

**Higashi, Alejandro**

*Etiquetas de género, títulos y mercado editorial:  
los títulos del género editorial caballeresco*

Letras N° 59 - 60, 2009

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Higashi, Alejandro. "Etiquetas de género, títulos y mercado editorial : los títulos del género editorial caballeresco" [en línea]. *Letras*, 59-60 (2009). Disponible en:

Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/etiquetas-genero-titulos-mercado.pdf>

[Fecha de consulta:.....]

(Se recomienda indicar fecha de consulta al final de la cita. Ej: [Fecha de consulta: 19 de agosto de 2010]).

## Etiquetas de género, títulos y mercado editorial: los títulos del género editorial caballeresco

Alejandro HIGASHI

Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa  
México - DF

*Dedico este trabajo a la generosidad de José Manuel Lucía Megías y Juan Manuel Cacho Blecua, a quienes debo, literalmente, todos los libros de y sobre caballerías que tengo en casa*

**Resumen:** *Hasta hace unos años, era muy poco lo que sabíamos respecto de las distintas denominaciones utilizadas en la imprenta del XVI; “libro”, “historia”, “vida”, etc. eran categorías de sentido abarcador y límites vagos, que podían tener o no valor dentro de la escala de clasificaciones literarias. Aunque hemos aprendido mucho, desde los estudios panorámicos de Víctor Infantes o concentrados en el género editorial caballeresco de José Manuel Lucía Megías, los datos concretos a veces no resultan muy alentadores por su complejidad. ¿Por qué, por ejemplo, la Crónica del muy valiente y esforçado cavallero Platir de 1533 se denomina “historia” en el incipit (“Comiença la historia del invencible cavallero Platir”) y en el colofón simplemente como “libro” (“aquí se acaba [...] el primero libro del infante Platir”), si es “crónica” en el título? Eso, sin olvidar que en el escrutinio del Quijote se alude a él simplemente como a El caballero Platir. Por más que los títulos representen un contrato de lectura para el lector actual, parece evidente que su uso dependió de una historia cultural muy rica donde intenciones comerciales y estructura poética no siempre coincidieron. En este estudio, me propongo reflexionar sobre el valor que tuvieron los títulos en la recepción del género editorial caballeresco, desde la encrucijada que formaron autores, impresores y lectores, en un momento donde las clasificaciones resultan flexibles y las obras, acomodaticias.*

**Palabras clave:** *género - títulos - mercado editorial - género editorial caballeresco*

**Abstract:** *Until recently, we did not know much about the different denominations used in sixteenth century press. “Book”, “story”, “life”, etc. were categories of wide meaning and vague boundaries, which had or did not have any value in the scale of literary classifications. Even though we have learned many aspects from Víctor Infante’s panoramic studies or José Manuel Lucía Megías’ studies of the chivalry publishing genre, the remaining data is still very complex. Why, for instance, the 1533 Crónica del muy valiente y esforçado cavallero Platir is designated as a “story” in the incipit and simply as a “book” at the end, when it is a “crónica” in the title? Besides, in the Quijote it is simply evoked as El caballero Platir. Although titles represent a reading contract to current readers, it seems evident that their use depended on a rich historic culture where commercial*

*intentions and poetic structures did not always coincide. In this paper, I intend to deal with the importance that titles had in the reception of the chivalry editorial genre, taking into account authors', printers' and reader's intentions, at a time of flexible classifications and accommodating works.*

