferas de prestigio de la nobleza y de las cortes.

CONCLUSIONES

La idea inicial de este proyecto era diferente a la que le he presentado al lector. Mi intención original era identificar los cambios que comportaría Internet en la literatura contemporánea, tanto en su producción como en su consumo. Intuí que las jerarquías de lo impreso pronto serían derribadas, y nuestros modelos de consumo del texto cambiarían radicalmente; quizá había más deseo que observación en mi intuición. En ese momento el aumento de las plataformas de blogs y de las descargas ilegales era inmenso y parecía entonces que lo digital desestabilizaría todo el andamiaje cultural existente. Internet, y en particular la piratería, se nos presentaba a mí y a muchos de mi generación como una forma de re-distribuir el conocimiento de manera abierta y una forma de democratizar el acceso a la información. Sin duda entendíamos de manera romántica prácticas que nos beneficiaban y que considerábamos revolucionarias. Quizá pensábamos que esa era nuestra forma de entrar a la historia. Motivado de manera algo inconsciente por estas problemáticas y al darme cuenta que lo que me proponía era demasiado vasto e inabarcable quise entonces estudiar el concepto de piratería pero no en Internet, donde no había distanciamiento suficiente, sino en la imprenta: en el momento de su desarrollo inicial siempre con el objetivo de analizar el consumo de la literatura en ese contexto. Rápidamente entendí que responder la pregunta sobre qué era piratería era el anverso de responder la pregunta qué era un autor. Si bien había leído a Foucault en cada clase de mi carrera, sólo cuando intenté aprehender el concepto de piratería realmente comprendí que una autoría es, entre otras, un producto legal, y es su violación lo que la hace evidente. La pregunta por la piratería se transformó entonces por un pregunta sobre la propiedad intelectual y la autoría y, dado que las leyes de propiedad intelectual eran un producto directo del mercado de libro, todo apuntaba a que en gran medida las autorías tal y como las entendíamos eran también un producto impreso de naturaleza comercial.

La iluminadora lectura de McKenzie y los bibliógrafos de los noventa, de Chartier y de los historiadores del libro en general, me llevó a constatar que la autoría era una entidad literaria así como legal que sólo podía adquirir forma una vez se se hubiese creado una plataforma para su consumo. Decidí entonces que el objeto de este estudio debía ser analizar cómo se construyó la autoría en los primeros años de la imprenta, la construcción de la plataforma de publicación tendría que coincidir con la construcción de la autoría del libro impreso. La lectura de los bibliógrafos de los noventa, implicaba que el acercamiento debía ser material teniendo siempre en cuenta la plataforma de publicación y producción, su materialidad; Foucault señalaba que no podía perder de vista que un autor era una entidad textual históricamente estructurada y discursivamente construida y conservada, dependiente de las instituciones de control y críticas; los historiadores del libro mostraban que el sistema de publicación, la imprenta, no podía ser separado del texto, no leíamos objetos metafísicos, ante todo leemos libros impresos, y ello determina nuestra experiencia.

El estudio de la legalidad del libro y de la autoría como entidad legal demuestra algo que creo se suele obviar en los estudios de cultura material y en los de historia del libro así como en el análisis literario: la imprenta ante todo era/es una forma de comercio o un mercado, y al igual que el libro una autoría también es en esencia un objeto de consumo. Esta constatación me fue fundamental y creo que es un aporte importante de esta tesis, se basa en el hecho de que el derecho de autor no defiende una propiedad sobre el texto, no defiende una relación de propiedad entre creador y sus palabras, sino que protege un negocio: el usufructo de un texto determinado. La naturaleza de la propiedad intelectual es la defensa de un negocio no un objeto cultural o una persona.

Bajo estos presupuestos me pareció necesario contextualizar la imprenta como el espacio de comercio de la información que era, y de allí surgió lo que he definido como *printspace*. Este marco teórico permitió definir y estudiar a las autorías como mercancías textuales enmarcadas en un contexto específico. Las consecuencias de este posicionamiento son dos: por un lado se pueden

incluir a todos los agentes implicados en la producción de una obra literaria, es decir pudimos expresar y analizar las obras en la complejidad del sistema que las produce; por otro lado nos permitió establecer que nuestras interpretaciones de dichas obras, así como de la realidad misma están supeditadas a ese sistema. En suma, la principal conclusión de nuestro modelo interpretativo es que la imprenta produce autores y textos, mercancías textuales, y del mismo modo produce lectores, en un mercado se generan tanto productores como consumidores, y es en esa relación donde suceden los intercambios culturales. Y es que es en la producción en masa de libros donde se constituye la lectura privada como una práctica de consumo generalizada, y es allí donde se construye al lector/consumidor: “the reader emerges from the history of the book, in which he was for a long time undifferentiated or indistinct (...) The reader was taken as the effect of the book. Today he has become detached from the books of which he had seemed no more than a shadow. Suddenly this shadow has been released, has taken on a physiognomy, has acquired an independence” (de Certau; cit. en Chartier “Labourers”, 51).

Sin embargo, la lectura privada y el libro no son los únicos productos de comercio del *printspace*. Entendido como un espacio de comercio basado en la imprenta como arquitectura tecnológica, el *printspace* habilita muchos canales de comunicación y una gran variedad de mercancías textuales. El ejemplo de la literatura de cordel que presentamos en el primer capítulo ilustra esto de manera elocuente además de ser una excelente plataforma para probar los presupuestos teóricos de nuestro modelo. Gracias a la contextualización que posibilita el *printspace* pudimos mostrar cómo la autoría en el pliego es una que nos llega incompleta, pues el documento impreso que la representa y que nosotros como investigadores tenemos es apenas un testigo de lo que representaba la literatura de cordel y no es el objeto de comercio del cordel entendido como un canal de comunicación. El producto que vendía el ciego no era sólo un papel impreso destinado a la lectura privada y en silencio, sino también era el testigo y el facilitador de una *performance* oral en la que pliego se llevaba a

casa para amplificar y difundir la copla. Sin embargo el objeto que se comercia en la literatura de cordel no termina en el pliego mismo, ni está limitado por el pliego, las coplas se reescriben, se corrigen y se vuelven a circular. Un pliego es un momento en un continuo mucho más complejo en el que además más de un coplero puede participar. Las preguntas guías que funcionaron como axiomas de estudio en este caso (¿cómo se venden y cómo se consumen los pliegos?) nos permitieron analizar las autorías de Cristóbal Bravo y Benito Carrasco de acuerdo a las reglas de construcción de sus productos y nos llevaron a señalar que si bien las reglas de análisis literario tradicional hacen ver a estos autores como de baja calidad, bajo las reglas de construcción y consumo de los pliegos tanto Carrasco como Bravo comportan elementos autoriales diferenciales que singularizan sus productos.

En el mercado del pliego la labor autorial del ruseñor es la de amplificar y aumentar la difusión de una copla, de un caso ejemplar o de una noticia. Si bien es claro que eran creadores, su capacidad de vender sus coplas es parte de su calidad autorial. La distribución de un libro impreso no depende de que su autor salga a la calle a pregonarlo –si bien prácticas similares se ejercen aún hoy en día. En cambio, la distribución de un pliego depende en mayor parte de que el ciego se encargue de comercializar su producto. Esta función de vendedor que no forma parte de la autoría entendida de manera tradicional, la podemos medir de manera directa en el alcance que tiene una obra en pliego. Es por ello que el pliego inglés que reporta las coplas de Bravo, bien indica la importancia de este autor en el mercado. Lo mismo notamos en el trabajo de Carrasco cuyas obras tienen un alcance temporal extraordinario. Sin embargo, es esta misma función de distribuidores de sus propias obras la que se pierde si no se analiza el pliego en su contexto, y la que hace que su autoría se diluya una vez el coplero ha muerto. Por eso son autorías mucho más fugaces que las del libro impreso. El producto de un novelista son sus novelas y ellas sobreviven a su autor, pero el producto de un ruseñor no son sólo sus coplas, también es su capacidad de difusión y su

performatividad, y estas dos últimas no se conservan en el documento impreso. En este caso el modelo del *Printspace* nos permite analizar un canal de distribución del texto con reglas de producción y consumo diferentes a las del libro y en donde si bien hay una autoría, es decir hay un producto autorial, es diferente al del libro y por ende debe ser analizado entendiendo estas diferencias.

Ahora bien, lo anterior no quiere decir que en el mercado del libro impreso haya un estandarización total de prácticas de consumo y de producción. El caso de nuestro segundo capítulo ilustra cómo el concepto de autoría que consume el público puede ser muy diferente al que el autor tiene planeado. Mateo Alemán concibe sus libros como objetos en sí mismos, su producto no son sólo las líneas de texto sino el libro como artefacto. Por ello el autor se esmera en producir libros que materialicen su autoría donde los elementos paratextuales y materiales son indispensables. Sin embargo, el oportunismo comercial y la amplia difusión y distribución del mercado masivo de libros junto con cierta laxitud en la legislación del mercado del libro hacen que la publicación de ediciones no autorizadas sea una constante en el Siglo de Oro. Ello hace que el libro-objeto que Alemán entiende como su obra se salga de su control. En el mercado pululan las ediciones no autorizadas de su principal obra, *Guzmán de Alfarache*; y si bien estas no ayudan a la construcción del producto que el autor quiere vender, sin duda maximizan y potencian su autoría tal y como los libreros la quieren vender y el público la quiere consumir. Gracias a las ediciones no autorizadas el mercado del libro estandariza marcas, pues ello facilita el acceso del público a los productos, y en esa estandarización de la cual la autoría es también un producto, el libro-objeto de Alemán no tiene cabida.

