

Lectores y lecturas populares

Entre imposición y apropiación

Roger Chartier

En el *Tesoro de la Lengua castellana o española* de Covarrubias (1611), la voz “*carta*” enumera las definiciones siguientes: “*cartanova*, en lengua valenciana, las coplas o relación en prosa de algún suceso nuevo y notable, que los ciegos y los charlatanes y salta en banco, venden por las calles y las plazas”, “*cartilla*, la hoja donde están escritas las letras del abecé, por donde empiezan a leer los niños”, “*cartapel*, la escritura larga, que junta pliego con pliego, y no vuelve hoja, como los edictos que se fijan a las puertas de las iglesias, tribunales y lugares públicos”, “*cartel*, el escrito que se pone en tiempo de fiestas por los que han de ser mantenedores de justas o torneos, o juegos de sortijas, al pie del cual firman los aventureros, y *cartel* suele llamarse el libelo infamante que se fija secretamente en los cantones”. Pegados o clavados en las paredes, esparcidos por las calles y plazas, vendidos por los ciegos, utilizados por los maestros, los textos impresos o manuscritos llegan a los más populares de los lectores del Siglo de Oro.

En los siglos XVI y XVII, incluso aquellos que no saben leer pueden entrar en la cultura de lo escrito como oyentes de lecturas en voz alta hechas por quienes aprendieron el abecé. Cervantes representa semejante transmisión de los textos en el capítulo XXXII de la Primera parte del *Quijote* (1605), donde el ventero Juan Palomeque evoca así la lectura en voz alta de dos novelas de caballería, *Don Cirongilio de Tracia* y *Felixmarte de Hircania*, y de una crónica, la *Historia del Gran Capitán Gonzalo Hernández de Córdoba*: “Cuando es tiempo de la siega, se recogen aquí las fiestas muchos segadores, y siempre hay algunos que saben leer, el cual coge uno destos libros en las manos, y rodeámonos dél más de treinta y estámosle escuchando con tanto gusto, que nos quita mil canas”.

Es muy claro entonces que la forma “moderna” de la lectura en silencio y en soledad, no hizo desaparecer las prácticas más antiguas que ligaban el texto y la voz y permitían la constitución, por lo menos en las ciudades, de un amplio público que “leyó” los textos escuchándolos gracias a la mediación de las voces lectoras. El importante analfabetismo en la España del Siglo de Oro no impedía esta modalidad de transmisión de la cultura escrita, ya que, como lo observa Margit Frenk, “bastaba con que en una familia

o en una comunidad hubiese *una* persona que supiese leer para que, virtualmente, cualquier texto llegara a ser disfrutado por muchos” (Frenk, Margit, 1997).

Poco tiempo después de la invención de la imprenta, algunos impresores y libreros audaces entendieron que existía un amplio mercado para lo escrito. Es a este público de lectores y oyentes al que dirigieron los nuevos géneros impresos. Conquistar esa nueva clientela “popular” –en el doble sentido de la palabra: era numerosa y abarcaba a lectores humildes (artesanos, pequeños mercaderes, élites aldeanas)– suponía diversas condiciones: una fórmula editorial que bajase los costes de producción y, por ende, el precio de venta del libro o librito, la distribución de los objetos impresos por vendedores ambulantes y la constitución de un catálogo de textos susceptibles de captar al mayor número posible de lectores, inclusive los menos acomodados.

Es así que en España se ligaron un objeto tipográfico –el pliego suelto– y un repertorio textual en versos o prosa (Infantes, Víctor, 1992, pp. 47-58). La forma del pliego (o del *plecs*) se define como una hoja de papel de imprenta doblada dos veces –es decir, ocho páginas en el formato en cuarto. En una sola jornada de trabajo, una prensa podía imprimir entre 1250 y 1500 ejemplares de un pliego. Así, ajustada a las estructuras de la imprenta española que contaba muchos talleres con no más de una prensa, la fórmula del pliego (que podía ampliarse hasta cuatro hojas de imprenta, es decir, treinta y dos páginas) imponía la elección de los textos cuya circulación podía asegurar. Tenían que ser breves, susceptibles de gran difusión y pertenecer a géneros “populares” en el doble sentido, social y comercial, de la palabra. De ahí, en los siglos XVI y XVII, las elecciones de los romances, las relaciones de sucesos cuya producción anual se incrementó fuertemente a partir de la última década del siglo XVI o las comedias sueltas. Esta amplia difusión de los pliegos permitió la presencia del escrito impreso en la cultura de lo cotidiano –aún para los analfabetos o mal alfabetizados.