**Key-words:** *genre - titles - publishing market - chivalry publishing genre*

Hasta hace unos años, era muy poco lo que sabíamos al respecto de las distintas denominaciones utilizadas en la imprenta del XVI; “libro”, “historia”, “vida”, etc. eran categorías de sentido abarcador y límites vagos, que podían tener o no valor dentro de la escala de clasificaciones literarias. Ante este paisaje caótico, hemos aprendido mucho en los últimos años con los estudios panorámicos de Víctor Infantes, los concentrados en el género editorial caballeresco de José Manuel Lucía Megías o los estudios más bien descriptivos de la bibliografía interpretativa (por ejemplo, José Simón Díaz, María Marsá o Julián Martín Abad); pero hay que conceder que a menudo los datos concretos no resultan muy alentadores por su complejidad. En el exitoso caso de los libros de caballerías, por ejemplo, ¿por qué la denominada en el título de la portada *CRÓNICA del muy valiente y esforzado cavallero Platir* de 1533 se llama “historia” en el incipit (“Comiença la HISTORIA del invencible cavallero Platir”) y en el colofón, simplemente “libro” (“aquí se acaba [...] el primero LIBRO del infante Platir”), si es “crónica” en la portada? Eso, sin olvidar que en el escrutinio del *Quijote* se alude a él simplemente como a *El caballero Platir*. Por más que los títulos representen un contrato de lectura para el lector actual, parece evidente que su uso dependió de una historia cultural muy rica donde intenciones comerciales y estructura poética no siempre coincidieron, como bien ha mostrado Cacho Bleuca en el caso del *Zifar*.

Esta “confusión” quizá debe más a nuestras expectativas de orden que a las convenciones de la época. Para un lector actual, un título representa una *táctica* atendible en muchos sentidos (y en ello sigo a Genette, *Senils*, 78-97): identifica la obra; orienta en cuanto al tema, de forma literal (*Los trabajos de Persiles y Sigismunda*), por medio de una prolepsis (*El rufián dichoso*), de una sinécodque o metonimia (*Fuenteovejuna*), de una metáfora (*El Criticón*), de una ironía (la *Aguja de navegar cultos con la receta para hacer “Soledades”*), de una parodia (*La gatomaquia*); algunas veces, sencillamente seduce por una enigmática incongruencia que, asumimos, se explica por sí misma en la lectura (*Don Gil de las calzas verdes* o la *Diana enamorada* de Gil Polo). También nos orienta sobre la estructura particular de la obra (los *Siete libros de la Diana*, los *Cuatro libros del virtuoso caballero Amadís, complidos*, *El viaje entretenido* de Agustín de Rojas) y, de manera muy especial, en cuanto al género (*Los emblemas de Alciato*, *Ocho comedias y ocho entremeses nuevos* de Cervantes, las *Novelas ejemplares*). Pero al hilo de la imprenta del siglo XVI, cuando la reproducción mecánica crea un mercado editorial pujante y por ello mismo, opulento y confuso, también esperaríamos como lectores un “orden editorial” del acervo literario. Cuando Isabel Toro Pascua se refiere al acervo manuscrito medieval, por ejemplo, lo señala como el momento en el que “no se ha produci-

do aún ese invento revolucionario, la imprenta, y los medios de transmisión de la literatura son mucho más efímeros aún que los libros, y los géneros no se han definido” (“Nota introductoria”, 32). Así, confiaríamos en que los títulos se dirigieran paulatinamente al papel orientador que hoy les hemos conferido y nos auxiliaran en la pesada tarea de ordenar un acervo rico y caótico. A menudo, sin embargo, esto no es así.

Pocas veces, como sucedía en la Edad Media (véase, por ejemplo, Alan Deyermond, “De las categorías”), el título en portada representa una estrategia asumida y ejercida por el autor. En principio, ostenta una función informativa (Lucía Megías, *Imprenta y libros de caballerías*, 258), con tendencia a la amplificación según avanza el siglo XVI (258-293) y a la simplificación durante el siglo XVII (262-263). Evidentemente, la morfología del título se adapta a la morfología de la portada: en los impresos tempranos, el énfasis en un título corto, sintético y en forma de grandes caracteres xilográficos en el tercio inferior de la hoja, se equilibra con la voluntad de incluir un grabado de amplio formato en el espacio superior (Julián Martín Abad, *Los primeros tiempos*, 122-124); la disminución en el tamaño del grabado permitirá, durante el primer tercio del XVI, que se agreguen más datos en el espacio inferior (menciones de privilegios, tasas, etc.) y, a partir de la segunda mitad del XVI, se incorporará más información general repartida en la parte superior e inferior (Pedraza, Clemente y de los Reyes, *El libro antiguo*, 209-211). El paso de unas portadas textualmente más austeras a otras saturadas de información coincidió obviamente con el paulatino “estirón” de los títulos; como apunta María Marsá:

durante el primer tercio del siglo XVI, se produce un progresivo alargamiento del título, que pasa de tener unas pocas palabras a extenderse con mayores detalles sobre el contenido; parece apreciarse un cierto afán de los impresores por llenar la portada, que se decora además con orlas grabadas (*La imprenta en los Siglos de Oro*, 38-39).

