



Cuadernos de Ilustración y Romanticismo

Revista Digital del Grupo de Estudios del Siglo XVIII

Universidad de Cádiz / ISSN: 2173-0687

nº 24 (2018)

LOS «ENCARGOS» DE *DON QUIJOTE* EN LA *GAZETA DE MÉXICO* (1784-1805)

Ivan Baruj VÁZQUEZ CLAVELLINA
(Western University, Ontario, Canada)

Recibido: 5-2-2018 / Revisado: 19-6-2018

Aceptado: 19-6-2018 / Publicado: 20-12-2018

RESUMEN: Durante la segunda mitad del siglo XVIII se difundieron en España ediciones ilustradas de *Don Quijote*; sus editores, impresores y libreros ofrecieron los volúmenes en diferentes publicaciones periódicas del mundo hispánico. El siguiente artículo refiere cómo la prensa novohispana anunció la obra cumbre de Miguel de Cervantes, las búsquedas en la Hemeroteca Nacional Digital de México (HNDM) proporcionaron anuncios que ofrecieron la historia a los lectores de la *Gazeta de México*. Las notas aparecieron en la sección «Encargos», vendieron tres ediciones madrileñas y dos imitaciones a la obra entre 1784 a 1805. Por medio de la publicación novohispana se distinguieron impresos españoles a la venta en el mercado mexicano, y a los distribuidores de los libros y cuadernos durante los últimos años de Nueva España.

PALABRAS CLAVE: *Don Quijote*, *Gazeta de México*, Nueva España, impresores, libreros, publicaciones periódicas.

THE «ENCARGOS» OF *DON QUIXOTE* IN THE *GAZETA DE MÉXICO* (1784-1805)

ABSTRACT: During the second half of the eighteenth century, illustrated editions of *Don Quixote* began to emerge in Spain. Its editors, printers and booksellers offered the publications to different Hispanic periodicals. The following article describes how the New Spain press publicized Miguel de Cervantes' remarkable history. To discover it, the Hemeroteca Nacional Digital de México (HNDM) provided advertisements about the singular knight. This information materialized in the *Gazeta de México*, «Encargos» section between 1784 to 1805. During this period three editions of the work as well as two imitations were sold. Through the ads in the publication, publishers and printers from different editions are distinguished, and the booksellers who distributed *Don Quixote* in the final years of New Spain are identified.

KEYWORDS: *Don Quixote*, *Gazeta de México*, New Spain, printers, booksellers, periodicals.

INTRODUCCIÓN

Acerca de las publicaciones periódicas como fuente de información para la historia de la literatura, su recepción y su materialidad, Leonardo Romero Tobar (2012) propone que la prensa desempeñó una función importante para las obras literarias, tanto en «la fase de creación como en la de distribución y consumo». El investigador refiere que «el riquísimo material informativo que depara la prensa periódica», ayuda a «reconstruir datos biográficos de personajes históricos, o elaborar cuadros descriptivos de actividades intelectuales, artísticas y culturales». Por otra parte, Antonio E. de Pedro y Florencio Torres Hernández (2004: 318-319) manifiestan que las publicaciones periódicas permitieron la penetración de ideas ilustradas al nuevo mundo: «Periódicos, folletos, revistas, panfletos y opúsculos, jugaron un papel determinante en la difusión del nuevo paradigma intelectual desarrollado en la Europa de finales del siglo XVII, y principalmente durante el siglo XVIII». Por su parte, María Teresa Camarillo (2015: 334) apunta que «la información de prensa es un producto perecedero, de consumo inmediato, que debe llegar oportunamente al consumidor cotidiano». Su trascendencia deriva en «la acumulación sucesiva de sus ediciones, que construyen a diario la compleja y multiforme historia de los hombres y de los pueblos».

Sobre los anuncios y la publicidad en la prensa, María Dolores Fernández Poyatos y Emilio Feliu García (2012: 316 y 329) declaran que desde mediados del siglo XVIII existió «una embrionaria actividad anunciadora», poco a poco la incipiente actividad publicitaria se convirtió en un «ingreso cualificado para las publicaciones periódicas». Los diarios emitieron avisos, «tal y como había empezado a suceder en países precursores como Gran Bretaña y Francia». Las planas de los periódicos de gran tirada, «no sólo se llenan de anuncios y reclamos, sino que atesoran noticias, reflexiones y polémicas en torno a la empresa periodística y a la publicidad». Por otra parte, la profesora María Jesús García Garrosa indica que los «papeles periódicos funcionaron de intermediarios entre los impresores, libreros y el público lector»; para la investigadora, los impresos periódicos se convirtieron en «cauce de difusión de novedades editoriales». Acerca del tipo de información en los anuncios sobre libros y librerías, Jean-Marc Buiguès (2011: 334) asegura que los primeros informes en la prensa solían ofrecer pocos datos: al paso de los años «van aumentando hasta constituir un amplio texto con elementos que hoy día llamaríamos claramente publicitarios». Según el investigador, la interpretación de los anuncios sobre libros en la prensa plantea una serie de dificultades, como la identificación de las obras anunciadas y sus autores, debido a las posibles deformaciones de los títulos y los nombres.