A partir de comienzos del siglo XVI, los romances, compuestos para ser cantados, como toda la poesía épico-lírica, empezaron a circular en forma impresa, pero en dos modalidades muy diferentes. La primera estaba dada por las antologías, las colecciones, las recopilaciones que tomaban la forma de cancioneros y que incluían varias decenas o centenares de romances. Es probable que estas recopilaciones, cuya serie comienza con el *Cancionero General* de Hernando del Castillo en 1511, y que con bastante frecuencia llevan el título de *Silva de romances*, se dirigieran a lectores bien acomodados que pertenecían al mundo de las personas cultas. La segunda forma de

circulación es la que conformaban los pliegos sueltos, cuyo ejemplo más antiguo data de 1510, impreso en Zaragoza por Jorge Cocí.

Si en un primer momento la fórmula impresa se ajustó a la forma poética, a continuación se comprobó un movimiento inverso. El primero repertorio de romances impresos, el de los romances viejos, fue el resultado de elecciones hechas por los libreros editores de la primera mitad del siglo XVI, en el seno de la tradición oral y manuscrita. Los romances nuevos que escribieron después poetas letrados (Góngora, Lope de Vega) para lectores cultos se sometieron a las dimensiones del pliego. Ocurre lo mismo, en el siglo XVII, con los romances de ciego o de cordel, dirigidos a un público popular y cuya composición estaba atribuida a los ciegos que los vendían, ya que en España eran sus cofradías las que tenían el monopolio de la venta de los papeles públicos, definidos por una decisión real de 1739 como “Gacetetas, Almanagues, Coplas y otros papeles de devoción y diversión que no excedan de cuatro hojas” –“cuatro hojas”, es decir, la definición misma del pliego en el formato en *quarto*.

Los usos sociales de los romances se despliegan en una amplia gama. Penetraron profundamente la cultura de lo cotidiano gracias a su circulación impresa en la forma de pliego: cantados, acompañaron el trabajo, el baile, la fiesta; sabidos de memoria, proporcionaron un repertorio de dichos y refranes; leídos, sirvieron para el aprendizaje de la lectura, tanto como la cartilla a la cual se refiere el diálogo entre Peribañez y Casilda en la comedia de Lope: “Amar y honrar su marido / es letra deste abecé, / siendo buena por la B, / que es todo el bien que te pido”. La circulación de los pliegos poéticos, situada entre transmisión oral, fijación impresa y retorno a la oralidad, muestra claramente de qué manera un mismo género puede dirigirse a públicos diferentes, nutrir diversas formas de apropiación y suscitar usos muy opuestos.

Al crear un nuevo público gracias a la circulación de los textos en todos los estamentos sociales, los pliegos sueltos contribuyeron a la construcción de la división entre el “vulgo” y el “discreto lector”. Ciertamente es que la categoría de “vulgo” no designaba, ni inmediatamente ni exclusivamente, a un público “popular” y se utilizaba para desprestigiar a los lectores (o espectadores) desprovistos de juicio estético y competencia literaria. Sin embargo, las entradas del *Tesoro* de Covarrubias ubican la palabra “vulgo” dentro de una serie de definiciones o equivalencias que lo caracterizan socialmente: “*vulgo*, la gente ordinaria del pueblo”, “*poblacho*, la gente ruin, el vulgo”, “*ruin*, hombre de mal trato, o cosa que no es buena”. Mediante la fórmula del doble prólogo, que proponía la misma obra al vulgo y al discre-

to, se estigmatizaba la necedad del primero y se alababa el entendimiento del segundo. En 1599, Mateo Alemán, en los dos prólogos del *Guzmán*, se dirigía en primer lugar al “vulgo” declarando: “No quiero gozar el privilegio de tus honras ni la franqueza de tus lisonjas, cuando con ello quieras honrarme, que la alabanza del malo es vergonzosa. Quiero más la reprehensión del bueno, por serlo el fin con que la hace, que tu estimación depravada, pues forzoso ha de ser mala”; mientras que pensando en el “discreto lector” afirmaba: “No me sea necesario con el discreto largos exordios ni prolijas arengas: pues ni le desvanece la elocuencia de palabras ni lo tuerce la fuerza de oración a más de lo justo, ni estriba su felicidad en que le capte la benevolencia. A su corrección me allano, su amparo pido y su defensa me encomiendo”.

