

PRESENTACIÓN

PRÁCTICAS EDITORIALES Y SOCIABILIDAD LITERARIA
EN TORNO A LOPE DE VEGA*

IGNACIO GARCÍA AGUILAR (Universidad de Córdoba)

DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/anuariolopedevega.532>>

Tras un largo período de tiempo en el que los estudios literarios tradicionales prestaron una atención prioritaria al texto, en los últimos años han proliferado líneas de investigación y metodologías de análisis que pretenden adentrarse de manera complementaria en el papel del autor dentro de la producción literaria de su sistema sociocultural (Viala 1985, Even-Zohar 1990, Bourdieu 1993, Strosetzki 1997). Se trata de indagaciones que atienden a conceptos tales como la «construcción del sujeto autorial» (Greenblatt 1980, Burke 1992, López García 1993, Woodmansee-Jaszi 1994, Dunn 1994, Bernas 2001, Ruiz Pérez 2009) y de una «carrera literaria» (Lipking 1981, Guillory 1983, Helgerson 1983, Cheney-De Armas 2002), la configuración de modelos de «escritores profesionales» y «amateurs» (Gutiérrez 2005, Sánchez Jiménez 2006, Jiménez Belmonte 2007), el «papel modelizador de la imprenta» (Eisenstein 1979, Wall 1993, Brown 1995, Jones-Davies 1998, McKenzie 1999, Girot 2004) en la construcción del «canon» (Grupo PASO 2005, 2012, 2014) o la función que cumplen las redes de sociabilidad de los agentes del sistema literario dentro del contexto del mercado del libro (Cayuela 1996, Ezell 1999, García Aguilar 2009) o del negocio teatral (García-Reidy 2013).

En consonancia con estas nuevas vías de aproximación a nuestro objeto de estudio, el monográfico del *Anuario Lope de Vega. Texto, Literatura, Cultura* titulado

* El presente monográfico ofrece resultados de investigación del Proyecto «Prácticas editoriales y sociabilidad literaria en torno a Lope de Vega» (UCO-FEDER 2018 - 1262510).

Prácticas editoriales y sociabilidad literaria en torno a Lope de Vega pretende reflexionar sobre las tensiones y vínculos, más o menos clientelares y de institucionalización literaria (Dubois 1978), que influyeron en la actividad creadora del Fénix. De acuerdo con ello, se plantea un análisis asentado en una perspectiva de amplio espectro que analiza los textos y los paratextos del poeta, novelista y comediógrafo madrileño como parte representativa de los mecanismos que ayudaron a tejer redes colectivas en tiempos de los Austrias menores, generando así sofisticadas sinergias en torno a la heterogénea variedad de actores sociales que conforman el sistema literario de la modernidad hispánica.

Atendiendo a estas premisas, que deben mucho a la iniciativa pionera del proyecto *Les Idées du théâtre. Paratextes français, italiens et espagnols des XVIe et XVIIe siècles*, los trabajos del presente monográfico analizan las prácticas textuales, paratextuales, editoriales y comerciales utilizadas por Lope para establecer vínculos a lo largo de su fecunda carrera como escritor profesional. Conforme a ello, se presta atención a una amplia gama de cuestiones imbricadas entre sí acerca de las relaciones comerciales y personales del escritor con impresores y libreros; la representación del autor en los grabados del libro y sus intentos de proyección paratextual; o la función y el sentido de las dedicatorias impresas, de los poemas preliminares o de los prólogos, los cuales surgen del intercambio de paratextos entre Lope y otros escritores coetáneos. El estudio de estas fuentes primarias permite reflexionar más ampliamente sobre el clientelismo —en sentido literario— que existe en torno al Fénix para vislumbrar cómo funcionan las estrategias de sanción, difusión y comercialización de la obra lopesca. Todo ello sirve, en fin, para entender mejor la relación del Fénix con el sistema literario de su tiempo y conocer los engranajes que determinan su profesionalización literaria, su particular conciencia de autor y la percepción que tenía de su carrera literaria en un contexto de sostenido éxito editorial, dentro de una coyuntura histórica en la que el «mecenazgo tradicional» convive con el «mecenazgo diferenciado» (Lefevere 1992) del negocio impresor, como constatan los paratextos de los libros.