Por otra parte, el periodo se caracterizó por transformaciones que modelaron la venta de publicaciones en la ciudad de México, como anota el historiador Roger Chartier (2010), «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». Según el investigador, surgieron «la imposición de las normas escolares» y una «extrema diversidad de prácticas de las varias comunidades de lectores». La división anterior condujo a reforzar dos fenómenos culturales: «la multiplicación de los productos impresos», y «la entrada en una economía de mercado que produce un nuevo público lector». Los fenómenos culturales descritos por el profesor Chartier se aprecian en la *Gazeta de México*. La venta de mercancías editoriales a los lectores novohispanos se puede estudiar a través de las páginas de la publicación: comerciantes, editores, impresores y libreros anunciaron diferentes obras literarias en su sección comercial. Los anuncios aportaron información sobre importantes trabajos literarios, como por ejemplo la obra cumbre de Miguel de Cervantes. Mediante el estudio de la promoción del *Quijote* a través de las gacetas, se puede conocer a las personas encargadas de su distribución a nivel local y transatlántico,

y de este modo aportar nuevos datos sobre la venta y promoción de ediciones españolas en el mercado de libros de Nueva España.

Cabe acotar que la primera publicación periódica fue la *Gaceta de México y noticias de Nueva España*, editada por Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Goyeneche en 1722. Después apareció la *Gazeta de México*, a cargo de Juan Francisco Sahagún de Arévalo Ladrón de Guevara entre 1728 a 1739. La tercera se publicó desde principios de 1784, en esa ocasión el novohispano Manuel Antonio Valdés y Murguía recibió la autorización del gobierno virreinal para imprimir *La Gazeta de México*. El editor publicó por más de dos décadas información sobre la vida cultural durante los últimos años de Nueva España, a través de sus noticias y anuncios se pueden reconstruir aspectos sobre la promoción y venta de productos editoriales europeos en el virreinato. La publicación distribuyó noticias agrupadas por ciudades, principalmente mexicanas, europeas y algunas veces filipinas. La información fue proporcionada por funcionarios virreinales y copiada de publicaciones periódicas españolas. Esta investigación utilizó informes en la publicación novohispana, para reconocer reediciones del *Quijote* de Cervantes a la venta durante los últimos años del control español. Mediante el análisis de la sección comercial «Encargos» se registró la presencia de la obra en el mercado de libros novohispano, pues como señala Fernando Moreno (2006: 5-6), «es posible rastrear la llegada de los textos cervantinos a los territorios de ultramar»; sondear su acogida, difusión, expansión, y conocer las «interpretaciones y recreaciones americanas». Con el objetivo de entender la promoción y comercialización de la historia del caballero de la triste figura, «en ese entramado literario, histórico, político y ético que se va produciendo en el continente a través de los siglos».

Las gacetas, diarios y revistas que conforman el acervo de la Hemeroteca Nacional Digital de México (HNDM), aportaron la información necesaria para conocer aspectos sobre la cultura impresa en el México virreinal. A través de su interfaz digital se pudo acceder a publicaciones que van desde 1722 hasta 2010. Las búsquedas en su plataforma permitieron localizar datos sobre el comercio de libros durante los últimos años del virreinato. Las noticias más remotas sobre la obra de Cervantes como mercancía editorial aparecieron en la *Gazeta de México*, editada por Manuel Antonio Valdés y Murguía, e impresa por Felipe de Zúñiga y Ontiveros. Esta investigación localizó en la publicación siete anuncios que vendieron tres ediciones madrileñas de la obra y dos imitaciones al *Quijote*, la información se organizó cronológicamente para reconocer las reimpressiones a la venta al público novohispano, y al mismo tiempo identificar a los impresores y editores de los textos. El periodo de estudio abarcó los últimos años del control español en México, una época de importantes cambios políticos, culturales y sociales en el continente. Los resultados aportaron datos sobre la publicidad y comercio transatlántico de ediciones del *Quijote* a través de los anuncios de una publicación novohispana, eje de investigación poco explorado por las diferentes áreas que se interesan por temas cervantinos, como los Estudios Hispánicos, la Historia de la Literatura y los Estudios sobre la Recepción de la obra Cervantes.

El método de aproximación consistió en realizar búsquedas sobre los personajes y el autor de la historia en la Hemeroteca Nacional Digital de México, el objetivo fue localizar anuncios comerciales sobre productos editoriales en la publicación. Se escrutaron diferentes combinaciones de palabras claves para identificar las ediciones en el acervo electrónico. Después de clasificar los resultados, se ordenaron los anuncios cronológicamente para analizar su contenido, fecha y origen. Posteriormente, se cotejaron los datos con la colección de *Quijotes* de la Biblioteca Digital Hispánica para identificar las reproducciones. Finalmente, se complementaron los datos con investigaciones académicas sobre la obra durante el siglo XVIII y XIX. Por el tipo de información localizada

en las bases de datos, la investigación se dividió en tres apartados: la *Gazeta de México*, muestra investigaciones sobre la publicación novohispana, sus creadores y sus estrategias comerciales; las ediciones del *Quijote*, revisa cuatro anuncios que ofrecieron a los lectores tres importantes ediciones madrileñas; y las imitaciones a la obra, recupera referencias a dos copias a la historia de Cervantes.