Pero en el siglo de Oro el “vulgo” constituía el principal mercado, tanto para los textos representados sobre las tablas como para los romances, coplas y relaciones publicados en la forma del pliego y vendidos por los ciegos. Es la existencia postulada y comprobada de ese “vulgo” como amplio público, la que gobernaba las estrategias de la escritura y las decisiones editoriales de los impresores y libreros. Proclamar la primacía del gusto sobre los preceptos define toda la estrategia argumentativa de Lope en su *Arte nuevo de hacer comedias en este tiempo* (1609). El texto está construido a partir de una contradicción fundamental entre la idea negativa de la capacidad de juicio del “vulgo” y la afirmación de la legitimidad de las preferencias del amplio público de los corrales. Enuncia así la paradoja:

Cuando he de escribir una comedia, encierro los preceptos con seis llaves; /
saco a Terencia y Plauto de mi estudio, / para que no den voces, porque suele
/ dar gritos la verdad en libros mudos, / y escribo por el arte que inventaron /
los que el vulgar aplauso pretendieron; / porque, como las paga el vulgo, es
justo / hablarle en necio para darle gusto.

No es muy fácil resolver la tensión entre «justo» y «gusto», arte y aplauso, normas poéticas y éxito público. Se puede suponer, en primer lugar, que el dramaturgo tenía clara conciencia de que el público era constituido por muchos públicos, divididos y jerarquizados en función de los estamentos y sexos entre el patio, los grados, los aposentos y la cazuela de las mujeres. La categoría de “vulgo” designaría entonces a los diversos oyentes que conformaba el público del corral, por contraste con los doctos y letrados. Otra manera de superar la contradicción que atraviesa el texto de Lope, consiste en hacer hincapié en la primacía de los efectos producidos por la representación misma sobre los espectadores. Se podía así recuperar contra los doc-

tos la referencia a Aristóteles, tal como lo hace el editor de la *Cuarta Parte* (1624) cuando afirma: “que no hay en España ni preceptos ni leyes para las comedias que satisfacen al vulgo; máxima que no desagradó a Aristóteles, cuando dijo que el Poeta de la fábula había conseguido el fin, si con ella conseguía el gusto de los oyentes”. Con semejante retorno a la autoridad poética se podía conciliar el éxito público con la excelencia estética, medida por el impacto de la obra representada y no por la lectura del texto impreso. Volviendo a su obsesiva contabilidad textual, Lope escribe a finales del *Arte*:

Pero ¿qué puedo hacer, si tengo escritas / con una que he acabado esta semana / cuatrocientas y ochenta y tres comedias? / Porque, fuera de seis, las demás todas / pecaron contra el arte gravemente. / Sustento, en fin, lo que escribí, y conozco / que, aunque fueran mejor de otra manera, / no tuvieran el gusto que han tenido, / porque a veces lo que es contra lo justo / por la mima razón deleita al gusto.

Una semejante tensión entre la construcción de un nuevo público lector por la oferta impresa y las denuncias de la divulgación que corrompe la cultura escrita, fundamentó las críticas contra la invención de Gutemberg. El librero condenado al infierno en los *Sueños* de Quevedo (1627) indica irónicamente el temor y el rechazo de los “sabios” frente a una circulación demasiado amplia de los textos: “yo y todos los libreros nos condenamos por las obras malas que hacen los otros, y por lo que hicimos barato de los libros en romance y traducidos del latín, sabiendo ya con ellos los tontos lo que encarecían en otros tiempos los sabios, que ya hasta el lacayo latiniza, y hallarán a Horacio en castellano en la caballeriza”. El diálogo que Lope de Vega imagina en *Fuenteovejuna*, entre el labrador Barrildo y el licenciado de Salamanca Leonelo, ilustra la misma desconfianza frente a la multiplicación de los libros permitida por la invención de la imprenta – una invención reciente en el tiempo de los eventos narrados en la comedia, que ocurrieron en 1476. A Barrildo, que alaba los efectos de la imprenta (“Después que vemos tanto libro impreso, / no hay nadie que de sabio no presuma”) Leonelo contesta: «Antes que ignoran más, siento por eso, / por no se reducir a breve suma; / porque la confusión, con el exceso, / los intentos resuelve en vana espuma; / y aquel que de leer tiene más uso, / de ver letreros sólo está confuso“. Según él la multiplicación de los libros se ha vuelto una fuente de “confusión” más que de saber y la imprenta con todo el “exceso” de libros que ha generado no produjo nuevos genios: “Sin ella muchos siglos se han pasado, / y no vemos que en éste se levante / un Jerónimo santo, un Agustino”.

Multiplicando los ejemplares, las ediciones baratas, las traducciones en las lenguas vulgares, la imprenta aseguró la difusión de los textos clásicos más allá de los medios restringidos que solían leerlos en la cultura manuscrita. De ahí, los posibles provechos de los editores, y los temores de las élites. Esta tensión caracteriza no solamente el Siglo de Oro sino también, en formas diversas, cada época, ya que siempre se opusieron la divulgación de la cultura libresca gracias a la actividad editorial y la voluntad de controlar o confiscar el poder de lo escrito por parte de los dominantes.