Luego, a partir de la legislación de 1558, el título empieza a contender con otros datos obligatorios, con lo que la tendencia es “a simplificar la portada con títulos más cortos” (39; también Lucía Megías, *Imprenta y libros de caballerías*, 262-263).

Los títulos, sean o no de autor, conservan su misión primaria: identificar la obra; incluso en su periodo de mayor riqueza definido por las distintas estrategias de amplificación (bien estudiadas por Lucía Megías: reclamos publicitarios, genealogías de los personajes, indicaciones numéricas, comentarios sobre el contenido, denominaciones genéricas, etc.; 263-293). Evidentemente, los títulos se negocian en la imprenta o, si son de autor, en los terrenos de la oferta y la demanda, y ello nos conduce a las denominaciones vulgares que los lectores preferirían a la hora de identificar una obra. En estas negociaciones operaría un sentido eminentemente práctico que privilegia los rasgos de identidad muy por encima de estrategias comerciales sesudas o los primores de una poética. Pensemos, por ejemplo, que en el inventario de Brianda de la Cerda de 1602, se indica simplemente “[13] Vn libro de Cristalian de españa” (Dadson, *Libros*, 426) para referirse al largo título en la portada de

la edición de 1545: “Comiença la hystoria delos inuitos y magnanimos caualleros don Cristalian de España principe de Trapisonda y del infante Luzescanio su hermano: hijos del famosissimo emperador Lindedel de Trapisonda” (Valladolid, 1545); obviamente, ni las etiquetas genológicas (“hystoria”) ni los adjetivos de los héroes (“inuitos y magnanimos caualleros”) ni su genealogía (“hijos del famosissimo emperador Lindedel de Trapisonda”) sirven como rasgos de identidad del libro, ya que son compartidos por otros libros de caballerías; pero al contrario, un nombre bastaba para identificarlo, como sucede hoy.

Este ejercicio del sentido común explica en buena medida que las etiquetas genológicas no dominaron el panorama editorial ni nos orientan hoy en la adscripción genérica al referirnos a los libros de caballerías, como sería de esperar. Hablar a secas de “historia” o “crónica” para referirse a un libro de caballerías no ayudaba en absoluto a particularizar una obra, puesto que todas eran “historia” o “crónica” o ambas, en su sentido de “relación extensa”. El inventario en la librería de Benito Boyer, de 1592, con tantos libros de caballerías en su haber, expresa bien las jerarquías pragmáticas en la identificación y ordenación del acervo caballeresco desde la perspectiva del lector; en primer lugar, el nombre del héroe; en segundo lugar y a propósito de las continuaciones, la parte correspondiente:

- [1] trece Amadis de gaula [...]
- [2] cincuenta y tres Cauallero de la Crux su primera y segunda parte [...]
- [3] cincuenta y nueue Cauallero del febo tercera parte [...]
- [4] treinta y uno Cauallero de la Crux primera parte [...]
- [5] tres Cauallero del febo primera y segunda parte [...]
- [6] diez y ocho don Christalian [...]

(*apud* Lucía Megías, *Imprenta y libros de caballerías*, 47).