LA GAZETA DE MÉXICO (1784-1809)

El editor Manuel Antonio Valdés y Murguía estuvo a cargo de la *Gazeta de México* desde 1784 hasta principios de noviembre de 1805. En el primer volumen informó que su intención era dar a un «publico tan ilustrado» una «colección de noticias», «sucesos peregrinos» y «regulares acontecimientos», con el fin de «hacer perenne la memoria de innumerables cosas» del «Reino entero». Las noticias fueron suministradas por «los señores Gobernadores y demás Justicias» novohispanas; y después de recibir, revisar e imprimir las referencias, el editor mandaba los ejemplares por medio de «estafetas» a los suscriptores locales y foráneos. Cabe señalar que Manuel Antonio Valdés fue al mismo tiempo librero e impresor, en diferentes momentos recuperó de la Real Aduana ediciones que le remitieron del puerto de Veracruz. También se desempeñó como administrador de la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros, y durante su carrera solicitó permisos al gobierno virreinal para imprimir diferentes textos en el establecimiento. Las ediciones se vendieron en la librería de la imprenta y se anunciaron las novedades editoriales a través de la publicación. Además, el empresario virreinal aprovechó para ofrecer anuncios a «las personas que por medio de esta *Gazeta* quieran participar al público alguna cosa que les interese». Los solicitantes debieron hacer su petición por escrito en la «Oficina» y pagaron «dos reales» por el «encargo» (*Gazeta de México*, «Prólogo», 14-I-1784: 7-8).¹ La sección fue aprovechada por algunos empresarios novohispanos para ofrecer bienes y servicios a través de la publicación.

El impresor de la *Gazeta de México* fue Felipe de Zúñiga y Ontiveros, según José Toribio Medina (1909: CLXXVI-CLXXX), comenzó junto con su hermano Cristóbal la «Imprenta Antuerpiana» en 1761, posteriormente se hizo cargo del negocio desde 1764. El establecimiento tuvo un crecimiento importante y cambió de nombre a «Imprenta Nueva Madrileña» en 1777. Debido a su éxito comercial, el empresario cambió el local de la calle Palma, a uno más grande en Espíritu Santo en 1781. Arturo Soberón Mora (1993: 57) documenta que la labor del personaje fue más allá de la simple impresión de libros y folletos, pues se desempeñó además como agrimensor, situación que le permitió estar en contacto con conocimientos científicos de su época. Por su parte, Cristina Gómez Álvarez (2011: 83) informa que en 1776 abrió una librería, menciona que además de vender los impresos que salían de su imprenta, distribuyó obras de la casa madrileña de Antonio de Sancha. La investigadora indica que el impresor murió en 1793, paso la tienda a su hijo, quien siguió distribuyendo impresos americanos y españoles. Joaquín García Icazbalceta (1854: 972) afirmó que Felipe de Zúñiga y Ontiveros imprimió la *Gazeta de México* desde su fundación hasta principios de 1792, sus herederos continuaron hasta 1795, y posteriormente su hijo Mariano José de Zúñiga y Ontiveros apareció como impresor hasta 1809.

La publicación fue parte importante de la vida cultural de Nueva España, y para Manuel Suárez Rivera (2015: 228), la *Gazeta de México* marcó la transición entre el «periodismo artesanal clásico de antiguo régimen, y las nuevas prácticas periodísticas». El

investigador manifiesta que la publicación supo aprovechar estrategias mercantiles para convertirse en el «primer periódico autosustentable en la historia de México». Asegura que la alianza con Felipe de Zúñiga y Ontiveros fue fundamental para el éxito de la sociedad editorial: los empresarios tuvieron tres fuentes ingresos procedentes de la venta de la publicación, la comercialización de avisos publicitarios y la distribución de libros en la oficina tipográfica. Por otra parte, Patricia Ann Drwall Adank (1980: 3) revela que Manuel Antonio Valdés obtuvo el favor de dos grupos de lectores que aseguraron su éxito comercial. El primero conformado por burócratas civiles y religiosos de las instituciones novohispanas; y el segundo comprendió las elites ilustradas y comerciales de la capital. Según la investigadora, el editor supo adaptarse a las necesidades de los ilustrados novohispanos, y esto le permitió sobrevivir por más de un cuarto de siglo en el mercado de impresos mexicano. En cuanto a contenido, Íñigo Fernández Fernández (2010: 75) asegura que entre sus páginas era posible encontrar notas sobre temas científicos, y fue la primera publicación en contar con una sección literaria. Según el investigador, el editor ungió a la publicación un «espíritu de institucionalidad», pues solicitó al virrey un revisor que censurase previamente los textos en el impreso.

La publicación tuvo una larga duración entre los lectores novohispanos, la catedrática María del Carmen Ruiz Castañeda (1971: 137-148) indica que la *Gazeta de México* existió del 14 de enero de 1784 hasta el 27 de diciembre de 1809. Posteriormente, el 2 de enero de 1810 se transformó en la *Gazeta del Gobierno de México*, y concluyó el 29 de septiembre de 1821. Según la investigadora, la colección consta de 16 tomos con folios progresivos, portadas, dedicatorias, índices de materias e instrucciones. La sección informativa consistió en noticias de la Nueva España, clasificadas y ordenadas por localidades. El apartado de noticias extranjeras ocupó el contenido de las gacetas europeas, principalmente madrileñas. Cada número estuvo compuesto de ocho páginas en cuarto, y ocasionalmente aumentó dependiendo el tema. Sobre la periodicidad del impreso, la autora menciona que los primeros años apareció quincenalmente, a partir de 1793 se volvió semanal, en 1797 se transformó en mensual y algunos meses de 1798 no se publicó, estuvo en «crisis» los años siguientes, y para 1802 fue «un cuerpo uniforme y sin vitalidad». En 1806 fue bisemanal y así terminó hasta 1809 que cambió de nombre. Las dificultades obligaron al editor asociarse con Juan López de Cancelada: «aventurero español que desde noviembre de 1805 figura como editor de La Gaceta de México».