Tal contradicción, que no es propia de la España del Siglo de Oro, fundamentó en otros países, tanto los discursos que denunciaban la corrupción de los textos por lectores incapaces de entenderlos, como la producción masiva de nuevos géneros impresos dirigidos a los más numerosos y humildes. Es el caso de la Inglaterra de los siglos XVI y XVII con las baladas (Watt, Tessa 1991). Se estima en alrededor de tres mil el número de baladas publicadas. Se trata de textos de muy amplia difusión gracias a su muy bajo precio, que los ponía al alcance de los más modestos compradores. Las baladas se imprimían en general sobre un solo lado de una hoja de imprenta, según una disposición regular en la que, de arriba hacia abajo, figuraban el título, la indicación del tono en que debe cantarse, un grabado en madera y el texto poético, sea religioso o profano, distribuido en dos columnas. Constituyeron un gran mercado, progresivamente conquistado por libreros especializados que establecieron un *cuasi* monopolio sobre el género.

Hay que partir de la materialidad misma de las baladas para intentar reconstruir la manera como eran “leídas” en la Inglaterra de esos siglos. Está claro que dos de las indicaciones que brinda el objeto mismo nos alejan de la lectura solitaria y silenciosa. Esas indicaciones sugieren, en primer lugar, una lectura hecha en común: pegada sobre una pared, la balada puede ser leída en voz alta por quienes, mejor alfabetizados que los demás, son capaces de servir de mediadores de lectura para los menos instruidos. También señalan, por la indicación del tono, que el texto está hecho para ser cantado, con acompañamiento instrumental o sin él, por músicos profesionales o por los buhoneros que, tal como los ciegos en España, no sólo las vendían, sino que también las cantaban para atraer a los compradores. Utilizando su conocimiento de la clientela más popular y su colaboración con los buhoneros, los editores de las baladas establecieron en los comienzos del siglo XVII un nuevo comercio: el de los “*chapbooks*”, que distinguía tres clases de impresos (“*small books*”, “*double books*”, “*histories*”) que correspondían cada uno a un formato particular y a un cierto

número de páginas. El repertorio del que se apoderó esta nueva fórmula editorial reutilizó, adaptó y a veces abrevió textos antiguos, cristianos o profanos, que pertenecían a diversos géneros y tradiciones.

La estrategia editorial desplegada por los editores londinenses era, pues, muy semejante a la seguida, a partir de finales del siglo XVI, por editores franceses, en Lyon, Troyes o Rouen, que publicaron en ediciones más baratas y vendidas por los buhoneros textos que, antes, habían sido dirigidos a los lectores cultos, clientes de las librerías (Chartier, R., 1992, pp. 145-162 y 1993, pp. 93-126). Las ediciones de la “*Bibliothèque bleue*” (así denominada porque los libros estaban a menudo envueltos en papel azul) dieron nuevas formas a las obras que publicaron, cortando episodios, multiplicando los capítulos, censurando las alusiones blasfematorias o inmorales. Los textos fueron así colocados al alcance económico y cultural de nuevos lectores, cuya lectura no era idéntica a la de los letrados. Su modo de leer exigía secuencias breves, encerradas en sí mismas; necesitaba la presencia de las imágenes que, aunque fuesen reutilizadas de una edición a otra, ayudaban a entender o memorizar el sentido del texto, y requería la repetición más que la invención, ya que cada texto nuevamente publicado tenía que referirse a temas y motivos ya conocidos. A ello se debió la constitución de series o repertorios textuales definidos por su género (vidas de santo, novelas de caballería, cuentos de hadas), su uso (ejercicios de devoción, recetas de cocina, manuales epistolarios) o su temática (discursos sobre las mujeres, sátiras de los oficios, descripciones de las artimañas de los mendigos, vagabundos y ladrones).

¿Es posible saber cómo los lectores populares entendieron y usaron los textos que compraban, leían o escuchaban? Escasas son las fuentes que permiten tal conocimiento. En los países que, para desgracia de sus pueblos y para dicha de los historiadores, conocieron y sufrieron los tribunales de la Inquisición, las declaraciones realizadas por los reos frente a sus jueces indican a veces sus maneras de leer. Es así que, a finales del siglo XVI, Domenico Scandella, alias Menocchio, un molinero del Friul acusado por su crítica radical a la Iglesia y su cosmogonía heterodoxa, menciona que ha leído libros prestados o comprados. En sus interrogatorios se refiere a once títulos, entre ellos la Biblia, *Il fioretto della Bibbia*, los Viajes de Mandeville, el *Decamerón*, quizás el Corán (Ginzburg, Carlo, 1981). Al comparar las obras leídas con lo que Menocchio hizo de ellos, Carlo Ginzburg pudo restituir los rasgos singulares de una lectura que disloca los textos, descontextualiza los fragmentos, toma las metáforas al pie de la letra, procede analógicamente y, a menudo, invierte el sentido. Menocchio se apropia