No es infrecuente, al tratar de los preliminares impresos, el uso del marbete «retórica paratextual», como sintagma que expresa la función con que un determinado autor emplea este espacio liminar para proyectar ideas, comunicar intereses, expresar preocupaciones o trasladar cualquier pensamiento que expresa de acuerdo con unos tópicos más o menos identificables. Sin embargo, se suele orillar que el

término «retórica» implica una dosis importante de codificación, probablemente por lo complejo de trabajar con *corpora* sistemáticos de paratextos. Esa complejidad es justamente la que aborda Antonio Sánchez Jiménez en su trabajo, donde analiza pormenorizadamente el modo en que el Fénix se vale de una codificada retórica ideada por él para expresar y promover, desde los paratextos de sus volúmenes de obras dramáticas, una imagen interesada de sí mismo en tanto que autor de mercado. Para ello selecciona Sánchez Jiménez un corpus muy amplio, aunque perfectamente delimitado: las dedicatorias de las *partes de comedias* preparadas bajo el reinado de Felipe IV, justamente cuando el Fénix está esforzándose denodadamente por obtener prebendas de la nueva corte, toda ella arracimada en torno al monarca. Sánchez Jiménez identifica y analiza elementos recurrentes de carácter estilístico y temático, lo que permite constatar que existen determinados temas e imágenes que vinculan a Lope con el contexto cortesano de la década de los veinte, en el que tanto interés tenía por desenvolverse. Dentro de estos ambientes, el Fénix emplea estrategias discursivas de carácter paratextual con las que corteja a damas y caballeros. Persigue con ello ganarse su favor y ensalzar, de paso, las características del género épico —propriadamente marcial—, con que pretende salpicar sus comedias, como medio de elevarlas en estimación. Para su empresa esgrime con frecuencia ciertas imágenes reiterativas, como por ejemplo las que emanan de metáforas botánicas con que expresa la idea de que el poeta/historiador debe resguardarse bajo la sombra del noble, como único medio de prosperar. Asimismo, similares isotopías vegetales, pero vinculadas a la fertilidad, sirven al Fénix para mostrarse como un prolífico escritor de mercado que se encuentra en los momentos últimos de su carrera literaria.

La recurrencia cuantitativa y cualitativa a imágenes o tópicos que el escritor madrileño asocia con su escritura hablan muy a las claras sobre la imagen autorial que de sí mismo deseaba proyectar el Fénix. Pero es imposible formar parte de un canon contemporáneo sin que el resto de miembros del sistema acepten y sancionen el lugar preeminente que se desea ocupar. Bien mirado, un Parnaso coetáneo, al fin y al cabo, no deja de ser una suerte de «comunidad imaginada» —siguiendo la conceptualización de Anderson [2016]— que muestra un desigual y cambiante grado de receptividad hacia los miembros que la integran. Por estas razones, si importantes son las estrategias individuales, no menos necesarias y complejas resultan las dinámicas colectivas en las que participan otros individuos con capacidad sancionadora.

De esta problemática se ocupa el trabajo de Collantes Sánchez, donde se estudian hasta 107 poemas paratextuales compuestos por escritores cercanos al Fénix y que se estamparon en las obras publicadas bajo su nombre entre 1598 y 1634. El análisis cuantitativo de estas piezas arroja un dato bien revelador sobre la tupida red de vínculos literarios que mantenía Lope, pues son hasta setenta y cinco poetas distintos quienes rubrican los versos laudatorios en honor al Fénix. Contra lo que se pudiera presuponer, la múltiple heterogeneidad de estas voces no repercute en dispersión discursiva, puesto que se mantiene un sostenido estilo análogo, así como unas imágenes tópicamente repetidas, entre las que destacan los juegos conceptuosos con la onomástica lopesca, la apelación a las potencialidades connotativas de su apelativo como «Fénix», las cualidades de su ingenio, el talento natural para las letras o su proverbial capacidad para escribir y publicar lo creado, sin dejar nada inédito en el tintero. Las concomitancias formales y temáticas de tales composiciones, sumadas al perfil específico de quienes las firman, muestra la existencia de una imaginería codificada y de unos patrones compositivos que eran conocidos y usados para la sanción coral del escritor madrileño por los artistas de su generación.