En la mayoría de los números de la *Gazeta de México* apareció la sección «Encargos», los distribuidores de libros aprovecharon el espacio para vender obras llegadas de España. Sobre estos anuncios, Clementina Díaz y de Ovando (2000: 208) alude que se comunicaban los libros a «la venta en las distintas librerías y los que se ofrecían en la oficina de la *Gazeta*: libros de viajes, historias de la literatura francesa, diccionario de autores griegos y latinos, entre otros». Por otro lado, Manuel Suárez Rivera (2015: 227) asevera que este espacio dio los lectores: «los beneficios que traía un medio de comunicación de gran alcance, eficaz y que apenas estaba dando sus primeros pasos en la ciudad de México». Según el investigador, la *Gazeta* llegaba a todo el reino, y los libreros utilizaron la publicación «para promocionar al público lector las novedades recién desempacadas de Veracruz». Como ejemplos de este comercio de libros transatlántico, los anuncios sobre diferentes ediciones de la historia del caballero de la triste figura que se presentan a continuación.

LOS «ENCARGOS» DEL *QUIJOTE* EN LA *GAZETA DE MÉXICO*

El filólogo Rafael González Cañal (1992: 206) declara que no se puede reconstruir «la recepción y difusión de la novela cervantina en el Nuevo Mundo debido a la destrucción de la mayor parte de las bibliotecas indianas». El investigador asegura que los primeros lectores americanos fueron los funcionarios políticos y administrativos de la Corona, los únicos que desafiaron las prohibiciones y tuvieron acceso a los ejemplares procedentes de España. La situación cambió a finales del siglo XVIII cuando los lectores novohispanos pudieron comprar o suscribirse a reimpressiones ilustradas del *Quijote*. Dos distribuidores de libros aprovecharon la sección «Encargos» de la *Gazeta de México*, y ofrecieron tres importantes ediciones de la obra procedentes de Madrid. El primer anuncio apareció el 6 de octubre de 1784: «Las personas de gusto que quisieren algún exemplar de la Historia del Ingenioso Hidalgo D. Quixote de la Mancha» (anexo 1). El vendedor prometió «la famosa edición llamada del Príncipe en cuatro tomos de a folio, con bella pasta dorada y láminas finas» (*Gazeta de México*, «Encargos», 6-x-1784: 6).

El anuncio en la publicación no especifica al editor, pero por la fecha, el título y las características anotadas se infiere que se trató de la edición de 1780, publicada por la Real Academia Española. Sobre esta versión, José María Torres Pérez (2005: 790-791) afirma que «el *Quijote* de la Academia es una obra bella en la que el texto y la imagen se funden». Para el investigador, las ilustraciones superan una función decorativa: «vienen a constituir un complemento visual al texto y magnifican esta edición». Además, afirma que la Academia publicó una segunda y tercera edición en 1782 y 1787: «que fueron llamadas por los propios académicos los *Quijotes chicos*». Posteriormente, se encargó una nueva impresión al taller de Ibarra, pero el proyecto se canceló al anunciar Gabriel de Sancha una nueva edición a la obra.

Según el prólogo de la publicación madrileña «en casi todas las ediciones posteriores a las primera se ha puesto: *Vida y hechos del Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*: título tan impropio y tan ajeno de esta fábula» (Cervantes Saavedra, 1780: 11). Para esta versión, la Academia utilizó para la primera parte las ediciones de Juan de la Cuesta de 1605 y 1608; y para la segunda se tuvo presente la de Juan de la Cuesta de 1615, y la valenciana de Pedro Patricio Mey de 1616. Los encargados procuraron «que lo material de la impresión y sus adornos se hiciesen con todo el primor y magnificencia posible». El papel y la tipografía se concibieron exclusivos para la impresión que se hizo en «casa de Don Joaquín Ibarra». Se incluyeron estampas, cabeceras y remates «en obsequio del Público» y para «dar ocupación a los profesores de las Artes». Para las láminas, la Academia se preocupó por «el mérito de la propiedad de los trajes», se tomaron modelos de «varias pinturas y retratos del tiempo». La edición incluyó «para satisfacer la curiosidad de los lectores», un mapa de España con los «viages de Don Quixote» y se puso «un retrato verdadero de Cervantes». «Para hacer más apreciable la edición» se colocó una «Vida de Cervantes escrita nuevamente, y comprobada con documentos auténticos». Además la Academia creyó «útil y agradable a los lectores» incluir el «Juicio crítico, o Análisis del Quixote» compuesto por Vicente de los Ríos; y también anexaron a la edición las notas y documentos acerca de Cervantes de Juan Antonio Pellicer (Cervantes Saavedra, 1780: VII-XIV).