reformulándolos, fragmentos de discurso que le vienen de la cultura letrada y que interpreta, según Ginzburg, movilizando códigos propios de la cultura oral y campesina. Aunque semejante diagnóstico pueda ser discutido, ya que las maneras de leer de Menocchio eran asimismo las de la lectura culta de su tiempo, que procedía también recortando extractos y desplazando fragmentos, el ejemplo del molinero de Friul indica a las claras que los lectores populares no leían solamente los impresos que les estaban especialmente destinados por los editores que buscaban un mercado más amplio. Por ejemplo, en la diócesis de Cuenca, entre 1560 y 1610, mercaderes, labradores y artesanos confesaron a los inquisidores que habían leído libros de caballerías –tal como los labradores del *Quijote* (Nalle, Sara T., 1989, pp. 65-96). En este sentido, cualquier libro puede formar parte de las lecturas populares que no podemos caracterizar únicamente a partir de los géneros editoriales que conocieron la más amplia difusión.

¿Debemos, por ende, caracterizar la lectura popular a partir de una relación específica con lo escrito? En el *Cuento de invierno* Shakespeare pone en escena a uno de estos buhoneros vendedores y cantantes de baladas, llamado Autólico. El texto desmonta con ironía las estrategias que emplea para acreditar la verdad de los relatos extraordinarios de las baladas que vende. Por un lado, Autólico multiplica las pruebas (firmas, testimonios) que deben hacer que se tengan por ciertos los hechos inverosímiles narrados por las baladas: el parto monstruoso de la mujer de un usurero o la transformación de una muchacha en pez por rechazar los avances de su enamorado. De modo que la atracción por el género parece depender estrechamente de la posibilidad de que el lector crea los relatos que lee, canta o escucha. En varias oportunidades las campesinas interrogan a Autólico para que confirme la autenticidad de las historias que él vende, como si el placer obtenido en la lectura o la escucha supusiera que las baladas pudiesen ser tenidas por verdaderas. Pero, por otro lado, ese deseo de autenticidad, lo mismo que las señales de la autenticación, siempre son paródicamente desmentidos. La partera que supuestamente atendió a la mujer del usurero se llama “*Mistress Taleporter*” (“Señora Cuentera”) y la fecha de la metamorfosis en pez de la muchacha insensible es “un miércoles ochenta de abril”.

¿Cómo interpretar esta tensión entre la expectativa de verdad de los compradores de baladas y la parodia (que no es únicamente shakespeariana sino que está ya presente en las baladas publicadas por los libreros de Londres) que sitúa de inmediato los relatos en el orden de lo increíble? ¿Señala la credulidad de los campesinos del teatro que consideran verdadero

lo inverosímil, cosa que no hará el espectador hábil y advertido? ¿O bien califica una relación popular con la ficción literaria; una relación que, al mismo tiempo, persuade y disuade, hace creer y no creer, asocia la adhesión y la distancia?

Es este modelo de inteligibilidad, sutil y complejo, el que propuso Richard Hoggart. En su libro de 1957, a partir de su propia experiencia, Hoggart describe las relaciones que los lectores y oyentes obreros entablaban en la Inglaterra de los años cincuenta, con los diarios de gran tirada, las revistas, los horóscopos, los folletines, las canciones de amor. Caracteriza esa relación por la ambigüedad de las actitudes, como si el deseo y el placer de creer corrieran parejos con la mayor lucidez en cuanto a la falsedad de lo que se cree. De ese modo, se asocian paradójicamente categorías lógicamente contradictorias, como si la creencia experimentara eclipses, como si la aceptación de la ficción no borrara la clarividencia. Una perspectiva semejante es la que asume el libro de Paul Veyne dedicado a la relación de los griegos con los mitos de su religión:

Entre los doctos, la credulidad crítica, por así decirlo, alternaba con un escepticismo global y se codeaba con la credulidad irreflexiva de los menos doctos; estas tres actitudes se toleraban, y la credulidad popular no estaba culturalmente desvalorizada. Esta coexistencia pacífica de creencias contradictorias tuvo un efecto sociológicamente curioso: cada individuo interiorizaba la contradicción y pensaba del mito cosas inconciliables, al menos a los ojos de un lógico; el individuo, por su parte, no sufría a causa de sus contradicciones, muy por el contrario: cada una servía a objetivos diferentes. (Veyne, Paul, 1983)

Antes de Hoggart, antes de Veyne, Shakespeare pone en escena entre los pastores y pastoras de la Bohemia imaginaria del *Cuento de invierno*, la dualidad indisociable de la adhesión y la distancia. Nos invita así a considerar que cada lector, cualquiera sea su condición social, puede ser un lector “popular”, si se entiende por esa palabra un tipo de relación distanciada, crédula e incrédula, atenta e impertinente con el texto leído.