Un eslabón más en la cadena de rasgos específicos de la poesía paratextual del Fénix lo proporcionan aquellas piezas dirigidas específicamente a destinatarias femeninas. No será necesario recordar la facilidad de trato que mantuvo Lope con un amplio abanico de mujeres a lo largo de su vida, así como la presencia que muchas de ellas tienen en sus escritos. Siendo así, no resulta extraño que también los paratextos lopescos sean permeables a la presencia de mujeres, las cuales aparecen en diversas formas y modalidades, como estudia Aranda Arribas en su artículo. Para el asunto que nos ocupa, tiene especial interés el análisis que se hace de los versos dirigidos a destinatarias femeninas durante la década de los veinte. Por estos años, según se ha recordado, el Fénix desarrolla un acusado interés por acercarse al poder nobiliario y cortesano, de modo que se vale de ciertas mujeres como intermediarias indirectas de sus solicitudes. Desde estas premisas se puede interpretar, por ejemplo, que los sonetos que compone para María de Guzmán o Inés de Zúñiga sean, en gran medida, un medio de acercarse al conde-duque de Olivares, por los favores o prebendas que de él pudiera lograr.

Si para la conformación de un parnaso coetáneo se aludía antes a la noción de «comunidad imaginada», en el caso concreto de las dedicatarias del Fénix esta comunidad es aún más estrecha y exclusiva, pues se puede asumir que «Lope crea la

ilusión de un círculo de literaria sororidad amparado por su sombra», como señala Aranda (p. 119). Efectivamente, así ocurre cuando el escritor se vale de ciertas máscaras femeninas —como las de sus hijas— para dirigirse a mujeres históricas de la talla de Leonor Pimentel, María de Guzmán o Inés de Zúñiga. Estos procedimientos específicos revelan que, aunque en el caso de las receptoras femeninas la función paratextual es muy similar a la de los ejemplos ya señalados, la especificidad de las destinatarias modula unos códigos distintivos y una formalización concreta.

De uno u otro modo, los paratextos mencionados hasta ahora —prólogos, dedicatorias y poemas encomiásticos— son piezas que se dirigen a lectores muy claramente delimitados y definidos. Naturalmente, en el ámbito del mercado editorial los receptores marcados no son los únicos ni los exclusivos; pero su existencia condiciona inevitablemente la redacción de estas composiciones, que se escriben con el pie forzado de tener que agradar o persuadir, en un primer momento, a los lectores implícitos. La gran habilidad de Lope radica en el maridaje de tópicos encomiásticos y persuasivos con la comunicación de sus propios intereses (para expresar así las ideas que le interesa propagar dentro del parnaso de su tiempo), al tiempo que advierte sobre el lugar que debería ocupar él mismo en dicho entramado literario. Estos paratextos, por tanto, ofrecen una maraña informativa que nos permite, por encima de todo, reconstruir la red de relaciones lopescas, en donde se entretrejen las amistades literarias, el clientelismo cortesano, las admiraciones más o menos recíprocas e incluso algún que otro afecto sincero. Además, y a partir de lo que indican los paratextos, es posible interpretar lo que de sí mismo quería expresar el Fénix cuando hablaba a/de otros escritores en los márgenes de sus obras, generalmente como pago por las obligaciones de la fama.

Pero el libro impreso también procuraba ocasiones en las que desembarazarse de las servidumbres paratextuales y poder dar rienda suelta a ideas muy relacionadas con las dinámicas literarias y editoriales: es el caso de las nóminas poéticas o las galerías de ingenios. Aunque orilladas de los preliminares impresos, su función y sentido tiene mucho más que ver con las estrategias de posicionamiento paratextual que con la semántica concreta de la obra literaria en que se insertan. No en balde, su cometido es el de crear parnasos en los que los clásicos convivan con los modernos, los canónicos con los canonizables y todos ellos, en fin, con el escritor que construye la nómina: Lope en el caso que nos interesa. De este asunto se ocupan las páginas que dedica López Lorenzo a estudiar las variopintas galerías creadas por el

Fénix para sancionar héroes, santos, nobles, pero, sobre todo, poetas. El encomio de los que a juicio de Lope eran los más excelsos escritores le impulsó a alabar a un heterogéneo elenco de creadores en la extensísima diacronía que va desde la antigüedad grecolatina hasta la corte de Felipe IV. Casi nada. A partir del examen catalográfico de todas estas nóminas y del análisis de sus integrantes, López Lorenzo delimita los perfiles del canon particular del Fénix: un Parnaso simbólico a su medida en donde las *auctoritates* son elegidas y entendidas como piezas justificativas de la propia escritura.