Otra consecuencia importante de este proceso de estandarización del *printspace* es la creación de géneros literarios y en particular de la picaresca. Así como Alemán quería que sus libros fueran consumidos de cierta manera, quería que su personaje *Guzmán* fuese entendido como una persona específica y no como un *tipo*. No obstante el mercado del texto no obedece las intenciones del autor

y promueve la creación de la picaresca como género, siempre con miras a repetir el gran éxito comercial de la novela de Alemán. En este doble ejemplo es donde se hace más palpable como la autoría no es la expresión individual de un autor, sino más bien una mercancía textual que más que obedecer a convenciones literarias obedece a convenciones comerciales. Este quizás sea el aporte más importante de nuestro análisis en este caso: estudiar el caso de Alemán dentro del modelo del *printspace* señala una ruptura entre su forma de entender el libro impreso y la forma de su consumo, y en esa ruptura se evidencia cómo el consumo y la interpretación de obras literarias, incluso las más canónicas, más que seguir reglas hermenéuticas desarrolladas con independencia de lo material y del comercio mismo del libro sigue reglas generadas por las prácticas de consumo y de distribución del mercado. En suma si en análisis literario estudiamos asiduamente autores, es porque en el mercado del libro consumimos predominantemente autores de libros. La estructuración de la categoría *autor* así como de la categoría *género* es resultado de prácticas tanto artísticas como de mercadeo.

Además de lo anterior, el caso de nuestro tercer capítulo muestra cómo el predominio que ejerce la autoría del libro en el consumo del texto se expande a otros productos como las Partes de comedias y en general al mercado del teatro. Los corrales de comedias son quizá el principal medio de intercambio cultural del Siglo de Oro, y los impresores no demoraron en darse cuenta que las comedias eran un producto que se podía vender de manera fácil en el impreso. Sin embargo, en la transferencia del corral a la imprenta hay además un cambio fundamental y es que un producto atado a ciertas prácticas de consumo se transfiere a un medio que permite y requiere prácticas muy diferentes. Y si bien lo anterior es un hecho hartamente conocido por cualquier estudiante de literatura, se suele estudiar a los autores de comedias del Siglo de Oro como autores de libros impresos sin serlo.

Aquí el modelo conceptual del *printspace* nos permite incluir a todos los agentes incluidos en la producción de comedias, en particular la dupla poeta y *autor de comedia*, así como ilustrar los trasvases mediáticos del corral a la imprenta y sus consecuencias. Como producto teatral la comedia

es un producto de autoría múltiple entre la compañía y el escritor. Sin embargo una vez los impresores y mercaderes de libros comienzan a producir partes de comedias este tipo de autoría se diluye y se comienza a imponer la autoría del libro en las comedias de los corrales. Ello además implica que con el paso del tiempo el estudio de las comedias del Siglo de Oro se comienza a realizar siguiendo siempre las prácticas de consumo e interpretación del mercado del libro impreso y se termina de perder la complejidad en la que las comedias auriseculares fueron producidas y distribuidas.

El caso del mito del Don Juan de sus múltiples fuentes y de la comedia *El Burlador de Sevilla y convidado de piedra* ilustra de manera ejemplar todo lo anterior. En este caso el análisis literario tradicional intenta encontrar un texto único y original producto de un autor igualmente único y original pero choca con la realidad de un producto multimediático y multiautorial. Ese choque se traduce en un arduo debate académico y público. Nuestro modelo nos ha permitido analizar los documentos que conservamos en este caso conciliando posturas críticas y aportes académicos que parecen opuestos, pero sobre todo respetando la contextura de la plataforma de producción en la que el mito del Don Juan fue forjado. Aquí nuestro aporte radica en entender el este mito como producto no de un texto y un autor sino de un cúmulo de textos y representaciones, de escritores y *autores de comedias*, del cual tenemos como resultado apenas un objeto, una comedia impresa de problemática atribución autorial. Y este problema de atribución en nuestro modelo no es tanto un problema sino una expresión como operaba la propiedad intelectual y material en las comedias del Siglo de Oro, la interacción entre el comercio de manuscritos, las representaciones teatrales y los impresos. Como resultado secundario este ejemplo también sirve para mostrar cómo el *printspace* termina favoreciendo una figura autorial determinada, en suma termina por moldear y estandarizar una autoría en un producto comercial específico, una marca textual identificada en una persona autorial específica.

En el cuarto capítulo analizamos cómo en el Siglo de Oro comienza a surgir y a consolidarse la figura del editor, el agente que entiende a la autoría como una mercancía textual y que es capaz sacar provecho de este entendimiento para explotar el consumo del libro. Durante los siglos XVI y XVII las funciones propiamente editoriales no están ancladas fijamente a ningún agente involucrado en la publicación de libros impresos en el Siglo de oro, sino que se reparten entre el autor, el impresor y el mercader de libros. Por ello aquí nuestro ejemplo es un tanto excepcional. Alonso Pérez es en realidad uno de los primeros mercaderes de libro cuya carrera puede ser descrita como la editor de libros literarios. Su carrera y en particular su especialización en los textos literarios coincide con la consolidación de las Partes de comedias como género editorial así como la consolidación de un tipo de autoría específico: la del libro impreso. Esta coincidencia no es casual sino que demuestra que género y autor son categorías que se estructuran desde lo editorial, y que es necesario siempre tener en cuenta la labor del editor al estudiarlas. En este capítulo el análisis de los dos principales autores del catálogo de Pérez, su hijo Juan Pérez de Montalbán y Lope de Vega, nos permitió mostrar cómo en la construcción de ambas autorías tiene un componente editorial ineludible pero que además ambos autores son en gran medida conscientes del mismo.

El análisis de la obra de Montalbán y de Lope desde el punto de vista de vista editorial realizado en el contexto de la suspensión de emisión de licencias de 1624-1634 demostró que cuando Montalbán y Lope sacan sus libros al mercado, no sólo intentan dar al público una obra más, sino que intentan consolidar su propia autoría. Esto sucede además no sólo desde el punto de vista artístico, es decir no se intenta sólo completar su *oeuvre* sino que se intenta ratificar las características de su marca autorial, los elementos textuales que conforman su autoría y que moldean hasta cierto punto cómo el público los consume. Esta coyuntura legal es particularmente útil pues motiva una reflexión autorial en la que tanto Montalbán como Lope se ven inmersos y a la cual ambos responden de manera diferente. Este quizás sea el principal aporte de este capítulo, el de evidenciar

desde lo bibliográfico y lo legal que dos autores de suma importancia en el Siglo de Oro concebían sus proyectos autoriales como objetos editoriales y no como creaciones exclusivamente textuales. Un segundo aporte de este capítulo es el de explicar la poca valoración actual que se le da a Juan Pérez de Montalbán en los estudios del Siglo de Oro. El proyecto editorial que es su autoría, sobretodo la plena conciencia del libro como parte de un mercado, no coincide con la estructura de la categoría autor que se construyó en el Siglo XIX y ello ha implicado una valoración crítica negativa y ha relegado su estudio.

De tal forma que el modelo conceptual del *printspace* al entender la autoría como una categoría de clasificación históricamente determinada desde el punto de vista crítico, pero como una mercancía textual por construcción, permite analizar su consumo en diferentes contextos explicando su recepción y valoración más allá de las herramientas críticas del análisis literario tradicional. El modelo también demuestra que entender a las autorías como proyectos editoriales en los que participan distintos agentes del mercado del libro soluciona problemas que el análisis enfocado alrededor de la persona autorial no puede explicar. En suma, la autoría del libro impreso debe ser analizada como producto de una plataforma de comunicación específica, cuyas limitaciones legales, materiales, y comerciales moldean su consumo y su producción.

En 1987 Roger Stoddard notaba: “Whatever they may do, authors do not write books. Books are not written at all. They are manufactured by scribes and other artisans, by mechanics and other engineers, and by printing presses and other machines”(4). La anterior es una constatación de suma importancia y ampliamente conocida por los historiadores del libro, el mismo Chartier cita esa misma frase en al menos tres trabajos distintos¹. Stoddard apunta algo que ha sido axioma de esta tesis: el proceso de escritura es sólo un momento en la producción del libro, lo que consume el

¹ Chartier cita esta frase en: *The Order of Books, A History of Reading in the West*, y “Labourers and Voyagers”.

lector no es sólo el texto producido por el autor sino un complejo objeto cultural en el que se condensan los diferentes elementos de su sistema de producción. En nuestro trabajo creemos haber dado un paso al frente en esta misma línea: la autoría es un complejo producto editorial que expresa ciertas prácticas de consumo y de producción del texto, en nuestro contexto es una expresión comercial del *printspace*.