Ese breve ensayo hace hincapié en los siglos en los que aparecieron, a la vez, ediciones destinadas a los más populares de los lectores y lectores populares que leyeron las mismas obras que las élites. Pero no debemos olvidar que con los progresos de la alfabetización y la diversificación de la producción impresa, el siglo XVIII y aún más el XIX conocieron una gran dispersión de los modelos de lectura. Fuerte es el contraste entre la imposición de normas escolares que tendían a definir un modelo único, codificado y controlado de la lectura legítima y, por otro lado, la extrema diversi-

dad de las prácticas de las varias comunidades de lectores, tanto las que estuvieron anteriormente familiarizadas con la cultura impresa como las constituidas por recién llegados al mundo de lo escrito: niños, mujeres, obreros. Con el acceso de casi todos a la capacidad de leer, tal como se estableció en el siglo XIX, se instauró una extremada fragmentación de las prácticas de lectura.

En todos los países europeos condujo a reforzar los dos elementos encontrados en los primeros siglos de la modernidad. Por un lado, se multiplicaron los productos impresos dirigidos a los lectores populares: colecciones baratas, publicaciones por entregas, revistas ilustradas, literatura de estación, etc. Desde este punto de vista, la producción y circulación de la cultura impresa en la España del siglo XIX muestra las mismas mutaciones fundamentales que se encuentran en todas partes de Europa: la autonomización de la profesión del editor, que se distingue tanto del librero como del impresor; la entrada en una economía del mercado que produce un nuevo público lector a partir de la oferta de nuevos productos editoriales; la multiplicación de las bibliotecas “públicas” vinculadas con el fenómeno asociativo de las “sociedades de hablar”: ateneos, círculos, casinos.

Semejante diagnóstico plantea de manera original una cuestión clásica: la de la “anomalía” española decimonónica y su supuesto “atraso” cultural. Los altos niveles de analfabetismo, tal como los presentan las estadísticas basadas en los porcentajes de firmas, no deben hacer olvidar la creciente presencia de los impresos efímeros, baratos, dentro de las capas populares, inclusive analfabetas. En las ciudades por lo menos, la amplia circulación de los periódicos, pliegos, almanaques, folletines, etc., permitía una fuerte familiarización con la cultura impresa, posiblemente transmitida por las lecturas en voz alta. No debemos restringir el campo de los “lectores” únicamente a los alfabetizados. No debemos tampoco aislar los objetos impresos (libros, folletos, periódicos) de las otras formas de lo escrito: carteles, inscripciones grabadas, escrituras pintadas. Se encuentran en las calles, los cementerios, los edificios públicos, las casas. En el paisaje escrito urbano, esta omnipresencia de los textos escritos produce “una especie de aculturación por impregnación ambiental”, según la expresión de Jean-François Botrel (1993). Tal “impregnación” debe matizar fuertemente los juicios clásicos sobre el retraso cultural español y desplazar la atención sobre las diferencias entre las ciudades y el campo, entre las grandes ciudades y las pequeñas, entre la capital y las provincias.

Otro rasgo común entre España y el resto de Europa, es la constitución en el siglo XIX de un “campo literario” polarizado entre la “literatura industrial” dirigida al creciente mercado de lectores y las formas cultas del “arte por el arte”, cuyas creaciones circulan dentro del público restringido de los “*happy few*”. Existía un fuerte vínculo entre la reivindicación de una cultura “pura”, sustraída de las leyes de la producción económica, distanciada de los gustos “populares”, gobernada por la complicidad estética entre los autores y sus lectores y, por otra parte, los progresos de una literatura comercial, dominada por el capitalismo editorial y dirigida al “gran público”. Semejante polarización introdujo una diferencia contundente entre los escritores que trataban de vivir de su pluma y aquellos cuya existencia no dependía de la escritura, sino de otro oficio: profesor, abogado, empleado de la administración, etc. Dentro de los primeros, escasos son los que consiguieron un éxito económico suficiente con la venta de sus obras para que pudiesen dedicarse solamente a estas. La mayoría, que constituía un proletariado de la pluma comparable a la bohemia literaria parisina, no podía sobrevivir sino poniéndose al servicio de los editores que publicaban los géneros impresos más populares. De ahí la tensión entre la reivindicación de la propiedad intelectual, que debía establecer los derechos de los autores sobre sus obras, y la realidad de la condición de escritor profesional que obligaba a dedicarse a la escritura, a menudo anónima y despreciada, de la “literatura industrial”.