Si hablamos de galerías y parnasos simbólicos, seguramente no encontraremos en la época a muchos autores más avezados en la materia que Francisco Pacheco, pues no otra cosa sino eso estaba llevando a cabo con su largamente gestado *Libro de retratos*. Partiendo del género de las vidas de personajes célebres, Pacheco desarrolló una particular recreación del modelo clásico aportando una sustantiva modificación: en su libro ensalza a ingenios vivos y coetáneos. Sin duda a Lope de Vega le debió de interesar muchísimo el planteamiento, por lo que ello tenía de herramienta de institucionalización que podría aplicar a su propia persona. Sobre ello reflexiona Ruiz Pérez en el estudio que realiza del texto biográfico redactado por Pacheco y que se incluye en los preliminares de la *Jerusalén conquistada* (1609), justo después del grabado con el retrato de Lope que dialoga directamente con el *Libro de retratos*. Así pues, la vida del escritor madrileño, en alianza con el resto de paratextos que se adosan al volumen de la *Jerusalén*, presenta varios elementos de originalidad destacable. En primer lugar, la inflexión de la pieza preliminar hacia el género de la biografía, lo que tenía aplicación tópica para el caso de las *opera* clásicas, pero no así en los volúmenes de los autores contemporáneos. Por lo tanto, de entrada, la inclusión de un paratexto como este —procedente, a lo que parece, de la obra *in fieri* de Francisco Pacheco— declara implícitamente la posibilidad de que un escritor profesional como el Fénix pudiera tener la misma consideración que un clásico, al menos por lo que corresponde a la formalización editorial de su libro. No es en absoluto casual, como explica Ruiz Pérez, que esta operación la lleve a cabo Lope de Vega en la obra de mayor aliento que había emprendido hasta entonces: la reescritura de Tasso llevada a cabo con su actualización del conocido poema heroico. Pero además, cuando se atiende a la formulación retórica de esta vida y a su contenido, se aprecia que lo biográfico se empapa pronto de un elogio en el que conviven la exageración característica del género encomiástico con valoraciones que apelan a

la muy conocida y contrastada biografía del Fénix. Conforme a ello, se construye la imagen de un escritor maduro, culto, original a la par que canónico, con una aquilatada experiencia profesional y que se muestra culminando su carrera con la epopeya que el lector tiene entre las manos, después de haber ofrecido al mercado, como se detalla en el paratexto, *La Arcadia*, *La Dragontea*, *El peregrino*, *la Angélica*, *el Isidro* y *las Rimas*.

Se trata, sin duda, de una estrategia de autopromoción verdaderamente original, novedosa y complementaria a las ya señaladas hasta el momento. Cabe suponer que la maniobra ensayada en la *Jerusalén* (1609) debió de ser razonablemente efectiva o que al menos sus resultados no desagradaron al Fénix, pues algunos años más tarde vuelve a usar como escaparate en que mostrarse unos productos editoriales que, como la *Jerusalén conquistada*, venían empapados de historia, religión y nación. Se trata de los dos volúmenes que con motivo de la beatificación y canonización de san Isidro le encomendaron coordinar a Lope: la *Justa poética y alabanzas justas que hizo la insigne villa de Madrid al bienaventurado san Isidro* (1620) y la *Relación de las fiestas que la insigne villa de Madrid hizo en la canonización de su bienaventurado hijo y patrón san Isidro* (1622). Previamente, se había encargado de organizar una y otra fiesta, seleccionando autores, estableciendo las normas que regirían las actividades e imponiendo los temas sobre los que debía escribirse. Poco después, el mismo Lope tuvo la posibilidad de fijar en la materialidad de los impresos una imagen inalterada de lo acaecido. Los dos libros, como explica Mancinelli, permiten comprender las estrategias de autopromoción autorial que gracias al mercado editorial y a las posibilidades de la estampa ponen en manos del Fénix la censura para sus enemigos literarios, la sanción adversa al repertorio culto —tan en boga entonces— o el encomio de su propia poética compositiva como el modelo a seguir para las composiciones sobre san Isidro. En suma, Lope se vale de la canonización religiosa del santo de la villa y corte para canonizar literariamente a los cisnes que lo elogian —con él mismo a la cabeza—, publicitando de paso su propia *ars poetica* y definiéndola como paradigma de la perfecta escritura castellana culta, para lo que se sirve de recurrencias y ejemplos extraídos de sus propias obras.