El axioma de Stoddard además implica que no podemos separar el texto del libro impreso, y como corolario que una vez los libros se comienzan a imprimir y se reemplaza a los escribanos y los copistas por las prensas, dejamos de escribir libros pero comenzamos a leer. En su análisis del software como hardware Kittler afirma lo mismo en el mundo digital pues niega que haya una diferencia entre software y hardware. Para el alemán:

Up to Holderlin's time, a mere mention of lightning seemed to have been sufficient evidence of its possible poetic use. After this lightning's metamorphosis into electricity, human-made writing passes through microscopically written inscriptions which, in contrast to all historical writing tools, are able to read and write by themselves. The last historical act of writing may well have been the moment when, in the early seventies, Intel engineers laid out some dozen square meters of blueprint paper (64 square meters, in the case of the later 8086) in order to design the hardware architecture of their first integrated microprocessor. ("There is no Software")

Para Kittler no hay software pues no se puede separar el código de lo electrónico. Es en estas mismas líneas que podemos decir que la imprenta permitió la lectura por primera vez, no porque no se leyera antes, sino porque permitió que consumiéramos el "mismo" libro y por ende posibilita la existencia de un público consumidor de obras y autores. Si no separamos el texto del libro, tampoco podemos separar las prácticas que la imprenta permite de la tecnología misma. El consumo del mismo objeto por distintos lectores es justamente lo que caracteriza al *printspace* de los espacios de

comercio anteriores. La masificación de los productos textuales y la capacidad de almacenamiento y de distribución que permite la imprenta es lo que permite estructurar de manera estable y horizontal categorías de clasificación verticales como la autoría y el género. La tecnología de los tipos móviles permite la lectura y el consumo de autorías impresas, pero es el autor es la gran ficción del *printspace*. En lo impreso confundimos al héroe, al antihéroe y al escritor, en la lectura privada creemos leer al otro. Sin embargo, ahora que los tipos móviles son cada vez menos usados y que nos es posible distanciarnos del *printspace* cada vez es más claro que el libro impreso no es la expresión de un individuo materializada en un texto, sino más bien el deseo tanto del lector como autor del individualizarse en un texto, de darle unicidad a su identidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agulló y Cobo, Mercedes. *La imprenta y el comercio de libros en Madrid: (siglos XVI - XVIII)*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones, 1992. Web. 15 oct. 2012.
- Alberola, Laura. «Testamento de Celestina, una burla de la hechicera». *Celestinesca* 30 (2006): 43-88. Web. 20 nov. 2014.
- Alemán, Mateo. *Ortografía Castellana*. Ciudad de México: Imprenta de Ieronimo Balli, 1609. Web.
- Alemán, Mateo. *La obra completa*. Ed. Pedro M Piñero Ramírez y Katharina Niemeyer. Sevilla: Iberoamericana/Vervuert Verlag, 2014. Web. 19 sep. 2017.
- Allen, John Jay. «Gaspar de Porres, autor de comedias». *Comedias y comediantes: estudios sobre el teatro clásico español: actas del congreso internacional sobre teatro y prácticas escénicas en los siglos XVI y XVII, organizado por el Departamento de Filología Española de la Universitat de Filología, los. Departamento de Filología Española*, 1991. 337-348. Web. 22 dic. 2015.
- Alonso, Emma Herrán. «De héroes y encrucijadas: el bivio, motivo ideológico y estructurador de las narraciones caballerescas espirituales del Siglo de Oro». *Historias Fingidas* 1 (2013): 37-60. Web.
- Altick, Richard Daniel, y John J Fenstermaker. *The art of literary research*. New York: Norton, 1983. Print.
- Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso, 1991. Web.
- Ardila, John G. «La traducción picaresca española en Inglaterra». *Bulletin of Hispanic Studies* 76.4 (1999): 453-469. Print.
- Arellano Ramírez, Rafael. *Ensayo de un catálogo biográfico de escritores de la provincia y diócesis de Córdoba, con descripción de sus obras*. Madrid: Tipografía de la Revista de Archivos, Bibliotecas y Museos, 1972. Web. 20 nov. 2014.
- Arellano, Ignacio. *El ingenio de Lope de Vega. Escolios a las «Rimas humanas y divinas del licenciado Tomé de Burquillos»*. Spain, Europe: New York, IDEA (Instituto de Estudios Auriseculares), 2012. Web.
- Arellano, Ignacio. *Los rostros del poder en el Siglo de oro: Ingenio y espectáculo*. Madrid: Editorial Renacimiento, 2011. Print.

- Arellano, Ignacio. «El poema 167 de Tomé de Burguillos. Paravicino, Gustavo Adolfo de Suecia, Felipe IV y Otras Notas.» *Nueva Revista de Filología Hispánica* 59.2 (2011): 447-466. Web.
- Arellano, Ignacio, Christoph Strosetzki, y Edwin Williamson, eds. *Autoridad y Poder en el Siglo de Oro*. vol. 62. Madrid/Frankfurt: Calambur Editorial/Vervuert, 2009. Web. 29 ago. 2017.
- Armitage, J. «From Discourse Networks to Cultural Mathematics: An Interview with Friedrich A. Kittler». *Theory, Culture & Society* 23.7-8 (2006): 17-38. Web. 14 oct. 2012.
- Askins, Alfonso, y Víctor Infantes. «Suplementos al Nuevo Diccionario. Olvidos, rectificaciones y ganancias de los pliegos sueltos poéticos del siglo XVI (y VI)». *Criticón* 90.y VI (2004): 137-152. Web. 11 oct. 2012.
- Bacon, G W. *An Essay Upon the Life and Dramatic Works of Dr. Juan Perez de Montalvan ...* University of Pennsylvania, 1903. Web.
- Barberi, Mario. «Tercera Parte de Guzmán de Alfarache di F'lix Machado da Silva: la peregrinatio portoghese del pícaro.» *Il Picaro nella Cultura Europea*. Ed. Italo Michele Battfarano y Pietro Taravacci. Milano: Luigi Reverdito Editore, 1989. 203-222. Print.
- Barca, Pedro Calderón de la et al. *Colección general de comedias escogidas: El vergonzoso en palacio*. Viuda de Cruz, 1826. Web. 28 abr. 2016.
- Barrett, Linton L. «A comparative study of six manuscripts of Juan Pérez de Montalbán's Como padre y como rey». (1976): n. pag. Web. 8 ago. 2016.
- Barthes, Roland. *Image, music, text*. New York: Hill and Wang. Print.
- Bellido, José, Raquel Xalabander, y Ramón Casas Valles. «Commentary on the Royal Charter for Licensing (1554)». *Primary Sources on Copyright (1450 - 1900)*. N.p., 2011. Web. 23 jun. 2017.
- Bently, Lionel. «Copyright and the Death of the Author in Literature and Law». *The Modern Law Review* 57.6 (2012): 973-986. Print.
- Bertati, Giovanni. *Il Capriccio Drammatico*. Venezia: Antonio Casali, 1878. Web.
- Biagioli, Mario. «Genius Against Copyright: Revisiting Fichte's Proof of the Illegality of Reprinting». *Notre Dame Law Review* 86.1996 (2011): 1847-1868. Web.
- Bilinkoff, Jodi. «A Spanish prophetess and her patrons: the case of María de Santo Domingo». *The Sixteenth century journal* 23.1 (1992): 21-34. Web. 11 oct. 2012.
- Bjornson, Richard. «The Picaresque Novel in France, England and Germany». 29.2 (1977): 124-147. Web.

- Bleiberg, German. «El Informe Secreto de Mateo Alemán sobre el trabajo forzoso en las minas de Almadén». *Estudios de Historia Social: revista del Instituto de Estudios de Sanidad y Seguridad Social* 2 (1977): 357-443. Web.
- Bonilla y San Martín, Adolfo. *Los Bancos de Flandes*. Madrid: Biblioteca Ateneo, 1910. Web. 10 ago. 2017.
- Boruchoff, David A. «La malograda invención de la picaresca». *Dejar hablar a los textos: Homenaje a Francisco Márquez Villanueva*. Secretariado de Publicaciones, 2005. 497-512. Web. 17 feb. 2015.
- Bosch, María Isabel Cabrera. *El Consejo Real de Castilla y la ley*. Madrid: Editorial CSIC - CSIC Press, 1993. Web. 17 feb. 2015.
- Bouza, Fernando. *Papeles y opinión : políticas de publicación en el Siglo de Oro*. vol. 33. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2008. Print. Monografías.
- Bouza, Fernando. *Corre manuscrito: Una historia cultural del Siglo de Oro*. Illustrate. Madrid: Marcial Pons, 2001. Web. Marcial Pons Historia.
- Bradbury, Jonathan David. «The Miscelánea of the Spanish golden age: An unstable label». *Modern Language Review* 105.4 (2010): 1053-1071. Web.
- Bradbury, Jonathan David. «The unstated sources of cristóbal Suárez De Figueroa's varias noticias importantes a la humana comunicación (1621)». *Modern Language Review* 111.3 (2016): 703-726. Web. 1 ago. 2016.
- Brancaforte, Benito. «Mateo Alemán y Miguel de Cervantes frente a los apócrifos». *Atalayas del Guzmán de Alfarache : seminario internacional sobre Mateo Alemán, IV Centenario de la publicación de Guzmán de Alfarache : 1599-1999*. Sevilla: Diputación Provincial de Sevilla, 2002. 219-240. Web. 17 feb. 2015.
- Brito Díaz, Carlos. «Lope en Lope: los palimpsestos del Fénix en su propia escritura (La Dorotea)». *La perinola* 7 (2003): 104-121. Web.
- Bujanda, Jesus. «El primer “Índice de libros prohibidos”». *Scripta Theologica* 16 (1984): 443-450. Web.
- Campana, Patrizia et al. «La “Parte primera” de comedias: Historial Editorial». *Lope en 1604*. Ed. Prolope. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona: Facultat de Filologia Espanyola, 2004. 33-42. Web.
- Cañas Murillo, Jesús. «Una nueva edición de “Lazarillo de Tormes”: Medina del Campo, 1554». 2002: 1-31. Web.
- Cano-Aguilar, Rafael. «De nuevo sobre oralidad e historia de la lengua: el caso de Guzmán de Alfarache». *Discurso y oralidad: homenaje al profesor José Jesús de Bustos Tovar* 2007: 41-64. Web. 17 feb. 2015.