En estos pocos ejemplos se percibe el énfasis más en una pragmática de la titulación que propiamente en una poética explícita; pragmática en la que los géneros tienen poca cabida. De ahí que algunas de estas etiquetas genológicas resulten intercambiables incluso dentro de la misma obra, ya sea sincrónicamente en las distintas partes que la componen y que expresan los caprichos onomásticos de los distintos participantes en el proceso de composición y denominación (lo que sucede con el *Platir*, que reúne las etiquetas de “crónica”, “historia” y “libro”; o como el *Felixmarte de Hircania*, que es “grande historia” en la portada, “un libro de cavallerías, intitulado de la historia y hechos del príncipe Felixmarte de Hircania” en la licencia en castellano y simplemente “de la grande historia del Príncipe Felixmarte” en la licencia en latín), ya sea diacrónicamente en sus distintas ediciones (como sucede con el *Tristán de Leonís*, que pasa de *Libro del esforçado cavallero don Tristán de Leonís* en las ediciones de Juan de Burgos y Jacobo Cromberger a *Corónica de don Tristán de Leonís* en las de Juan Varela y Doménico de Robertis). La inestabilidad de las etiquetas genológicas, por supuesto, resulta aparente; como ya ha hecho notar Lucía Megías, *Historia y Crónica* son etiquetas muy frecuentes como un transvase de las denominaciones de la historiografía (*Imprenta y libros de caballerías*, 281-283), transvase del que seguramente salían beneficiados ambos géneros, como demuestra el éxito de etiquetas genológicas

hiperbólicas como “historia verdadera”, bien estudiada por Fogelquist, o su paradójica contraparte defendida por Montalvo, la “historia fingida”. Estas etiquetas, en todo caso, pudieron funcionar como marcas prestigiosas a las que en ocasiones se apegaron los impresores (así lo sugiere Víctor Infantes, “Tipologías [...] III”, 852-855) o, si creemos en la ingenuidad del mercado editorial, como la forma más correcta de denominar los nuevos géneros de ficción en el marco de los géneros conocidos; después de todo, antes que los libros de caballerías existieron las *crónicas* y las *historias* y todos son “relaciones de cualquier género de aventura” (Infantes, “Tipologías [...] IV”, 654). Por lo demás, estas etiquetas de género no resultaban nucleares en el proceso de titulación de los libros de caballerías, centrado en la individuación de la obra y no en aspectos de poética.

No sorprende, por supuesto, la relevancia concedida a la onomástica como medio de individuación (incluso hasta nuestros días), pero sí sorprenden sus exitosos resultados. Sabemos bien que el *Ars memorativa* medieval y renacentista era estrictamente espacial y se basaba en una ordenada *dispositio* y en una posterior y eficiente *inventio* de distintos *loci* en los que se colocaban las *imagines rerum* (Carruthers, *The Craft of Thought*, 7-59; Bolzoni, *La estancia de la memoria*, 179-238). Por lo que toca a los nombres de los caballeros, esto se cumple pobremente en las portadas de los libros de caballerías. Aunque en las portadas más tempranas resultan muy llamativos los grandes tipos xilográficos que dan cuenta de una versión reducida del título, la competencia comercial entre los distintos talleres enriquecerá los títulos con el propósito de seducir a su comprador con más información (Lucía Megías, *Imprenta y libros de caballerías*, 258) y, paradójicamente, disminuirá con ello el impacto visual del propio nombre del héroe; luego de las primeras ediciones se aprecia una fuerte tendencia a mantener en tipo mayor la primera línea del extenso título, donde a menudo sólo encontramos “La crónica del muy valiente y esforzado...”, “Primera parte de la grande historia del...”, porque el nombre del caballero suele pasar a la segunda línea en caracteres de tamaño inferior como el resto de la información, en medio de una selva visual donde el nombre del héroe apenas tendría ningún impacto.

Al menosprecio de las estrategias visuales mostrado por los impresores habría que agregar la naturaleza peregrina de los nombres, ajenos a las pautas de la onomástica peninsular. Los Cristalianes, los Lisuartes y los Floriseles pocas veces pudieron apelar a los lugares comunes en la memoria de los lectores, y a pesar de ello se volvieron populares. Resulta evidente que los autores, los impresores y, en buena medida, los lectores, buscaron recursos mnemónicos que no necesitaran apoyarse en la familiaridad con los nombres de los caballeros, todos ellos ajenos a la onomástica peninsular; y quizá ninguno mejor que una memoria auditiva. A menudo, el ser humano tiende a la búsqueda de patrones homogéneos fácilmente reconocibles (véase al respecto lo que escribe Alberto Montaner sobre la “buena forma” o “gute Gestalt”), ya sea por pereza o por economía. Así, autores, impresores y lectores se apoyaron (ya consciente, ya inconscientemente) en pautas métricas uniformes que harían eufónica y reconocible la pronunciación de estos nombres peregrinos, como sucede hoy con muchos eslóganes publicitarios. Una revisión