A tenor de lo expuesto, no será exagerado afirmar que, en lo tocante a las posibilidades de interacción y comunicación a través de los productos editoriales, Lope de Vega es un creador consumado que redacta preliminares para los principales géneros literarios a lo largo de toda su vida. Esta manera de proceder se ex-

plica por su intensa y exitosa dedicación al mercado del libro, que le hizo conocer mejor que nadie el sistema editorial de su tiempo, dentro del cual los preliminares impresos jugaban un papel de primer orden en la activación de los productos literarios y en el entretejimiento de redes de sociabilidad compuestas por amigos, afines y cómplices.

Un magnífico ejemplo de esta transversalidad y sostenimiento en el tiempo lo ofrece Adrián J. Sáez con el estudio de la amistad que Vera y Zúñiga mantuvo con el escritor madrileño durante más de tres décadas, cuyas muestras reconstruye partiendo de las huellas dejadas en los libros de uno y otro desde 1604 hasta 1636. Conforme a ello, rastrea Sáez los intercambios de paratextos y menciones mutuas en *El peregrino en su patria* (1604), la *Jerusalén conquistada* (1609), la *Expostulatio Spongiae* (1618), *La Filomena* (1621), las dedicatorias de las comedias *Los esclavos libres* (1620), *La Felisarda* (1621) y *La ventura sin buscalla* (1625), así como el *Lau- rel de Apolo* (1630) y las *Essequie poetiche, overo Lamento delle muse italiane in morte del signor Lope de Vega* (1636).

Su análisis prueba que el soporte impreso y las enunciaciones editoriales vertidas en los títulos señalados son prueba de una amistad duradera que anudó afinidades personales con intereses literarios, pues Lope asimiló del embajador Vera y Zúñiga elementos sustantivos de su “poética diplomática” —altamente teatral—, en tanto que este último se valió de las *Essequie* —proyecto paralelo a la *Fama póstuma* de Montalbán— para presentar un doble encomio: «el elogio funeral a Lope y la alabanza circunstancial, interesada y camuflada a Vera y Zúñiga» (p. 260). A todo ello se suma un elemento de interés adicional que no es soslayado por Sáez: Lope de Vega, en su condición de aprobador de libros, sanciona la publicación del *Panegírico por la poesía* (1627) de Fernando de Vera y Figueroa, a la sazón sobrino de Vera y Zúñiga.

Esta faceta última, la del Lope que se presenta en los libros de otros escritores para elogiar y sancionar sus obras, evidencia que las relaciones en torno al mercado editorial generan redes con agentes muy amplios que tienen sus irrigaciones paratextuales en los volúmenes de uno mismo, pero también en los de otros. Así se comprueba de manera sistemática en el trabajo de Alejandro García-Reidy, que analiza rigurosamente y con la mayor exhaustividad los más de ochenta paratextos que el Fénix redactó para su inclusión en las obras de otros autores. La mayor parte de estos son poemas epidícticos cargados de topicalidad y con poco margen para la innovación, aunque también es posible rastrear algunas composiciones en prosa de

mayor enjundia en cuanto al contenido. Pero al margen de lo que digan o dejen de decir estas piezas, García-Reidy demuestra que lo verdaderamente sustantivo de su redacción estriba en el intento de Lope por proyectarse y estar presente en ámbitos, autores y obras que trascienden su personal universo literario. Así pues, lo que dota de valor funcional y sentido pragmático a estas composiciones, dentro del espacio del volumen impreso, es justamente la *auctoritas* del Fénix —la función autorial de la marca Lope—, que sirve como sanción para todos aquellos productos literarios, propuestas discursivas y autores a los que acompaña.