El filólogo Joaquín Álvarez Barrientos (2005: 34-35) explica que durante el siglo XVIII, las obras de Cervantes se reimprimieron varias veces en España. Para el investigador las publicaciones «no eran buenas ediciones y el texto solía estar bastante estropeado»; asevera que «la edición institucional» a cargo de la Real Academia Española de 1780, tuvo un texto correcto, una buena introducción y «unas bellas ilustraciones en las que

participaron los pintores y grabadores más importantes del momento». El académico asegura que durante la segunda mitad del siglo, Cervantes se convirtió en un «autor clásico» con buenas ediciones, coincidiendo con un período de «nacionalización» de la cultura, el autor del *Quijote* se convirtió en un «poeta nacional». Por otra parte, Eduardo Báez (2006: 150) manifiesta que existe un ejemplar de la edición en la Biblioteca Nacional de México. Infiere que el libro debió llegar a la Nueva España entre los libros pedidos por Jerónimo Antonio Gil para la enseñanza del dibujo y del grabado en la Academia de Bellas Artes de San Carlos. El investigador señala que «además del prestigio que se ha ganado esta edición como la mejor que se ha logrado de la inmortal novela», tiene especial interés porque en sus ilustraciones participaron tres artistas que se vincularían con la historia del arte mexicano: Jerónimo Antonio Gil, José Joaquín Fabregat y Rafael Ximeno.

El anuncio señala al distribuidor de la edición, Pedro Bon y Miranda, «vecino del Comercio de la Ciudad de Veracruz». El intermediario prometió a los interesados usar «en los precios de toda la equidad posible» (*Gazeta de México*, «Encargos», 6-x-1784: 6). Cabe señalar que el comerciante de artículos de lujo fue funcionario virreinal, como consta en la *Gazeta de México* del 20 de enero de 1789, en esa ocasión se anunció su reelección como «Mayordomo Tesorero» en el ayuntamiento de la localidad veracruzana (*Gazeta de México*, «Elecciones de otros Ilustres Ayuntamientos», (20-1-1789: 4). Según un documento del Archivo General de la Nación [AGN], firmado el 3 de agosto de 1790, el vendedor tuvo conexiones comerciales con España, pues fue «heredero ultramarino y albacea» de la comerciante española Ana González de Sandoval (*Instituciones Coloniales, Bienes de Difuntos*, Caja 0024, «Instrumentos presentados por Pedro de Bon y Miranda», f. 11). Sobre el comercio de libros transatlántico en la última etapa del gobierno virreinal, la investigadora Cristina Gómez Álvarez (2008: 624) distingue cuatro grupos que comercializaron libros: mercaderes, libreros, instituciones religiosas y particulares. Por lo que se pudo descubrir, el mercader Pedro Bon y Miranda aprovechó la *Gazeta* para promocionar a los lectores novohispanos *El Ingenioso Hidalgo Don Quixote de la Mancha*, y el *Diccionario de la Lengua Castellana*. Los tomos fueron enviados a través de la flota de ultramar al intermediario. Los «cajones» de libros pasaron por las aduanas del puerto veracruzano, y posteriormente el vendedor los ofreció a los lectores de las principales ciudades de Nueva España.

Doce años después, la *Gazeta* ofreció a los novohispanos: «D. Juan Antonio Pellicer Bibliotecario de S. M. ha emprendido una nueva impresión del Quixote». La obra incluyó «la Vida de Cervantes corregida», y un discurso preliminar sobre «las ediciones primeras u originales de la obra» (anexo 2). Según los «Encargos» del 13 de julio de 1796, la edición fue adornada con 36 estampas gravadas en Madrid y París: «observando en ellas la mayor propiedad en orden a los trajes». Menciona que «se quedó haciendo en Madrid por Don Gabriel de Sancha en 5 tomos de a octavo». El precio de suscripción en México fue de «12 pesos por los ejemplares de papel de marca, y 10 por los de marquilla». Los interesados debieron pagar por adelantado en «la Librería de la Oficina donde esta se imprime», en la que se franqueó el «prospecto de dicha Obra a las personas que quieran instruirse» (*Gazeta de México*, «Encargos», 13-vii-1796: 8). Se trató en esa ocasión del *Ingenioso Hidalgo Don Quixote de la Mancha*: «Nueva edición corregida de nuevo, con nuevas notas, con nuevas estampas, con nuevo análisis, y con la vida del autor nuevamente aumentada». Sobre la impresión, el filólogo Pedro Aguilar Serrano (2006: 29) indica que Antonio de Sancha encargó al «bibliotecario del Rey» una edición corregida del *Quijote*: el «académico de la historia» tardó veinte años en escribir la obra, pues incluyó mapas, pasajes corregidos, notas aclaratorias, un índice de cosas notables, descripciones geográficas e históricas de

los lugares en el libro, una lista de erratas y nombres de los «suscriptores mecenas» de la primera edición.