- Cantalapiedra Erostarbe, Fernando. «*El infanzón de Illescas*» y las comedias de Claramonte. Granada : Kassel: Universidad de Granada ; Edition Reichenberger, 1990. Print. Teatro del Siglo de Oro. Estudios de literatura.
- Cantalapiedra Erostarbe, Fernando. *El teatro de Claramonte y «La estrella de Sevilla»*. Ed. -1626 y Corroy Andrés de. Kassel: Reichenberger, 1993. Print. Teatro del Siglo de Oro. Estudios de literatura.
- Carrasco Urgotti, María Soledad. «Don Álvaro Tarfe: El Personaje Morisco de Avellaneda y su Variante Cervantina». *Revista de Filología española* 73 (1993): 275. Print.
- Carreño, Antonio. «El Laurel de Apolo de Lope de Vega y otros laureles». *Bulletin Hispanique* 106.1 (2004): 103-128. Web. 29 sep. 2016.
- Cátedra García, Pedro Manuel. «Invención, difusión y recepción de la literatura popular impresa (siglo XVI)». 2002. Web. 23 oct. 2012.
- Cátedra García, Pedro Manuel. «Varias obras de mateo de brizuela». *Invención, difusión y recepción de la literatura popular impresa (siglo XVI)*. Editora Regional de Extremadura, 2002. Web. Premio de Investigación Bibliográfica «Bartolomé José Gallardo».
- Cátedra, Pedro, y Víctor Infantes, eds. *Los pliegos sueltos de Thomas Croft (siglo XVI)*. Albatros, 1983. Web. Primus calamus.
- Cayuela, Anne. «La prosa de ficción entre 1625 y 1634: Balance de diez años sin licencias para imprimir novelas en los Reinos de Castilla». *Mélanges de la Casa de Velázquez* 29.2 (1993): 51-76. Web. 23 oct. 2012.
- Cayuela, Anne. *Alonso Pérez de Montalbán. Un librero en el Madrid de los Austrias*. vol. 6. Madrid: Calambur Editorial, 2005. Print.
- Chartier, Roger. «La Pluma el Taller y la voz». *Imprenta y Crítica Textual en el Siglo de Oro*. Ed. Francisco Rico Manrique. Universidad de Valladolid. secretariado de publicaciones, 2000. Print.
- Chartier, Roger. *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe Between the 14th and 18th Centuries*. San Francisco: Stanford University Press, 1994. Print.
- Chartier, Roger. «Laborers and Voyagers: from the Text to the Reader». *diacritics* 22.2 (1992): 49-61. Web. 11 oct. 2017.
- Chartier, Roger, y M. Martínez. «El mundo como representación». *Historia Social* (1991):163-176. Web. 14 oct. 2012.
- Chevalier, Maxime. «“Lectura y lectores...” veinte años después». *Bulletin Hispanique* 99.1 (1997): 19-24. Web. 11 abr. 2013.
- Chevalier, Maxime. «Guzmán de Alfarache en 1605: Mateo Alemán frente a su público». *Annuario de Letras* 11 (1973): 125-147. Web. 17 feb. 2015.
- Clair, Colin. *A history of European printing*. London: Academic Press, 1976. Web. 14 sep. 2017.

- Coll Tellechea, Reyes. *Lazarillo Castigado: Historia de un olvido muerte y resurrección de Lázaro (1559-1573-1884)*. Minneapolis: Ediciones del Orto, 2010. Print.
- Collas, Georges. *Jean Chapelain, 1595-1674; étude historique et littéraire d'après des documents inédits*. Paris Perri: Perrin, 1912. Web. 22 jul. 2015.
- Cortés Hernández, Santiago. «Elementos de oralidad en la literatura de cordel». *Acta Poética* 2005: 281-311. Web. 4 sep. 2013.
- Cotarelo y Mori, Emilio. *Últimos estudios acerca de el Burlador de Sevilla*. Madrid: Tipografía de la Revista de archivos, bibliotecas y museos., 1908. Web. 28 abr. 2016.
- Cotarelo, Emilio. *Tirso de Molina: investigaciones bio-bibliográficas*. Madrid: Imprenta de Enrique Rubiños, 1893. Print.
- Covarrubias Orozco, Sebastián de. *Tesoro de la Lengua Castellana o Española*. Madrid: imp. Luís Sánchez, 1611. Web.
- Cross, Edmond. «La puesta en escena del sujeto cultural: estudio semiótico de un retrato de Mateo Alemán». *El sujeto cultural: sociocrítica y psicoanálisis*. Medellín: Universidad EAFIT, 203d. C. 91-103. Web.
- Cruikshank, Don William. «Some Notes on the Printing of Plays in Seventeenth-Century Seville». *Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. N.p., 2009. Web. 12 abr. 2016.
- Cruikshank, Don William. «“Literature” and the Book Trade in Golden-Age Spain». *The Modern Language Review* 73.4 (1978): 799-824. Modern Humanity. Web.
- Cruikshank, Don William. *The First Edition of «El Burlador de Sevilla»*. The University of Pennsylvania Press, 1981. Web.
- D'Agostino, Alfonso. «L'improbabile ruole degli attori nella tradizione del “Burlador de Sevilla”». *Annali della Facoltà di Lettere e Filosofi dell'Università degli Studi di Milano* LVII (2004): 111-149. Web. 11 oct. 2012.
- Dadson, Trevor J. *Libros, lectores y lecturas: estudios sobre bibliotecas particulares españolas del Siglo de Oro*. Arco/Libros, 1998. Web. Instrumenta bibliológica.
- de Castro, Guillen, y Tirso de Molina. *Colección de libros españoles raros ó curiosos*. Ed. Guillen de Castro. Madrid: Imprenta de Fortanet, 1878. Web. 28 abr. 2016.
- de Claramonte y Corroy, Andrés. *El valiente negro en Flandes*. Ed. Nelson López. Kassel: Edition Reichenberger, 2007. Print. Teatro del Siglo de Oro. Estudios de literatura.
- de los Reyes Gómez, Fermín. *El libro en España y América: legislación y censura: siglos XV-XVIII*. Arco/Libros, 2000. Web. Instrumenta bibliológica.
- de los Ríos, Blanca. «El viaje de Tirso a Santo Domingo y la génesis del “Don juan”». *Boletín del Archivo General de la Nación* 57.7 (1948): 169-194. Print.

- de Molina, Tirso. *Comedias de Tirso de Molina*. Ed. Emilio Cotarelo. Tomo I. Madrid: Real Academia Española, 1906. Web.
- de Vega, Lope. *Rimas Humanas y divinas, del licenciado Tomé de Burguillos*. Ed. Jesús Cañas Murillo y Juan Manuel Rozas. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2005. Web. 30 nov. 2012.
- de Vega, Lope. *Rimas Humanas y divinas, del licenciado Tomé de Burguillos*. Ed. Macarena Cuñás Gomez. Madrid: Cátedra, 2005. Web. 1 sep. 2017.
- de Zamora, Antonio. *Comedias de don Antonio de Zamora*. Madrid: Joaquín Sánchez, 1744. Web.
- Deazley, Ronan. *Rethinking Copyright: History, Theory, Language*. Edward Elgar, 2006. Web.
- Deazley, Ronan, Lionel Bently, y Brad Sherman, eds. *Privilege and Property*. Open Book Publishers, 2010. Web.
- Delgado Casado, Juan. *Diccionario de impresores españoles, siglos XV-XVII*. Madrid: Arco-Libros, 1996. Print. Instrumenta bibliologica.
- Demattè, Claudia. «El proyecto “Un autor madrileño recuperado: Juan Pérez de Montalbán”». *Cuatrocientos años del «Arte nuevo de hacer comedias» de Lope de Vega. Actas selectas del XIV Congreso de la Asociación Internacional de Teatro Español y Novohispano de los Siglos de Oro*. Ed. G. Vega y H. Urzaíz. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009. Print.
- Demattè, Claudia. «La fama en la parodia: Juan Pérez Montalbán y sus reescritores burlescos». *Comedia burlesca y teatro breve del Siglo de oro*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, 2013. 129-142. Web.
- Demattè, Claudia. «La fortuna de las obras de Montalbán entre reescrituras, parodias y traducciones: en el caso de la comedia “No hay vida como la honra”». *Il prisma di Proteo. Riscritture, ricodificazioni, traduzioni fra Italia e Spagna (sec. XVI-XVIII)*. Ed. V. Nider. Trento: Labirinti, 2012. 79-98. Web.
- di Stefano, Giuseppe. «El Pliego Suelto: Del Lenguaje a la Página». *Imprenta y crítica textual en el Siglo de Oro*. Ed. Francisco Rico Manrique. N.p., 2000. 171-185. Web. 11 oct. 2012.
- Díaz de Escovar, Narciso. *Algunos datos sobre el antiguo Autor de comedias: Alonso de Olmedo*. Madrid: Imprenta Helénica, 1909. Print.
- Díaz, José Simón. *Manual de bibliografía de la literatura española*. vol. 47. Madrid: Gredos. Print. Biblioteca románica hispánica.
- Díaz, José Simón. *El libro español antiguo: análisis de su estructura*. Kassel: Reichenberger, 1983. Print.
- Díaz, José Simón. *Relaciones breves de actos públicos celebrados en Madrid de 1541 a 1650*. no. 1. Madrid: Instituto de Estudios Madrileños. Print. Madrid de los Austrias.
- Díaz, José Simón, y Luciana Calvo Ramos. *Siglos de Oro; índice de justas poéticas*. vol. 5. Madrid: C.S.I.C. Print. Cuadernos bibliográficos.