Por otro lado, la definición escolar de un repertorio canónico de las obras legítimas en toda Europa, multiplicó la lectura por parte de lectores populares de obras transformadas en patrimonio nacional. En España, en 1844, Antonio Gil y Zárate publicó el primero manual universitario dedicado a la literatura española y en 1846 las novelas de Cervantes constituyeron el primer tomo de la *Biblioteca de Autores Españoles*. El manual y la colección dieron forma institucional y editorial a un conjunto de obras y autores que identificaron la producción literaria nacional. Lo hicieron a partir de elecciones y exclusiones que delimitaron un repertorio literario canónico, definido por José-Carlos Mainer como “el elenco de nombres que se constituye en repertorio referencial de las líneas de fuerza de una literatura, y en tal sentido, es una permanente actualización del pasado” (Mainer, José-Carlos, 2000). Gracias a las bibliotecas de préstamo populares y a las “bibliotecas” de papel propuestas por las colecciones baratas de obras clásicas, antiguas o recientes, en todas partes los lectores populares, artesanos u obreros, compartieron aún más que en los siglos XVI y XVII los mismos textos que los miembros de las élites. Pero como lo muestran las

autobiografías obreras, leyeron esas obras canónicas de manera intensiva, basada en la repetición y la memorización. Releían más que leían; compartían a menudo los textos leídos en voz alta, y los copiaban y memorizaban (Lyons, Martyn, 1998, pp. 473-517). Movilizaron para la apropiación de la literatura sabia y canónica, las prácticas del leer que habían duraderamente caracterizado la relación con los pliegos de cordel, los “chapbooks” o los títulos de la “*Bibliothèque bleue*”.

Durante mucho tiempo los historiadores pensaron que era posible identificar las lecturas populares a través de los conjuntos de impresos dirigidos, desde el siglo XVI hasta el nuestro, a los lectores más desprovistos de capital económico o cultural. De ahí la focalización de la atención sobre las iniciativas editoriales que intentaron atraer a semejante público. Pero lo popular no se deja definir tan fácilmente. En primer lugar, muy generalmente, los libros o libritos dirigidos al vulgo no tenían nada de popular en sí mismos, sino que eran textos cultos o compartidos que recibieron, en un momento dado de su trayectoria impresa, una nueva forma tipográfica, más barata y accesible. Luego, no debe pensarse que los temas, imágenes y estereotipos que proponen los impresos publicados para el pueblo reflejen necesariamente sus maneras de pensar o hablar. La distancia es particularmente visible en todos los textos del repertorio popular que representan al pueblo. Como escribe Borges: “Entiendo que hay una diferencia fundamental entre la poesía de los gauchos y la poesía gauchesca [...] los poetas gauchescas cultivan un lenguaje deliberadamente popular, que los poetas populares no ensayan” (Borges, Jorge L., 1997, pp. 188-203). Finalmente, los lectores populares se apoderaron de los textos legítimos impuestos por la norma escolar o arrancados a su monopolización por las élites. Pero lo hicieron con un estilo propio de leer que movilizó de manera sutil, según las necesidades, las circunstancias o los géneros, una atención intensa o una distancia irónica, la voluntad de conquistar el saber y el placer de jugar con las reglas, y una relación atenta e impertinente.

Las relaciones entre cultura popular y cultura sabia movilizaron la atención de la “nueva historia cultural”, tal como la define Lynn Hunt (1989). Las maneras de concebirlas pueden reducirse a dos grandes modelos de descripción e interpretación. El primero, deseoso de abolir toda forma de etnocentrismo cultural, considera que la cultura popular es un sistema simbólico coherente, que se ordena según una lógica ajena e irreductible a la de la cultura letrada. El segundo, preocupado por recordar la existencia de las relaciones de dominación y de las desigualdades del mundo social, comprende la cultura popular a partir de sus dependencias y de sus carencias

en relación con la cultura de los dominantes. Por un lado, entonces, la cultura popular es considerada autónoma, independiente, cerrada sobre sí misma; por otro, se define totalmente por su distancia frente a la legitimidad cultural. Los historiadores han oscilado durante mucho tiempo entre estas dos perspectivas; así lo muestran, a la vez, los trabajos hechos sobre la religión o la literatura considerados específicamente populares y la construcción de una oposición, reiterada en el transcurso del tiempo, entre la edad de oro de una cultura popular libre y vigorosa, y los tiempos de censura y coacción que la condenan y desmantelan.