Sobre el editor de la obra, Lúdivik Osterc (1981: 38) asegura que Juan Antonio Pellicer fue uno de los «primeros biógrafos de Cervantes y comentadores del Quijote»: sus «notas y noticias» fueron muy apreciadas por los lectores de su tiempo. Para Diego Martínez Torrón (2008: 380), «Pellicer es el primero en corregir los errores de imprenta del texto del Quijote, y en realizar un somero cotejo de ediciones». El investigador destaca la rica documentación que aportan las anotaciones de Pellicer sobre muy diversos aspectos del cervantismo. Asegura que contribuyó con datos de primera mano sobre vocablos y costumbres; y realizó una revisión muy amplia de los libros de caballerías, «en una época en que eran libros ya de difícil acceso». Por otra parte, el estudioso del arte José Carlos Brasas Egido (2008: 71), documenta que a fines del siglo XVIII varios impresores españoles publicaron versiones ilustradas del *Quijote*, y en su opinión: «Las mejores fueron las dos debidas al impresor madrileño Gabriel de Sancha, la primera de las cuales fue editada en 1797-1798». Cabe destacar que el editor de la *Gazeta* ofreció a los lectores novohispanos la obra española un año antes de su impresión en Madrid, aunque seguramente los suscriptores la recibieron meses después debido al largo viaje transatlántico.

Dos años más tarde, la *Gazeta de México* ofreció: «Nueva Suscripción a la Historia de Don Quixote de la Mancha, compuesta por Miguel de Cervantes Saavedra» (anexo 3). El editor anunció otra edición de la Casa de Sancha el 26 de septiembre de 1798. La nota señaló «la variedad de formas y tamaños» en que se ha impreso la obra, y «a contemplación de algunos aficionados a la lectura de esta inmortal novela», se imprimió en dozavos, para los «que desean tener el gusto de llevarla cómodamente dentro y fuera de casa». Se promocionó a los lectores una publicación «idéntica y semejante», a la de Juan Antonio Pellicer, «bibliotecario de su majestad y académico de número de la Real Academia de la Historia». Se prometió «la misma corrección del texto», y «las mismas notas que tanto ilustran la historia». La edición fue adornada con «32 curiosas viñetas» que estuvieron a cargo del dibujante Luis Paret y Alcázar, y del grabador Juan Moreno Tejeda. Contó con «las dos firmas originales de Cervantes», «una estampa que sirve de frontispicio», «una nueva carta geográfica, o itinerario de los viajes de Don Quijote», y se concluyó con una «descripción geográfica». El anuncio avisó a «las personas que quieran suscribirse en México, lo harán en la Oficina de esta *Gazeta* con solo apuntar sus nombres, y obligarse a pagar el precio que se le ponga por el editor» (*Gazeta de México*, «Encargos», 26-IX-1798: 6-7).

Casi cinco años después se anunció la entrega de la obra a los suscriptores en la *Gazeta* del 11 de febrero de 1803: «las personas que sin adelantar dinero, que no se quiso recibir, suscribieron la obra de Don Quixote» (anexo 4). El editor solicitó a los clientes «percibir los tomos y pagar su precio», indicó que «se aguardará hasta el fin del próximo marzo, y a esta fecha se dará destino a los juegos sobrantes». El anuncio advirtió «que esta edición no es la misma que se abrió suscripción por la *Gazeta* de 13 de julio de 1796 en cinco tomos, pues está ya quedó enteramente satisfecha» (*Gazeta de México*, «Encargos», 11-II-1803: 8). En esa ocasión se entregó a los suscriptores novohispanos la edición de la casa Sancha en nueve tomos más pequeños publicados entre 1798 a 1800. Sobre esta versión, el hispanista Lúdivik Osterc (1981: 39) afirma que fue superior a la edición en octavos, ya que se presentó en mejor papel, con los ejemplares finamente encuadernados y adornados con filetes, florones, lomerías, cubiertas y cortes dorados. La biografía del impresor, elaborada por Matilde López Serrano (1946: 18), menciona que «todos los grandes ilustradores españoles de su tiempo colaboraron en el embellecimiento de las ediciones de Sancha». La investigadora asegura que Luis Paret fue el mejor viñetista de la época y trabajo

exclusivamente como dibujante para la casa de Sancha: sobre las composiciones afirma que fueron encargadas a «los más expertos artistas del buril» del momento.

El impresor Manuel Antonio Valdés recibió en diversas ocasiones libros procedentes de España, y después de reclamar la mercancía, ofreció las obras en los anuncios de la *Gazeta de México*. Los lectores novohispanos pudieron comprar obras importadas en el establecimiento que fue al mismo tiempo imprenta y librería. El historiador Manuel Morán Ortí (2011: 10) apunta que a finales del siglo XVIII, apareció en la Metrópoli y en sus ciudades principales una «situación de equilibrio entre formas artesanales de producción y comercialización de papeles impresos a círculos reducidos de lectores». Según el investigador, estos establecimientos constituyeron oficinas de producción y difusión de impresos para un mercado que comprendía el ámbito local, el peninsular y los dominios americanos. Los lectores novohispanos recibieron a través de la *Gazeta* tres importantes ediciones españolas del *Quijote*. Gracias a impresores, comerciantes, conductores y librerías en ambos lados del Atlántico, se distribuyeron en Nueva España textos representativos del cervantismo español de finales del siglo XVIII. Las ediciones fueron parte importante del cervantismo mexicano que se desarrolló en el siglo XIX, pues sirvieron de modelo a las ediciones mexicanas, la primera editada por Mariano Galván e impresa por Mariano Arévalo en 1833; y la segunda ilustrada por los litógrafos franceses Masse y Decaen, e impresa por Ignacio Cumplido en 1842. Aunque no fueron los únicos libros sobre la obra que pasaron a la Nueva España, también hubo librerías que usaron la publicación para distribuir textos que adaptaron la historia de Cervantes.