- Dixon, Victor. «La intervención de Lope en la publicación de sus comedias». *Anuario Lope de Vega* 1996: 45-64. Web. 22 oct. 2012.
- Dixon, Victor. «New (and Ancient) Lights on the Life of Juan Pérez de Montalbán.» *Bulletin of Spanish Studies* jun. 2013: 509-534. Web.
- Dixon, Victor. «Juan Perez de Montalban's Para todos». *Hispanic Review* 32.1 (1964): 36. Web. 1 ago. 2016.
- Dixon, Victor. «Montalbán's Vida y purgatorio de San Patricio : its Early Textual History». Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: 2011. Web.
- Dixon, Victor. «Juan Pérez de Montalbán's Segundo Tomo de las Comedias». *Hispanic Review* 29.2 (1961): 91-109. Web.
- Dolfi, Laura. «Tirso y Cicognini: Dos Don Juanes a frente». *Tirso de Molina: Textos e Intertextos*. Ed. E. Galar. Madrid-Pamplona: 255-288, 2001. Web
- Eisenberg, Daniel. «Cervantes, Lope and Avellaneda». *Josep Maria Solà-Solà: Homage, Homenaje, Homenatge* 76 (1991). Web. 11 oct. 2012.
- Farinelli, Arturo. *Don Giovanni: note critiche*. Torino: Ermanno Loescher, 1896. Web.
- Florit Durán, Francisco. «El teatro de Tirso de Molina después del episodio de la Junta de Reformación». *La década de oro de la comedia española 1630-1640*. Ed. Felipe Pedraza Jiménez y González Cañal Rafael. Almagro: Universidad de Castilla-La Mancha, 1996. 85-102. Print.
- Foucault, Michel. «What is an Author?» *The Foucault Reader, New York: Pantheon Books* (1984). Print.
- Foulché-Delbosc, R. «Bibliographie de Mateo Alemán. 1598-1615». *Revue hispanique: recueil consacré à l'étude des langues, des littératures et de l'histoire des pays castillans, catalans et portugais* 42.102 (1918): 481-556. Web. 7 may 2015.
- Francis, Alan. «Juan Martí y el Guzmán Apócrifo: ¿Picaresca decadente o porblemática?» *Picaresca, decadencia, historia*. Madrid: Gredos, 1978. 152-161. Print.
- Ganelin, Charles. «A critical edition and study of Andrés de Claramonte's 'La infelice Dorotea'». University of Chicago, 1983. Print.
- García Cárcel, Ricardo, y Javier Burgos Rincón. «Los criterios inquisitoriales en la censura de libros en los siglos XVI y XVII». *Historia Social* 14 (1992): 97-109; 1992 Fundacion Instit. Web.
- García Cuadrado, Amparo. «La Compañía de Mercaderes de Libros de la Corte a mediados del siglo XVIII». *Anales de documentación*. 95-126 , 2001. Web. 19 jul. 2017.
- García de Enterría, María Cruz, ed. *Pliegos poéticos españoles de la Biblioteca del estado de Baviera de Munich*. vol. 16, 2a épo. Madrid: Joyas Bibliográficas, 1974. Print. Joyas bibliográficas.

- García Gómez, Ángel María. «El cartapacio de comedias de Jerónimo Sánchez: límites de un documento en el contexto de la fecha de composición y autoría de Tan largo me lo fiais». *Bulletin of Spanish Studies* XC.4-5 (2013): 639-651. Web.
- García Mondelo, Nancy. «El género epistolar y “Los consejos de Celestina” en un pliego suelto del siglo XVI». *Celestinesca* 24 (2000): 19-46. Web. 24 sep. 2013.
- García Oro, José, y María José Portela Silva. *Felipe II y los libreros: actas de las visitas a las librerías del Reino de Castilla en 1572*. Editorial Cisneros, 1997. Web.
- García Pérez, Sandra. «Imprenta y censura en España durante el siglo XIX: un acercamiento a la legislación». *Boletín de la ANABAD* 58.2 (2008): 149-163. Web. 11 oct. 2012.
- García-fernandez, Anton. «Rogues in Dialogue: The Literature of Roguery in Spain and England in the sixteenth and Seventeenth Centuries». Vanderbilt University, 2011. Print.
- García-Reidy, Alejandro. *Las musas ramerías. Oficio dramático y conciencia profesional en Lope de Vega*. Madrid/Frankfurt: Iberoamericana/Vervuert Verlag, 2013. Print.
- García-Reidy, Alejandro. «Una comedia inédita de Andrés de Claramonte: San Carlos o Las dos columnas de Carlos». *Criticón* 102 (2008): 177-193. Web. 11 oct. 2012.
- Gargano, Antonio. «Tomé de Burguillos, un “discípulo inesperado” de Quevedo.» *Tomé de Burguillos, Quevedo's unexpected disciple*. 15 (2011): 131-155. Web.
- Genette, Gerard. *Umbrales*. México D.F.: Siglo XXI, 2001. Web. Lingüística y teoría literaria.
- Gilbert-Santamaria, Donald. «Markets, Morality, and Violence in picaresque novel: Mateo Alemán's Guzmán de Alfarache». *Writers on the Market: Consuming Literature in Early Seventeenth-century Spain*. Lewisburg: Buckner University Press, 2005. 85-148. Print.
- Gili Gaya, Samuel. «Guzmán de Alfarache y las “Premáticas y aranceles generales.”» *Boletín de la Biblioteca de Menéndez Pelayo* 21 (1945): n. pag. Print.
- Giuliani, Luigi. «La Parte de comedias como género editorial». *Criticón* 108 (2010): 25-36. Print.
- Godzich, Wlad, y Nicholas Spaldacchi, eds. *Literature Among Discourses: The Spanish Golden Age*. Minneapolis (Minn.): Univ Of Minnesota Press, 1986. Print.
- Gómez Canseco, Luis. «Estudio Crítico». *Guzmán de Alfarache*. Madrid: Real Academia de la Lengua, 2012. 1447-1662. Print.
- González Palencia, Ángel. «Pleito entre Lope de Vega y un editor de sus comedias». *Boletín de la Biblioteca Menéndez Pelayo* 3 (1921): 17-26. Web. 23 oct. 2012.
- González, Lola. «El autor de comedias en el siglo XVII. Entre creación y recepción. A propósito de Baltasar de Pinedo». *El autor en el Siglo de Oro: Su estatus intelectual*. Ed. Manfred Tietz y Marcella Trambaioli. Vigo: Editorial Academia del Hispanismo, 2011. 129-139. Print.
- Greer, Margaret. «Authority and Theatrical Community: Early Modern Spanish Theater Manuscripts». *Renaissance Drama* 40 (2012): 101-112. Web. 12 ene. 2016.

- Greetham, David. *Textual scholarship: an introduction*. vol. 1417. New York: Garland, 1992. Print. Garland reference library of the humanities.
- Greg, Walter W. «The Rationale of Copy-Text». *Studies in Bibliography* 3 (1950): 19-36; 1950 Bibliographical S. Web.
- Grieve, Patricia E. «Point and Counterpoint in Lope de Vega's Rimas and Rimas sacras». *Hispanic Review* 60.4 (1992): 413. Web. 1 ago. 2016.
- Guardia Massó, Pedro. «James Mabbe, eminente hispanista oxoniense del Siglo XVII: Personalidad literaria.» Universitat de Barcelona, 1971. Web.
- Gutiérrez, Ellen Turner. *The Reception of the Picaresque in the French, English, and German Traditions*. New York: Peter Lang Pub Incorporated, 1995. Web. Currents in Comparative Romance Languages and Literatures.
- Hampe Martínez, Teodoro. «El eco de los ingenios: literatura española del siglo de Oro en las bibliotecas y librerías del Perú colonial». *Actas del XXIX congreso del Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Barcelona 15-19 de junio de 1992* 1.1 (1994): 413-436. Web. 26 oct. 2016.
- Izquierdo Villaverde, Juan Carlos. «Un Acercamiento a la Obra de Benito Carrasco: Autor de Pliegos Suelos». *Actas del IV Congreso Internacional de la ...* (1998): 857-868. Web. 11 oct. 2012.
- Job, Valerie Yllise. «A Modernized Edition of Juan Pérez de Montalván's Para Todos ejemplos morales humanos y divinos en que se tratan diversas, ciencias, materias y facultades. Repartidos en los siete días de la semana y dirigidos a diferentes personas». Texas Tech University, 2005. Web. 11 oct. 2012.
- Johnson, Carroll B. «Mateo Alemán y sus fuentes literarias». *Nueva Revista de Filología Hispánica* 28.2 (1979): 360-374. Web.
- Kittler, Friedrich. *Discourse Networks, 1800/1900*. Stanford University Press, 1992. Print.
- Kittler, Friedrich. «There is No Software». *Ctheory.net*: 1995. Web. 11 oct. 2017.
- Kittler, Friedrich, G Winthrop-Young, y M Wutz. *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford University Press, 1999. Print. Writing Science.
- Laguna, Juan Ignacio. *La Filosofía Moral en el Guzmán apócrifo: la autoría de Juan felipe Mey a la luz de las nuevas fuentes*. Ciudad Real: Ed. Almud. Web.
- Lampérez, Blanca de los Ríos de. *Tirso de Molina: conferencia leída por su autora en el Ateneo de Madrid el día 23 de abril de 1906*. B. Rodríguez, 1906. Web. 28 abr. 2016.
- Larki, James B. «Avellaneda versus Cervantes: Rival or Unwitting Accomplice?» *Papers on Language & Literature* Vol. 12.3 (1976): 246. Web. 11 oct. 2012.