García-Reidy subraya un dato muy revelador de la excepcionalidad de este Lope que escribe para encomiar las obras de otros: mientras que el Fénix dirigió más de ochenta paratextos a una setentena distinta de autores de su tiempo, otros bien conocidos como Cervantes, Góngora, Calderón o Mira de Amescua se mueven en torno a la decena de textos elogiosos para libros ajenos; en tanto que profesionales del negocio como Valdivielso, Montalbán o Vélez de Guevara no superan la treintena de piezas.

El Fénix comenzó desde sus primeros años a redactar poemas preliminares y fue esta una actividad a la que se consagró durante toda su carrera literaria, lo que le permitió multiplicar su visibilidad en multitud de obras y géneros; pero también de espacios, pues sus elogios acompañaron libros estampados en Madrid, Salamanca, Sevilla, Zaragoza, Milán, Amberes y Lisboa —como recuerda García-Reidy—, alcanzando así una dimensión nacional e internacional y convirtiéndose en un auténtico nodo central de las amplísimas redes de sociabilidad literaria que desplegó y sostuvo durante toda su vida.

A tenor de lo expuesto, no parece inexacto asumir que Lope de Vega fue, sin discusión, el primer profesional moderno de las letras hispanas, así como un paradigmático representante del paso de la producción manuscrita a la impresa, con todo lo que ello comporta. Tal cuestión no es en absoluto baladí, puesto que el trasvase de un soporte de transmisión a otro repercute sobre la expresión de la figura autorial: el escritor, prácticamente invisible en el manuscrito, se muestra con una inédita contundencia en el volumen salido de la imprenta manual. Y esto es así, primariamente, porque el mercado del libro y el negocio editorial están sujetos a una legislación que obliga a marcar la responsabilidad de quien escribe, como debía constatarse tanto en la documentación administrativa o contratos pertinentes como también en los pliegos preliminares de los volúmenes impresos. Así pues, los

imperativos legales redefinieron la estructura del libro y el modo de trabajar en su manufactura, pero también crearon al escritor literario en sentido moderno y obligaron a su mostración en los paratextos adosados a los libros. Haciendo de la necesidad virtud, Lope de Vega aprovechó como nadie en su época las potencialidades ofrecidas por los paratextos impresos para procurarse así un espacio de preeminencia en el sistema literario del Siglo de Oro, y en ello se esforzó denodadamente transitando todas las vías a su alcance: mediante prólogos y elogios, por medio de las aprobaciones a volúmenes de otros escritores, acudiendo a dedicatarios de prestigio que avalaran la calidad de lo escrito —y de quien escribía—, incorporándose él mismo a través de sus retratos en las páginas de los libros que daba a la estampa o vertiendo poemas de todo tipo en los preliminares de obras propias y ajenas. En suma: propagando su literatura, multiplicando su imagen autorial y recordando sus amistades letradas en cada uno de los ejemplares en que su nombre fue fijado con letras de molde.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Benedict, *Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism. Revised Edition*, Verso, Londres-Nueva York, 2016.
- BERNAS, Steven, *Archéologie et évolution de la notion d'auteur*, L'Harmattan, París, 2001.
- BROWN, Cynthia J., *Poets, Patrons, and Printers: Crisis of Authority in Late Medieval France*, Cornell University, Ithaca, 1995.
- BOURDIEU, Pierre, *The Field of Cultural Production*, Columbia University Press, Nueva York, 1993.
- BURKE, Seán, *The Death and Return of the Author: Criticism and Subjectivity in Barthes, Foucault and Derrida*, Edinburgh University Press, Edimburgo, 1992.
- CAYUELA, Anne, *Le paratexte au Siècle d'Or: prose romanesque, livres et lecteurs en Espagne au XVIIe siècle*, Droz, Ginebra, 1996.
- CHENEY, Patrick, y Frederick A. DE ARMAS, *European Literary Careers. The Author from Antiquity to the Renaissance*, University of Toronto Press, Toronto, 2002.
- COLLANTES SÁNCHEZ, Carlos María, ed., «La configuración del sujeto literario moderno a través de la imprenta», *Arte nuevo*, 6 (2019), pp. 170-389.
- DUBOIS, Jacques, *L'institution de la littérature. Introduction à une sociologie*, Bernard Nathan-Labor, Bruselas, 1978.
- DUNN, Kevin, *Pretexts of Authority: The Rhetoric of Authorship in the Renaissance Preface*, Stanford University, Stanford (California), 1994.
- EISENSTEIN, Elizabeth L., *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge University Press, Cambridge, 1994.
- EVEN-ZOHAR, Itamar, «Polysystem Theory», *Poetics Today*, XI 1 (1990), pp. 9-26.
- EZELL, Margaret J.M., *Social Authorship and the Advent of Print*, The Johns Hopkins University, Baltimore, 1999.
- GARCÍA AGUILAR, Ignacio, *Poesía y edición en el Siglo de Oro*, Calambur, Madrid, 2009.
- GARCÍA-REIDY, Alejandro, *Las musas ramera*s, Iberoamericana-Vervuert, Madrid-Fráncfort, 2013.
- GIROT, Jean-Eudes, coord., *Le poète et son œuvre. De la composition à la publication*, Droz, Ginebra, 2004