LAS IMITACIONES AL *QUIJOTE* EN LA *GAZETA DE MÉXICO*

Los anuncios en la publicación revelan algunos de los libros españoles a la venta en el mercado novohispano. Las librerías de la ciudad aprovecharon la sección comercial de la publicación para promocionar sus productos. Entre el amplio catálogo de textos educativos, religiosos, y literarios ofrecidos a los lectores, se encontraron dos imitaciones a la obra de Cervantes: «El Quixote de Cantabria» y «El Quixote escolástico». La primera se ofertó en los «Encargos» del 16 de noviembre de 1793, en esa ocasión se publicó el inventario de «la librería de la Monterilla» (*Gazeta de México*, «Encargos», 16-XI-1793: 8). El anuncio no especifica la edición pero por el título se deduce que se trató de la *Historia Fabulosa del distinguido caballero Don Pelayo Infanzon de la Vega, Quijote de la Cantabria* (anexo 5), publicada por el capellán Alonso Bernardo Ribero y Larrea: «Cura de Ontalvilla y despoblado Ontariego en el Obispado de Segovia». La obra se publicó en tres volúmenes, el primero y el segundo impresos en el taller madrileño de la Viuda de Ibarra en 1792 y 1793; y el tercero en la imprenta segoviana de Antonio Espinosa en 1800.

El anuncio no menciona el número de tomos, pero por la fecha se infiere que se trató de la venta del primer volumen. Joaquín Álvarez Barrientos (2005: 37) señala que el *Quijote de la Cantabria* «a pesar del estilo farragoso, presenta numerosos síntomas de la emergencia de la clase media burguesa y de cómo calaban sus valores mercantiles y utilitaristas, en contraposición a los que defendían los nobles improductivos». Según el investigador, «el viaje a Inglaterra del protagonista y su escudero, y el conocimiento de la laboriosidad de sus clases, incluso de la noble, se presentaba como un modelo útil e imitable, del que España estaba muy necesitada».

Los lectores novohispanos que compraron el *Quixote de la Cantabria*, leyeron en la «Dedicatoria» a D. Diego Fernández de Velasco que «la novedad de intentar» imitar a Cervantes «va desazonar a los apasionados de este Español famoso, porque quisieran se respetara como si fuera un santuario su memoria». En el prólogo, Alonso Bernardo

Ribero y Larrea (1792: III-VIII, 2-3) aseveró ir «grangeado poco a poco el concepto de hombre temerario, y sacrílego», por presumirse «capaz de imitar la fábula tan preciosa del Quixote de la Mancha». Se consideró como «uno de los apasionados de Cervantes, que aunque aspiro a imitarlo no intento deslucirle». Afirmó que «Cervantes adquirió créditos de muy agudo entre las naciones cultas», y añadió la trascendencia de «la edición grande del Quixote» editada por «la Academia de los mayores Sabios», en referencia a la edición de 1780 impresa por Joaquín Ibarra para la Academia Española. El autor narra la historia del «distinguido noble caballero Don Pelayo Infanzon de la Vega». Un personaje aplicado a los libros y papeles antiguos sobre su patria, un hidalgo que decidió a salir por las provincias para «instruir a muchos ignorantes» sobre los actos heroicos de los «esforzados moradores de toda la Cantabria». Y al igual que don Quijote, «este amable Caballero se hubiera dado al olvido enteramente, si hubieran caído en otras manos los documentos que lo testifican».

Es posible que el establecimiento que vendió los libros estuviera a cargo de Juan Bautista de Arizpe. El historiador Joaquín García Icazbalceta (1854: 972) afirmó que el empresario estableció su imprenta en la calle Monterilla y Capuchinos por los años de 1803 a 1805. Por su parte, José Toribio Medina (1989: cxxiii) aportó que el impresor y librero español produjo en su taller el *Diario de México* entre 1807 a 1809, aunque es probable que vendiera libros desde tiempo atrás. El 12 de noviembre de 1795, el dueño de la Librería de la Monterilla utilizó nuevamente los «Encargos» para anunciar «el tomo segundo, suelto, del Quixote de Cantabria» (*Gazeta de México*, «Encargos», 12-XI-1795: 8). Esa ocasión, el librero que pago el anuncio distribuyó la segunda obra de Ribero y Larrea dos años después de su impresión en España (anexo 6). El volumen trató las «Primeras empresas de Don Pelayo dentro de la Corte» y de su regreso a la Vega. Sobre estas obras, Tomás Baeza González (1880: 66) sugiere que «el estilo es bastante correcto». Pero en su opinión «el asunto y los sucesos, así como el desenlace y las digresiones, distan muchísimo del modelo que se propone imitar».