- Laurenti, Joseph L. «Notas sobre la colección de ediciones y traducciones de las obras de Juan Pérez de Montalbán (1602-1638) en la biblioteca de la Universidad de Illinois». *Annali Istituto Universitario Orientale, Napoli, Sezione Romanza* 34.2 (1992): 765-775. Web.
- Leavitt, Sturgis Elleno. *The Estrella de Sevilla and Claramonte*. Cambridge: Harvard University Press, 1931. Print.
- Lee Dawdy, Shannon, y Joe (University of Chicago) Bonni. «Towards a general theory of Piracy». *Anthropological Quarterly* 85.3 (2006): 23. Web.
- Leonard, Irving A. «Mateo Alemán en Mexico». *Boletín del Instituto Caro y Cuervo*, V.3 (1949): 1907-1912. Web. 11 oct. 2012.
- Leonard, Irving A. *Books of the brave: being an account of books and of men in the Spanish Conquest and settlement of the sixteenth-century New World*. Berkeley: University of California Press, 1992. Web. 23 jun. 2017.
- Leonard, Irving A. «Guzmán de Alfarache in the Lima Book Trade, 1613». *Hispanic Review* 11.3 (1943): 210-220. Web.
- Leonard, Irving A. «Mateo Alemán in Mexico: A Document». *Hispanic Review* 17.4 (1949): 316-330; 1949 University of. Web.
- Lucía Megías, José Manuel. *Imprenta, libros y lectura en la España del Quijote*. Madrid: Imprenta Artesanal. Print.
- Lucía Megías, José Manuel. *De los libros de caballerías manuscritos al Quijote*. vol. 9. Madrid: SIAL Ediciones. Print. Trivium.
- Lucía Megías, José Manuel. *Imprenta y libros de caballerías*. Madrid: Ollero & Ramos. Print.
- Luke, Hugh J. Jr. «The Publishing of Byron's Don Juan». *PMLA* 80.3 (1965): 199-209. Web.
- Mañero Lozano, David. «Pedro Patricio Mey y Mateo Alemán, nuevos enigmas del "Guzmán" apócrifo». *Nueva Revista de Filología Hispánica* 59.1 (2011): 79-96. Web.
- Mañero Lozano, David. «Hacia una edición crítica de la segunda parte de la vida del pícaro Guzmán de Alfarache». *Revista de Literatura* 134 (2007): 525-546. Print.
- Maravall, José Antonio. *La literatura picaresca desde la historia social (siglos XVI y XVII)*. 265. Madrid: Taurus. Print. Ensayistas.
- Martínez, Luisa. «Los Cromberger: una imprenta de Sevilla y Nueva España». *ARCHIVO de Tiempo y Escritura*. N.p., 2003. Web. 23 jun. 2017.
- Márquez Villanueva, Francisco. *Orígenes y elaboración de «El burlador de Sevilla»*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 1996. Print. Acta Salmanticensis. Estudios filológicos.
- Márquez Villanueva, Francisco. «La vida secreta de Guzmán de Alfarache». *Claves de razón práctica* 2011: 24-32. Web. 18 feb. 2015.

- Márquez Villanueva, Francisco. «Sobre el lanzamiento y recepción del Guzmán de Alfarache». *Bulletin Hispanique* 92.1 (1990): 549-577. Web. 18 feb. 2015.
- Marsá, María. *La imprenta en los Siglos de Oro, 1520-1700*. no. 8. Madrid: Ediciones del Laberinto, 2001. Print. Colección Arcadia de las letras.
- Martín Jiménez, Alfonso. «El Buscón de Quevedo, la Vida de Pasamonte y el Quijote de Avellaneda». *La perinola* 12 (2008): 123-144. Web. 11 oct. 2012.
- Martín Jiménez, Alfonso. *Guzmanes y Quijotes: dos casos similares de continuaciones apócrifas*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, 2010. Web. Fastignia, 3.
- Martínez Bermejo, Saúl. «Tácito leído: prácticas lectoras y fundamentos intelectuales de la recepción de Tácito en la edad moderna». Universidad Autónoma de Madrid, 2009. Web. 17 ago. 2015.
- Martínez, Miguel. «La vida de los héroes: épica y autobiografía en el mediterráneo Habsburgo». *Calíope* 19.1 (2014): 103-121. Print.
- Marucci, Marina. «La prima traducción inglesa del Guzmán de Alfarache». *Muratori de Babele*. Ed. Maria Grazia Profeti y Franco Angeli. Milán: N.p., 1989. 53-72. Print.
- Mascia J., Mark. *To Live Vicariously through Literature: Lope de Vega and his Alter Ego in the Sonnets of the Rimas humanas y divinas del licenciado Tomé de Burguillos*. Gale, 2006. Web.
- McGann, Jerome J. *A critique of modern textual criticism*. Chicago: University of Chicago Press, 1983. Print.
- McGrady, Donald. «A Pirated Edition of Guzmán de Alfarache: More Light on Mateo Alemán's Life». *Hispanic Review* 34.4 (1966): 326-328. Web.
- McGrady, Donald. «Mateo Luján de Sayavedra y López Pinciano». *Thesaurus Boletín del Instituto Caro y Cuervo* XXI.d (1966): 331-340. Print.
- McKenzie, Donald F. *Bibliography and the Sociology of Texts*. Cambridge University Press, 1999. Print.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extension of Man*. Taylor & Francis, 2005. Print. Routledge Classics.
- McLuhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, 1962. Print. Canadian University paperbooks.
- Medel del Castillo, Francisco. *Indice general alfabético de todos los títulos de comedias, que se han escrito por varios autores, antiguos, y modernos, y de los autos sacramentales y alegóricos, assi de Don Pedro Calderon de la Barca como de otros autores clásicos*. Madrid: Antonio de Mora, 1735. Web.
- Menéndez Pidal, Ramón. «Sobre los orígenes de El Convidado de Piedra». *Estudios literarios*. Madrid: Atenea, 1920. 351. Print. Biblioteca de ciencias.
- Merino, José María. «Mateo Luján: Guzmán de Alfarache». *Revista de Libros*. 2008. Web.

- Micó, José María. «La conciencia textual del Guzmán de Alfarache». *Atalayas del Guzmán de Alfarache*. Ed. Pedro M Piñero Ramírez. Sevilla: Universidad de Sevilla : Diputación de Sevilla, 1999. 241-254. Print.
- Micó, José María. «Mateo Alemán y el “Guzmán de Alfarache”: la novela, a pie de imprenta». *Imprenta y Crítica Textual en el Siglo de Oro*. Ed. Francisco Rico Manrique. Valladolid: Universidad de Valladolid, Facultad de Filosofía y Letras, 2002. 151-169. Print.
- Micó, José María. «El texto de la Primera parte de Guzmán de Alfarache». *Hispanic Review* 57.1 (1989): 1-24. Web. 30 abr. 2015.
- Molina, Tirso de. *Comedias escogidas de Fray Gabriel Tellez (El Maestro Tirso de Molina)*. Ed. Juan Eugenio Hartzenbusch. Madrid: Imprenta de M. Rivadeneyra, 1849. Web. 29 jun. 2016.
- Molina, Tirso de. *Teatro escogido de Fray Gabriel Tellez, conocido con el nombre de El Maestro Tirso de Molina*. Ed. Juan Eugenio Hartzenbusch. Madrid: Imprenta de Yenes, 1839. Web. 29 jun. 2016.
- Moll, Jaime. *De la imprenta al lector: estudios sobre el libro español de los siglos XVI al XVIII*. Madrid: Arco/Libros, 1994. Print. Colección Instrumenta bibliológica.
- Moll, Jaime. «La Imprenta Manual». *Imprenta y crítica textual en el Siglo de Oro*. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, 2000. Web. 14 oct. 2012.
- Moll, Jaime. «Problemas bibliográficos del libro del Siglo de Oro». (2011): 318 p. Web. Instrumenta bibliologica.
- Moll, Jaime. «El impresor, el editor y el librero». 2003: 77-84. Web.
- Moll, Jaime. «El problema bibliográfico de la “Primera Parte de comedias” de Tirso de Molina». *Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. N.p., 2009. Web. 23 oct. 2012.
- Moll, Jaime. «Diez años sin licencias para imprimir comedias y novelas en los reinos de Castilla: 1625-1634». *Boletín de la Real Academia Española* 54 (1974): 97-103. Web. 23 oct. 2012.
- Moll, Jaime. «Prólogo». *Institución y origen del arte de la imprenta: y reglas generales para los componedores*. Calambur, 2002. Web. 14 oct. 2012. Biblioteca Litterae.
- Montero, Juan, y Pedro Ruiz Pérez. «El Libro en el Siglo de Oro. Estado de la Investigación (1980-2005)». *Etiópicas. Revista de Letras Renacentistas* 2.2006 (2006): 1-30. Print.
- Montesinos, Fernando, y Víctor Manuel Maúrtua. *Anales del Perú*. Imp. de Gabriel L. y del Horno, 1906. Web. Anales del Perú.
- Montgomery, James H. «Did Cervantes Learn of Avellaneda s Quijote Earlier Than Chapter 59 of Part Two?» *Cervantes: Bulletin of the Cervantes Society of ...* (2010): 11-14. Web. 11 oct. 2012.
- Morisse, Gerard. «Blas de Robles (1542-1592): Primer Editor de Cervantes». *El libro antiguo español VI*. Ed. Pedro Manuel Cátedra García y Pablo Andrés Escapa. VI. Universidad de Salamanca, 2002. 537. Web. 11 oct. 2012.