Los trabajos de historia cultural han llevado al rechazo de distinciones tan tajantes. En primer lugar, es claro que el esquema que opone esplendor y miseria de la cultura popular no caracteriza solamente la época moderna, entre los siglos XVI y XVIII. Lo encontramos en los historiadores especialistas en la Edad Media que se refieren al siglo XIII como un tiempo de aculturación cristiana, destructora de las tradiciones de la cultura popular laica de los siglos XI y XII. Este esquema también describe la trayectoria que hizo que, de 1870 a 1914 en las sociedades occidentales, una cultura tradicional, campesina y popular pasara a ser parte de una cultura nacional homogénea, unificada, desenclavada. Supuestamente un contraste similar distinguió, en el siglo XX, entre la cultura de masas, impuesta por los nuevos medios de comunicación, y una antigua cultura oral, comunitaria y creadora. Como el ave fénix, la cultura popular parece renacer después de cada una de sus desapariciones. El verdadero problema no es, entonces, fechar la desaparición irremediable de una cultura dominada, por ejemplo en 1600 ó 1650 (Burke, Peter, 1991), sino comprender cómo se enlazan, en cada época, las relaciones complejas entre las formas impuestas, más o menos apremiantes, y las identidades salvaguardadas, más o menos alteradas.

La fuerza de los modelos culturales dominantes no anula el espacio propio de su recepción. Siempre existe una distancia entre la norma y lo vivido, entre el dogma y la creencia, entre los mandatos y las conductas. Es en este desfase en el que se imponen las reformulaciones y las desviaciones, las apropiaciones y las resistencias (Certeau, Michel de, 1996). Por el contrario, la imposición de disciplinas inéditas, la inculcación de nuevas sumisiones y la definición de nuevas reglas de comportamiento deben siempre integrar, o negociar con, las representaciones enraizadas y las tradiciones compartidas. Es inútil, por tanto, querer identificar la cultura, la religión o la literatura “popular” a partir de prácticas, creencias o textos supuestamente específicos. Lo esencial está en la atención que debe prestarse tanto a los mecanismos que permiten a los dominados interiorizar su propia

inferioridad o ilegitimidad, cuanto a las lógicas gracias a las cuales una cultura dominada llega a conservar algo de su coherencia simbólica. La lección es válida a la vez para el enfrentamiento entre los sabios y las poblaciones rurales en la vieja Europa (Ginzburg, Carlo, 1966) y para las relaciones entre vencidos y vencedores en el mundo colonial (Gruzinski, Serge, 1991) 

Bibliografía

- Borges, Jorge Luis (1997) "El escritor argentino y la tradición" (1932). En: Borges, Jorge L. *Discusión*. Madrid, Alianza.
- Botrel, Jean-François (1993) *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid, Fundación Sánchez Ruipérez.
- Burke, Peter (1991) *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid, Alianza.
- Certeau, Michel de (1996) *La invención de lo cotidiano, 1. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana.
- Chartier, Roger (1992) "Los libros azules". En: Chartier, Roger. *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona, Gedisa.
- _____ (1993) "Estrategias editoriales y lecturas populares, 1530-1660". En: Chartier, Roger. *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, Alianza.
- Frenk, Margit (1997) *Entre la voz y el silencio (La lectura en tiempos de Cervantes)*. Alcalá de Henares, Centro de Estudios Cervantinos.
- Ginzburg, Carlo (1966) *I Benandanti. Stregoneria e culti agrari tra Cinquecento e Seicento*. Turín, Giulio Einaudi.
- _____ (1981) *El queso y los gusanos. El cosmos de un molinero del siglo XVI*. Barcelona, Muchnik.
- Gruzinski, Serge (1991) *La colonización de lo imaginario*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Hoggart, Richard (1957) *The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*. Londres, Chatto and Windus.
- Hunt, Lynn (ed., 1989) *The New Cultural History*. Los Ángeles, University of California Press.
- Infantes, Víctor (1992) "Los pliegos sueltos poéticos: constitución tipográfica y contenido literario (1482-1600)". En: Infantes, Víctor. *En el Siglo de Oro. Estudios y textos de literatura áurea*. Potomac, Scripta humanistica.
- Lyons, Martyn (1998) "Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños, obreros". En: Cavallo, Guglielmo y Chartier, Roger (eds.) *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid, Taurus.
- Mainer, José-Carlos (2000) *Historia, literatura, sociedad (y una coda española)*. Madrid, Biblioteca Nueva.
- Nalle, Sara T. (1989) "Literacy and Culture in Early Modern Castile". In: *Past and Present* 125.
- Veyne, Paul (1983) *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes? Essai sur l'imagination constituante*. Paris, Seuil.
- Watt, Tessa (1991) *Cheap Print and Popular Piety 1550-1640*. Cambridge University Press.