de los impresos enlistados en el corpus de Lucía Megías (*Imprenta y libros de caballerías*, 65-67) arroja datos interesantes. De los 44 nombres caballerescos enlistados (obviamente, no cuento nombres repetidos, sean o no del mismo autor o partes diferentes, ni títulos no onomásticos, como *El espejo de caballerías* o el *Baladro del sabio Merlín*), 15 siguen la pauta del heptasílabo (10 son heptasílabos melódicos puros, con acentos en 3 y 6, como *Florisél de Niquéa*, *Cirongilio de Trácia*, *Claridóro de España*, *Clarisél de las Flóres*, *Felixmárte de Hircánia*, *Florambél de Lucéa*, *Lidamárte de Arménia*, *Olivánte de Láura*, *Philesbián de Candária*, *Valerián de Hungría* (y muchos de ellos aceptan la inclusión del “don” al principio, pues se convierten en octosílabos sáficos, como sucede con *Olivánte de Láura*, que Cervantes en el escrutinio del *Quijote* prefiere llamar “*Don Olivánte de Láura*”); 5 siguen la pauta del heptasílabo heroico puro con acentos en 2 y 6, como *Las sérgas de Esplandián*, *Clarián de Landanís*, *Clarís de Trapisónnda*, *Florándo de Inglaterra*, *Don Síives de la Sélva*; 11 son hexasílabos (7 son hexasílabos melódicos puros con acentos en 3 y 5, como *Amadís de Gáula*, *Amadís de Grécia*, *Belianís de Grécia*, *Cristalián de España*, *Roseláo de Grécia*, *Lidamór de Escócia*, *Palmerín de Olívia*; y 4 son hexasílabos heroicos con acentos en 2 y 5, como *Lisuárte de Grécia*, *Reimúndo de Grécia*, *Tristán de Leonís*, *Guaríno Mesquínó*); y 6 son octosílabos (4 octosílabos melódicos puros, con acento en 3 y 7, como *Floramánte de Colónia*, *Lidamán de Ganail*, *Olivéros de Castilla*, *Policísne de Boécia*, *Palmerín de Ingalaterra* y un octosílabo heroico difuso, con acento en 2, 5 y 7, como *Renáldos de Mántalbán*). Es decir, de 44 nombres, 32 siguen pautas métricas reconocibles: 15 heptasílabos, 11 hexasílabos y 6 octosílabos. Esta lista, por supuesto, se amplía fácilmente si consideramos que en el caso de los nombres más cortos (*Platir*, *Zifar*, *Febo*, etc.) el esquema métrico aludido se llena con la compañía de su título correspondiente de caballero o de los epítetos ganados. Recordemos, por ejemplo, que *Platir* es “el infánte Platir” a lo largo de la obra (un heptasílabo melódico puro, acento en 3 y 6) o que *Zifar* es “el caulléro Zifár” o “el caulléro de Diós” (ambos son octosílabos sáficos con acentos en 4 y 7). *Febo el Troyano* debería ser *Dechádo y remáte / de grandes hazáñas*, cuya sonoridad se debe a la unión de dos hexasílabos heroicos con cuatro acentos principales en vocal abierta /a/; o quizá, como se le conoce en la obra, “el cavalléro del Fébo”; como en los casos anteriores, un octosílabo sáfico. Aquí, probablemente, habría que ver más la mano del autor que la del impresor; pero también existe el otro lado de la moneda: aquellos casos en los que la eufonía se encuentra sólo en los títulos, responsabilidad del impresor, y raramente en las obras. Aunque *Tristán de Leonís* aparece a menudo en la obra sencillamente como “*Tristán*” o “el rey *Tristán*”, hay que considerar que en los distintos títulos de la tradición editorial se le llamó “don *Tristán de Leonís*” (heptasílabo melódico puro); “*Lisuárte de Grécia*” fuera del título será simple y llanamente “*Lisuarte*”; “*Florisél de Niquéa*”, “don *Florisel*”; “don *Síives de la Sélva*”, a menudo es “don *Síives de la Sélva*”, pero también indistintamente “don *Silves*”. Resulta evidente que la búsqueda de ciertos patrones de eufonía no siempre correspondió al autor.