- Muñoz Peña, Pedro. *El teatro del Maestro Tirso de Molina*. Valladolid: Hijos de Rodríguez, 1889. Web.
- Nalle, Sara T. «Literacy and Culture in Early Modern Castile». *Past & Present* 125 (1989): 65-96; 1989 The Past and Pre. Web.
- Navarrete, Ignacio Enrique. *Orphans of Petrarch: poetry and theory in the Spanish Renaissance*. vol. 25. Berkeley: University of California Press, 1994. Print. Publications of the UCLA Center for Medieval and Renaissance Studies.
- Navarro Durán, Rosa. «La segunda parte de Lazarillo de Tormes, y de sus fortunas y adversidades (Amberes 1555)». *Novela Picaresca, V*. 2010. Web. 17 jul. 2015.
- Ojeda Calvo, María del Valle. «Poetas y farsantes: el dramaturgo en los inicios de la Comedia Nueva». *El autor en el Siglo de Oro: Su estatus intelectual*. Ed. Manfred Tietz y Marcella Trambaioli. Vigo: Editorial Academia del Hispanismo, 2011. 291-302. Print.
- Oltra, José Miguel. «La miscelánea en “Deleytar aprovechando” reflejo de una coyuntura tirsiana». *El Crítico* (1949): 799-800. Print.
- Ortega Garrido, Andrés. «De los filósofos antiguos al romano Apuleyo en el Burguillos de Lope de Vega: notas de tradición clásica.» *From Ancient Philosophers to the Roman Apuleius in the Burguillos by Lope de Vega: Notes on the Classical Tradition*. mar. 2014: 335-355. Web.
- Ortiz Rosado, Irene. «“De El burlador de Tirso al Don Juan de Molière. Estudio Comparativo de Fuentes Textuales”». Universidad Complutense de Madrid, 2014. Print.
- Oteiza, Blanca. «¿Conocemos los textos verdaderos de Tirso de Molina?» Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2006. Web. 1 oct. 2015.
- Paisano Rodríguez, María del Refugio. «Pedro Balli, cuarto impresor novohispano.» Universidad Nacional Autónoma de México, 2011. Web.
- Pardo Tomás, José. *Ciencia y censura: la inquisición española y los libros científicos en los siglos XVI y XVII*. vol. 13. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Print. Estudios sobre la ciencia.
- Pascual Serrano, D., C. Vera Pasamontes, y R. Girón Moreno. *Modelos animales de dolor neuropático*. vol. 31. Verona: Università degli studi di Padova, 2016. Web.
- Pascual, Pedro. «Las pragmáticas y la industria editorial española en el reinado de Felipe II». *Congreso Internacional "Felipe II (1598-1998), Europa dividida, la monarquía católica de Felipe II*. vol. 1. (Universidad Autónoma de Madrid, 20-23 abril 1998), 1998. Web. 11 oct. 2012.
- Paz, Yanira. «La Ortografía Castellana de Mateo Alemán». *Neophilologus* 86.1 (2002): 57-64. Web. Literature Online.
- Peña, Pedro Muñoz. *El teatro del maestro Tirso de Molina: (estudio crítico-literario)*. Hijos de Rodríguez, 1889. Web. 28 abr. 2016.

- Peraita, Carmen. «“Así está impreso”; percepciones quevedianas de la cultura del libro en torno a Para todos de Pérez de Montalbán.» *«Así está impreso»; Quevedo's perceptions on the book culture around the Para todos, by Pérez de Montalbán.* 12 (2008): 341-366. Web.
- Pérez de Montalbán, Juan. *Orfeo en Lengua Castellana*. Ed. Pablo Cabañas. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto Miguel de Cervantes, 1948. Web.
- Pérez de Montalbán, Juan, y Enrico De Pastena. *Fama póstuma a la vida y muerte del doctor frey Lope Félix de Vega Carpio y elogios panegíricos a la inmortalidad de su nombre*. Ed. Enrico. Di Pastena. vol. 3. Pisa: Edizioni ETS, 2001. Web. 22 ago. 2017.
- Pérez Pastor Cristóbal, d. 1908. *Bibliografía madrileña, ó Descripción de las obras impresas en Madrid ...* Ed. Biblioteca Nacional (Spain). Madrid,: Tipografía de los huérfanos, 1891. Print.
- Pérez Pastor, Cristóbal. *La imprenta en Medina del Campo*. Madrid: Sucesores de Rivadeneyra, 1895. Web.
- Piero, Raúl A del. «La Respuesta de Pérez de Montalbán a la Perinola De Quevedo A». *Modern Language Association* 76.1 (2013): 40-47. Web.
- Piñero Ramírez, Pedro M, y Universidad de Sevilla. «La publicación del Guzmán de Alfarache (Madrid, 1599) y la invención de la novela moderna». *Atalayas del Guzmán de Alfarache: Seminario Internacional sobre Mateo Alemán, IV Centenario de la publicación de Guzmán de Alfarache (1599-1999)*. Sevilla: Universidad de Sevilla: Diputación de Sevilla, 2002. 11-26. Web. Serie Otras publicaciones.
- Plata, Fernando. «La polémica en torno a La Perinola de Quevedo con un texto inédito». *La Perinola. Revista de Investigación Quevediana* 10.10 (2006): 245-255. Web. 11 oct. 2016.
- Plata, Fernando. «Dificultades en la edición y anotación de la Perinola de Quevedo». *Quevedo en Manhattan*. Ed. Ignacio Arellano y V. Roncero. New York: Visor Libros, 2001. 217-229. Print.
- Profeti, Maria Grazia. «Per una bibliografia di Juan Pérez de Montalbán. Addenda e corrigenda». Università degli studi di Padova: 1982. Web.
- Profeti, Maria Grazia. «Estrategias editoriales de Lope de Vega». *Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. N.p., 2009. Web. 18 abr. 2013.
- Profeti, Maria Grazia. «Un enigma bibliografico: la “Parte VI de Comedias Nuevas Escogidas”». *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. 2009. Web. 5 may 2016.
- Profeti, Maria Grazia. *Montalbán: un commediografo delletá di Lope*. Pisa: Università di Pisa, 1970. Web.
- Pupo-Walker, Enrique. «La reconstrucción imaginativa del pasado en El carnero de Rodríguez». *Nueva Revista de Filología Hispánica* 27.2 (1978): 346-358. Print.
- Randall, Dale B. J. *The golden tapestry: a critical survey of non-chivalric Spanish fiction in English translation, 1543-1657*. Duke University Press, 1963. Web.

- Reyes Gómez, Fermín. «Con privilegio: la exclusiva de edición del libro antiguo español». *Revista general de Información y documentación* 11.2 (2001): 163-200. Web.
- Reyes Gómez, Fermín. «Pliegos de bibliofilia.» *Pliegos de bibliofilia* 4 (1998): 35-52. Web. 27 jun. 2017.
- Reyes Gómez, Fermín de los. *El libro en España y América: legislación y censura, siglos XV-XVIII*. Madrid: Editorial Arco/Libros, 2000. Web. 21 ago. 2017.
- Rico Manrique, Francisco, ed. *Imprenta y crítica textual en el Siglo de Oro*. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, 2000. Web. 14 oct. 2012.
- Rico Manrique, Francisco. *El texto del «Quijote»: preliminares a una ecdótica del Siglo de Oro*. Ediciones Destino, 2005. Web. Imago mundi.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. «Introducción». *Deste agua no beberé*. Ed. Alfredo Rodríguez López-Vázquez. Kassel: Edition Reichenberger, 1984. 1-61. Print.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. «La princeps del Lazarillo: Estrasburgo, 1550». 15 (2015): 231-242. Print.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. «El “tractado del escudero” en el Lazarillo de Tormes y la metodología de la atribución de la obra. Nuevas aportaciones al stemma.» *Lemir* 14.2010 (1846): 259-272. Print.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. «Aportaciones críticas a la autoría de “El burlador de Sevilla”». *Critición* 40.40 (1987): 5-44. Web. 11 oct. 2012.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. «Tirso de Molina y el Burlador de Sevilla: la tesis tradicionalista y el estado de la cuestión». *Castilla. Estudios de literatura* 2.1977 (2011): 151-165. Print.
- Rodríguez López-Vázquez, Alfredo. *Lope, Tirso, Claramonte: la autoría de las comedias más famosas del Siglo de Oro*. vol. 48. Kassel: Reichenberger, 1999. Web. Teatro del Siglo de Oro.
- Rodríguez-Moñino, Antonio, Arthur Lee-Francis Askins, y Víctor Infantes de Miguel. «Nuevo diccionario bibliográfico de pliegos sueltos poéticos (siglo XVI)». 1997. Web. 18 mar. 2013.
- Rodríguez, Arturo, y Alfredo Rodríguez López-Vázquez. «La princeps del Lazarillo: Estrasburgo, 1550, Augustin Frisius, en dozavo, a 25 emes y titulillos exentos; pruebas documentales y ecdóticas». *Artifara* 6 sep. 2015. Web. 1 oct. 2015.
- Rodríguez, Fernando. «“Como es uso y costumbre”: el retrato autorial en Mateo Alemán y Cervantes». *Lexis* XXXII.2 (2008): 281-303. Print.
- Rojas Villandrando, Agustín de. *El viaje entretenido*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 1603. Web. 7 dic. 2015.
- Romero Tobar, Leonardo. «La Colección General de Comedias de Ortega (Madrid, 1826-1834)». *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. 2011. Web. 3 may 2016.