- GREENBLATT, Stephen, *Renaissance Self-Fashioning. From More to Shakespeare*, University of Chicago Press, Chicago, 1980.
- GRUPO PASO, *En torno al canon: aproximaciones y estrategias*, dir. Begoña López Bueno, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2005.
- GRUPO PASO, *La «Idea» de la Poesía Sevillana en el Siglo de Oro*, dir. Begoña López Bueno, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2012.
- GRUPO PASO, *Entre sombras y luces. La recepción de la poesía del Siglo de Oro de 1700 a 1850*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2014.
- GUILLORY, John, *Poetic Authority: Spenser, Milton, and Literary History*, Columbia University Press, Nueva York, 1983.
- GUTIÉRREZ, Carlos M., *La espada, el rayo y la pluma: Quevedo y los campos literario y de poder*, Purdue University, West Lafayette, 2005.
- HELGERSON, Richard, *Self-Crowned Laureates: Spenser, Jonson, Milton, and the Literary System*, University of California Press, Berkeley, 1983.
- JIMÉNEZ BELMONTE, Javier, *Las «Obras en verso» del príncipe de Esquilache: amateurismo y conciencia literaria*, Tamesis, Woodbridge, 2007.
- JONES-DAVIES, Marie Thérèse, dir., *L'auteur et son public au temps de la Renaissance*, Klincksieck, París, 1998.
- LEFEVERE, André, *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame*, Routledge, Londres, 1992.
- Les Idées du théâtre. Paratextes français, italiens et espagnols des XVIe et XVIIe siècles*, dir. M. Vuillermoz, 2016, en línea, <<http://idt.huma-num.fr/>>. Consulta de 20 de diciembre de 2023.
- LIPKING, Lawrence, *The Life of the Poet. Beginning and Ending Poetic Careers*, The University of Chicago Press, Chicago, 1981.
- LÓPEZ GARCÍA, Diego, *Ensayo sobre la muerte del autor*, Júcar, Madrid, 1993.
- McKENZIE, Donald F., *Bibliography and the Sociology of Texts*, Cambridge University Press, Cambridge, 1999.
- RUIZ PÉREZ, Pedro, *La rúbrica del poeta: la expresión de la autoconciencia poética de Boscán a Góngora*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 2009.
- SÁNCHEZ JIMÉNEZ, Antonio, *Lope pintado por sí mismo: mito e imagen del autor en la poesía de Lope de Vega Carpio*, Tamesis Books, Woodbridge, 2006.
- STROSETZKI, Christoph, *La literatura como profesión. En torno a la autoconcepción de la existencia erudita y literaria en el Siglo de Oro español*, Reichenberger, Kassel, 1997.

VIALA, Alain, *Naissance de l'écrivain: sociologie de la littérature à l'âge classique*, Éditions du Minuit, Paris, 1985.

WALL, Wendy, *The Imprint of Gender: Authorship and Publication in the English Renaissance*, Cornell University, Ithaca, 1993.

WOODMANSEE, Martha, y Peter JASZI, coords., *The Construction of the Authorship. Textual Appropriation in Law and Literature*, Duke University, Durham, 1994.