Los contraejemplos, por otro lado, confirman la regla. *Claribalte* se conoce como “don *Claribalte*”, “don *Félix*”, “el cavallero de la Rosa” y “el cavallero de la Fortuna” y en

ninguno de estos nombres se identifica alguna de las pautas métricas apuntadas. Resulta más que evidente el oído duro de Gonzalo Fernández de Oviedo y en algo se explica su poca fortuna como autor de libros de caballerías y su vertiente más exitosa de cronista de oídas (aunque el nombre de “Caballero de la Fortuna” pudo encontrarlo en el *Palmerín de Inglaterra*).

Evidentemente, la creación o recreación de nombres atractivos no fue un fin en sí mismo, pero la confección de un nombre extranjero, como solían ser los de los caballeros andantes, se equilibraba por la implementación de ciertos rasgos de eufonía reconocibles para el oído hispano. Aunque no puede hablarse de una nómina de nombres caballerescos, es cierto que con el paso del tiempo se volvieron también etiquetas de género, en obvia contienda con los nombres femeninos de las novelas de pastores más exitosas (las Dianas, las Galateas, las Amarilis) o con los nombres de pícaros, todos ellos comunes y corrientes (Lázaro, Guzmán, Guitón, Pablo, Marcos, Alonso). Los libros de caballerías, como obras populares que fueron, no necesitaron para su identificación de un complejo sistema de etiquetas de género reconocidas por impresores y lectores. En el cauce de una recepción exitosa, estrategias pragmáticas de identificación bastaron para clasificar un libro de caballería eficientemente: el nombre nos ubicaba en el género editorial caballeresco al mismo tiempo que individualizaba la obra; la rareza del nombre extranjero se paliaba sutilmente con algunos recursos mnemotécnicos como pautas métricas eufónicas; la parte, simplemente, auxiliaba en la identificación del ciclo y lugar que le correspondía en ese ciclo. El resto de la información que llenaba la portada pocas veces importaba al público, una vez localizados los núcleos informativos principales.

Serían los lectores, por supuesto, quienes en última instancia buscaran o instauraran esta regularidad, necesaria si querían recordar con propiedad las obras leídas. Si revisamos los títulos que enlista Cervantes en el escrutinio del *Quijote*, podemos advertir que su listado pocas veces rompe el principio de eufonía y ninguna el uso de etiquetas de género onomásticas: *Las sérgas de Esplandián* es un heptasílabo heroico; *Amadís de Grécia*, un hexasílabo melódico; *Don Olivante de Láura*, un octosílabo sáfico; *Florismárte de Hircánia*, un heptasílabo melódico; *El caballero Platir*, un octosílabo sáfico; *Palmerín de Oliva*, un hexasílabo melódico; *Palmerín de Ingalaterra*, un octosílabo melódico; y sólo escapan a esta regla *Los cuatro de Amadís de Gaula*, *El Caballero de la Cruz*, *Espejo de caballerías* y *Don Belianís*.

Esta revisión deja claro que el universo antiguo de las etiquetas de género resulta complejo en su simplicidad: las etiquetas que definían al género (“historia”, “crónica”, “libro de caballerías”) aparecen elididas por los lectores o confundidas por los impresores, quizá por obvias y por su escaso valor clasificatorio de la obra singular; en cambio, se potencian aquellas que definen la obra individualmente por medio de una onomástica, que sólo de forma sutil apuntan hacia un género por su rareza y peculiar estilo de construcción. Y del éxito de este sistema elemental, sencillo y práctico, da cuenta nuestra modernidad, que seguirá refiriéndose al *Platir*, al *Polindo* y al *Quijote*, obviando los prolongados títulos de una imprenta rimbombante que deseaba vender su acervo, no clasificarlo.