- Rose, Mark. «The Author as Proprietor: Donaldson v. Becket and the Genealogy of Modern Authorship». *Representations* 23.1 (1988): 51-85. Web.
- Ruan, Felipe E. *The Field of Literary Production, Guzmán de Alfarache and the Early Fashioning of Picaresque Genre*. Web. 2015.
- Ruan, Felipe E. «Market, Audience, and the Fortunes and Adversities Of "Lazarillo de Tormes Castigado" (1573)». *Hispanic Review* 79.2 (2011): 189-211. Web.
- Ruano de la Haza, José María. «La relación textual entre "El burlador de Sevilla" y "Tan largo me lo fiáis"». Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2009. Web. 12 nov. 2015.
- Rubio Árcquez, Marcial. «Situación actual de los estudios sobre el Guzmán apócrifo». *Actas del III Congreso de la AISO*. Toulouse-Pamplona: Centro Virtual Cervantes, 1996. Web.
- Rubio Árcquez, Marcial. «Estudio Bibliográfico de la Segunda Parte de la Vida del Pícaro Guzmán de Alfarache de Mateo Luján de Sayavedra». *Annali dell'Instituto Universitario Orientale*. XLIII. Napoli: L'Orientale Editrice, 2001. Print.
- Rueda Ramírez, Pedro. «La circulación de libros entre el viejo y el nuevo mundo en la Sevilla de finales del siglo XVI y comienzos del siglos XVII». *Cuadernos de historia moderna* 22 (1999): 79-105. Web. 19 feb. 2015.
- Said Armesto, Víctor. *La leyenda de Don Juan: orígenes poéticos de El burlador de Sevilla y Convidado de piedra*. Madrid: Sucesores de Hernando, 1908. Print.
- San, Javier, y José Lera. «Tomé de Burguillos o el triunfo del Quijote . Una lectura de las Rimas humanas y divinas del licenciado Tomé de Burguillos de Lope de Vega». *Criticón* 100 (2007): 321-327. Print.
- Sánchez Jiménez, Antonio. *Lope pintado por sí mismo: mito e imagen del autor en la poesía de Lope de Vega Carpio*. Tamesis, 2006. Web. Colección Támesis.
- Sánchez Pérez, María. «La Poética de las relaciones de sucesos tremendistas en pliegos sueltos poéticos (siglo XVI): construcción y reelaboración». *Etiópicas: revista de letras renacentistas* 4.4 (2008): 1-20. Web. 15 oct. 2012.
- Santo-Tomás, Enrique García. «Lope, ventríloco de Lope: capital social, capital cultural y estrategia literaria en las Rimas de Tomé de Burguillos (1634)». *Bulletin of Hispanic Studies* 77.4 (2000): 287-303. Web.
- Schack, Adolf Friedrich. *Historia de la literatura y del arte dramático español*. Madrid: M. Tello, 1885. Web.
- Schwartz, Lía. «Introducción». *Las sátiras de Quevedo y su recepción*. Ed. Lía Schwartz. Alicante: Instituto Cervantes, 2017. Web. 8 ago. 2017.
- Solares Mendiola, Manuel. «La Auditoría Superior de la Federación: antecedentes y perspectiva jurídica». *DOCTRINA JURÍDICA* 172 (2004). Web.

- Stoddard, Roger E. «Morphology and the Book from an American Perspective». *Printing History* 9.1 (1987): 2-14. Print.
- Suárez de Figueroa, Cristóbal. «Plaza universal de todas las ciencias y artes». 2004. Web.
- Suárez Figaredo, Enrique. «Cervantes, Avellaneda y Barcelona: La“ venganza de los ofendidos”». *Revista de Literatura Española Medieval y ...* 11.2007 (2007): 9-26. Web. 11 oct. 2012.
- Suárez Figaredo, Enrique. «La verdadera edición príncipe del Quijote de Avellaneda». *Lemir* 11.2007 (2007): 79-102. Web. 11 oct. 2012.
- Suárez Figaredo, Enrique (ed.). «Juan Pérez de Montalbán, Sucesos y prodigios de amor». *Lemir* 18 (2014): 611-800. Web. 15 ago. 2016.
- Tanselle, G Thomas. «Bibliography and Science». *Studies in Bibliography* 27 (1974): 55-89; 1974 Bibliographical. Web.
- Teilmann-Lock, Stina. *British and French Copyright: A Historical Study of Aesthetic Implications*. Djof Publishing, 2009. Print.
- Thorpe, James. «The Aesthetics of Textual Criticism». *Art and error: modern textual editing: essays*. Ed. Ronald Gottesman y Scott Bennett. Bloomington: Indiana University Press, 1970. xi, 306 . Print.
- Tofiño-Quesada, Ignacio (Universitat Autònoma de Barcelona). «Censorship and Book Production in Spain During the Age of the Incunabula». *Ciberletras*. 2002. Web.
- Torres, Isabel. «Interloping Lope: Transformation and Tomé de Burguillos.» *Bulletin of Spanish Studies* 85.3 (2008): 273-288. Web.
- Torres, Isabel. «Outside In: The Subject(s) at Play in Las rimas humanas y divinas de Tomé de Burguillos». 2008. Web.
- Tronch-Pérez, Jesús. «Playtext Reporters and Memoriones: Suspect Texts in Shakespeare and Spanish Golden Age Drama». *The International Shakespeare Association World Congress*. Ed. Tom Clayton. Newark: University of Delaware Press, 2004. 270285. Print.
- Vallejo González, Irene. «El Don Juan que pudo ver Zorrilla: una refundición de la comedia “No hay plazo que no se cumpla ni deuda que no se pague, y convidado de piedra” de A. de Zamora». *Estudios de literatura española de los siglos XIX y XX : homenaje a Juan María Díez Taboada* 1998: 415-421. Web. 12 may 2016.
- Vallejo González, Irene. «Un “Don Juan” del Siglo XVIII: “No Hay Deuda Que No Se Pague Y Convidado de Piedra”». *Dieciocho: Hispanic enlightenment* 2004: 289-302. Web. 5 may 2016.
- Varey, J. E., y N. D. Shergold. «Introducción». *Los arriendos de los corrales de comedias de Madrid, 1587-1719 : estudio y documentos*. Londres: Tamesis Books, 1987. 1-63. Print.
- Vega, V Bermejo. «Acerca de los recursos de la iconografía regia: Felipe IV, de Rey Sol a nuevo Salomón». *Norba-arte* 1634 (1992): 163-186. Web. 11 oct. 2012.

- Verdaguer, Isabel. «El “Guzmán de Alfarache” en Inglaterra: causas de su éxito». *Anuario de filología* 1982: 505-508. Web. 19 feb. 2015.
- Verdaguer, Isabel. «El Guzmán de Alfarache en Inglaterra : estudio de las diferentes versiones». Universitat de Barcelona, 1981. Web. 30 abr. 2015.
- Virgilio. *Virgil*. Ed. R.P. Goold. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2014. Web. 21 ago. 2017.
- Wade, Gerald E. «“El Burlador de Sevilla”: Some Annotations». *Hispania* 47.4 (2016): 751-761. Print.
- Wade, Gerlad E., y Robert J. Mayberry. «“Tan largo me lo fiais” y “El burlador de Sevilla y el convidado de Piedra”». *Bulletin of the Comediantes* XIV. Spring I (1962): 1-16. Print.
- Warner, M. «Publics and Counterpublics». *Public Culture* 2002. Web.
- Waxman, Samuel M. «The Don Juan Legend in Literature on JSTOR». *The Journal of American Folklore* 21.81 (1908): 184-204. Web. 28 abr. 2016.
- Whinnom, Keith. «The problem of the “best-seller” in Spanish Golden-Age literature». *Bulletin of Hispanic Studies* 57.3 (1980): 189. Web.
- Wilson, Mark. *Printing and the Book: Oxford Bibliographies Online Research Guide*. Oxford University Press, USA, 2010. Web.
- Woodmansee, Martha. «The Genius and the Copyright: Economic and Legal Conditions of the Emergence of the “Author”». *Eighteenth-Century Studies* 17.4 (1984): 425. Web. 1 sep. 2016.
- Yamamoto-Wilson, John R. «James Mabbe’s Achievement in His Translation of “Guzmán de Alfarache”». *Translation and Literature* 8.2 (1999): 137-156. Print.
- Yamamoto-Wilson, John R. «Mabbe’s maybes: A stuart hispanist in context». *Translation and Literature* 21.3 (2012): 319-342. Web.
- Zanelli, Carmela. «Los prólogos del Guzmán de Alfarache en tanto clave interpretativa de la totalidad de la obra». *Lexis* XIX.2 (1995): 339-351. Print.
- Zorrilla, José. *Recuerdos del tiempo viejo*. Madrid: Publicaciones Españolas, 1880. Web. 28 abr. 2016.