### Bibliografía

- BOLZONI, LINA, *La estancia de la memoria, modelos literarios e iconográficos en la época de la imprenta*, tr. de Giovanna Gabriele y Ma. de las Nieves Muñiz, Cátedra, Madrid, 2007.
- CARRUTHERS, MARY, *The Craft of Thought. Meditation, Rhetoric, and the Making of Images, 400-1200*, Cambridge University Press, Cambridge, 1998.
- CACHO BLECUA, JUAN MANUEL, “El género del *Cifar* (Sevilla, Cromberger, 1512)”, *Thesaurus. Boletín del Instituto Caro y Cuervo*, 54, 1999, pp. 76-105.
- CASTRO, ÁLVARO DE, *Libro segundo de don Clarián de Landanís*, ed. de Javier Guijarro Ceballos, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2000.
- CORBERA, ESTEBAN, *Febo el Troyano*, ed. de José Julio Martín Romero, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2005.
- DADSON, TREVOR J., *Libros, lectores y lecturas*, Arco/Libros, Madrid, 1998.
- DEYERMOND, ALAN, “De las categorías de las letras: problemas de género, autor y título en la literatura medieval española”, en María Isabel Toro Pascua (ed.), *Actas del III Congreso de la Asociación Hispánica de Literatura Medieval (Salamanca, 3 al 6 de octubre de 1989)*, Salamanca, Biblioteca Española del siglo XV-Departamento de Literatura Española e Hispanoamericana, 1994, t. 1, pp. 15-39.
- FÉLIX MAGNO I-II (*Sevilla, Sebastián Trujillo, 1549*), ed. de Claudia Demattè, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2001.
- FÉLIX MAGNO III-IV (*Sevilla, Sebastián Trujillo, 1549*), ed. de Claudia Demattè, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2001.
- FERNÁNDEZ DE OVIEDO, GONZALO, *Claribalte*, estudio preliminar, edición crítica, notas e índices de María José Rodilla León, Universidad Autónoma Metropolitana - Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2002.
- , edición de Alberto del Río Nogueras, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2002.
- FOGELQUIST, J. D., *El “Amadís” y el género de la historia fingida*, José Porrúa Turanzas, Madrid, 1982.
- GENETTE, GÉRARD, *Seuils*, Seuil, Paris, 1987.
- INFANTES, VÍCTOR, “Tipologías de la enunciación literaria en la prosa áurea. Seis títulos (y algunos más) en busca de un género: obra, libro, tratado, crónica, historia, cuento, etc. (I)”, en I. Arellano *et al.* (eds.), *Studia Aurea, Actas del III Congreso de la AISO (Toulouse, 1993)*, GRISO, Navarra, 1996, t. 3, pp. 265-272.
- , “Tipologías de la enunciación literaria en la prosa áurea. Seis títulos (y algunos más) en busca de un género: obra, libro, tratado, crónica, historia, cuento, etc. (II)”, en Jules Whicker (ed.), *Actas del XII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas, 21-26 de agosto de 1995 Birmingham II Estudios Aureos I*, University of Birmingham, Birmingham, 1998, pp. 310-318.
- , “Tipologías de la enunciación literaria en la prosa áurea. Seis títulos (y algunos más) en busca de un género: obra, libro, tratado, crónica, historia, cuento, etc. (III)”, María Cruz García de Enterría y Alicia Cordon Mesa (eds.), *Actas del IV Congreso Internacional de la Asociación Internacional Siglo de Oro (AISO) (Alcalá de Henares, 22-27 de julio de 1996)*, Universidad de Alcalá, Alcalá, 1998, t. 2, pp. 845-855.
- , “Tipologías de la enunciación literaria en la prosa áurea. Seis títulos (y algunos más) en busca de un género: obra, libro, tratado, crónica, historia, cuento, etc. (IV)”, Florencio Sevilla y Carlos Alvar (eds.), *Actas del XIII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas, Madrid, 6-11 de julio de 1998, III, Hispanoamericana, Lingüística, Teoría Literaria*, Asociación Internacional de Hispanistas-Castalia-Fundación Duques de Soria, Madrid, 2000, pp. 641-654.

- , “Tipologías de la enunciación literaria en la prosa áurea. Seis títulos (y algunos más) en busca de un género: obra, libro, tratado, crónica, historia, cuento, etc. (V)”, en Christoph Strossetzki (ed.), *Actas del V Congreso de la Asociación Internacional Siglo de Oro, Iberoamericana-Vervuert, Münster, 2001*, pp. 730-736.
- LUCÍA MEGÍAS, JOSÉ MANUEL, *Imprenta y libros de caballerías*, Ollero & Ramos, Madrid, 2000.
- MARSÁ, MARÍA, *La imprenta en los Siglos de Oro*, Ediciones del Laberinto, Madrid, 2001.
- MARTÍN ABAD, JULIÁN, *Los primeros tiempos de la imprenta en España* (c. 1471-1520), Ediciones del Laberinto, Madrid, 2003.
- MONTANER, ALBERTO, “*Emendatio*, buena forma y entropía: reflexiones sobre la restauración de textos épicos medievales”, en María Isabel Toro Pascua (ed.), *Actas del III Congreso de la Asociación Hispánica de Literatura Medieval (Salamanca, 3 al 6 de octubre de 1989)*, Salamanca, Biblioteca Española del siglo XV-Departamento de Literatura Española e Hispanoamericana, 1994, t. II, pp. 669-700.
- MORAES, FRANCISCO DE, *Palmerín de Inglaterra* (Libro I), ed. de Aurelio Vargas Díaz-Toledo, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2006.
- ORTEGA, MELCHOR DE, *Felismarte de Hircania*, ed. de Ma. del Rosario Aguilar Pardo, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 1998.
- Palmerín de Olivia* (Salamanca, [Juan de Porras], 1511), introducción de Carmen Marín Pina, ed. y apéndices de Giuseppe di Stefano, texto revisado con la colaboración de Daniela Pierucci, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2004.
- PEDRAZA, MANUEL JOSÉ; YOLANDA CLEMENTE; FERMÍN DE LOS REYES, *El libro antiguo*, Síntesis, Madrid, 2003.
- Platir* (Valladolid, Nicolás Tierrri, 1533), ed. de Carmen Marín Pina, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 1997.
- Polindo*, ed. de Manuel Calderón Calderón, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2003.
- Primalción* (Salamanca, 1512), ed. de Carmen Marín Pina, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 1998.
- SALES DASÍ, EMILIO JOSÉ, *Antología del ciclo de Amadís de Gaula*, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2006.
- SIERRA, PEDRO DE LA, *Espejo de príncipes y caballeros (Segunda parte)*, ed. de José Julio Martín Romero, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2003.
- SILVA, FELICIANO DE, *Amadís de Grecia*, ed. de Ana Carmen Bueno Serrano y Carmen Laspuertas Sarvisé, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2004.
- SIMÓN DÍAZ, JOSÉ, *El libro español antiguo*, Ollero & Ramos, Madrid, 2000.
- TORO PASCUA, MARÍA ISABEL, “Nota introductoria”, en *La Biblia en la literatura española, I. Edad Media, I/1 El imaginario y sus géneros*, dir. Gregorio del Olmo Lete, coordinadora María Isabel Toro Pascua, Trotta, Madrid, 2008, 31-34.
- Tristán de Leonís y el rey don Tristán el Joven, su hijo*, estudio preliminar, edición crítica y notas de Luzdivina Cuesta Torre, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.
- VARELA MERINO, ELENA; PABLO MOÍÑO SÁNCHEZ Y PABLO JAURALDE POU, *Manual de métrica española*, Castalia, Madrid, 2005.
- VELÁZQUEZ DE CASTILLO, GABRIEL, *Clarián de Landanís (Libro I)*, ed. de Antonio Joaquín González Gonzalo, Centro de Estudios Cervantinos, Alcalá de Henares, 2005.