Posteriormente, una segunda imitación se anunció en los «Encargos» del 10 de febrero de 1794: «En la librería de la segunda calle de Santo Domingo se venden las obras siguientes» (anexo 7). Entre más de veinte trabajos, se ofreció «El Quixote Escolástico primero y segundo cuaderno» (*Gazeta de México*, «Encargos», 10-II-1794: 8). Por el título se concluye que se trató de la obra del fraile agustino Pedro Centeno. Según el profesor Howard Mancing (2004: 121), el religioso publicó bajo el seudónimo de Eugenio Habela Patiño: *El teniente del apologista universal: Numero I*; y el *Apéndice á la primera salida de Don Quixote el Escolástico*. Ambas publicaciones fueron elaboradas en Madrid por Antonio Espinosa, en 1788 y 1789 respectivamente. El *Boletín Bibliográfico Español* (1860: 35) señala que *El Apologista Universal* fue un periódico que se propagó de julio de 1786 a enero de 1787: el autor fue el «Fr. Pedro Centeno, religioso agustino y lector de Artes en el convento de doña María de Aragón». El periódico ridiculizó «obras muy malas, costumbres y opiniones extravagantes, particularmente en materia de literatura». Sobre la publicación, Klaus Dieter Ertler (2009: 20) asienta que formó parte de la prensa moral surgida en España durante el siglo XVIII. Apunta que el periódico fue uno de los últimos semanarios que llevó una guerra ideológica contra los «apologistas» y «estuvo a favor de las reformas de Carlos III».

Los «cuadernos» fueron publicaciones periódicas españolas distribuidas en Nueva España a través de la *Gazeta de México* a finales del siglo XVIII. Los lectores novohispanos leyeron en *El Teniente del Apologista Universal* la «Primera salida de Don Quixote el segundo, alias el Escolástico». El objetivo de este caballero fue defender «la Suma filosófica del P. Roselli», menciona que debe «enderezar los tuertos, y deshacer los agravios

hechos a la Filosofía Peripatética»: empresa difícil como «la de resucitar la Caballería andante». Se deduce que el segundo «cuaderno» se trató del *Apéndice a la primera salida de Don Quijote el Escolástico*. El protagonista de los textos sale «por esos mundos buscando aventuras a guisa de un Don Quijote Escolástico» (Habela Patiño, 1788: 10-11, 16). La «librería de la segunda calle de Santo Domingo» vendió a través de la *Gazeta de México* obras religiosas, diversos anuncios muestran sus inventarios ofrecidos al público católico. El establecimiento provocó que algunos lectores novohispanos estuvieran al tanto de textos que tomaron como modelo la obra de Cervantes, y que además reflejaron su recepción a finales del siglo XVIII.

Sobre las imitaciones y apropiaciones del *Quijote*, Francisco Aguilar Piñal (1982: 216) asegura que durante el siglo XVIII nacen el «cervantismo» como tarea investigadora, y el «quijotismo» como asimilación popular de una «actitud quijotesca ante la vida». El académico afirma que los siglos XVIII y XIX fueron asiduos lectores del *Quijote*, y durante el cambio de centuria aparecieron autores que según su ideología encontraron «resonancias» propias en la obra de Cervantes. Por otro lado, Antonio Rey Hazas y Juan Ramón Muñoz Sánchez (2006: 16-19) sugieren que «la eclosión definitiva del *Quijote* y de Cervantes acontece en el siglo XVIII». Los investigadores apuntan al gran número de ediciones y traducciones, documentan «la profunda huella que deja en la práctica literaria» y analizan algunos de «los trabajos críticos que suscita». Según los autores, el *Quijote* adquirió dimensión internacional, y se instaló a la vanguardia de la literatura europea «al ser entendido como una nueva y original variante de la épica heroica». Cuando en España la mayoría de intelectuales ilustrados del siglo XVIII vieron al «hidalgo de la Mancha» como un «personaje ridículo, extravagante, a causa de la seriedad y de la obstinación con que intentaban realizar un sueño desatinado, insólito, anacrónico».

CONCLUSIONES

La Hemeroteca Nacional Digital de México resguarda los primeros impresos periódicos publicados en Nueva España, su plataforma proporciona una gran colección de copias digitales de gacetas, periódicos y revistas. Las búsquedas en su base de datos mostraron un crecimiento de los negocios editoriales durante los últimos años del virreinato. Específicamente, las reproducciones de la *Gazeta de México* (1784-1809) aportaron información sobre la distribución y promoción de *Don Quijote* durante los últimos años del control peninsular. Los anuncios localizados en la sección «Encargos» vendieron ediciones ilustradas con acabados de lujo a lectores de la capital virreinal. Las suscripciones y la venta directa fueron las estrategias utilizadas por los vendedores para entregar dos grandes proyectos editoriales españoles. Fueron ediciones que ofrecieron una cantidad importante de ejemplares y se distribuyeron de forma masiva a diferentes lectores europeos y americanos. Los clientes en México fueron novohispanos cultos que se desempeñaron como funcionarios civiles, religiosos, comerciantes, profesores, artistas, estudiantes, etc. Este selecto grupo gozó de las novedades impresas en España gracias a las redes de comercio local y transatlántico.

Las mercancías editoriales españolas eran recibidas por las autoridades aduanales en Veracruz, y después de revisar los cargamentos los entregaron a los intermediarios novohispanos. En las cajas de libros llegadas de España hubo reimpressiones e imitaciones a *Don Quijote*, eso permitió que algunos lectores estuvieran al tanto de los estudios cervantinos y de las adaptaciones de la época. Las impresiones de Joaquín Ibarra (1780) y Gabriel de Sancha (1797, 1800) cruzaron el Atlántico a través de libreros españoles, fueron distribuidas por empresarios como el comerciante Pedro Bon y Miranda que vendió la

primera en 1784, y Manuel Antonio Valdés promocionó suscripciones a las otras dos en su *Gazeta* (1796, 1798). Casi al mismo tiempo un par de librerías mexicanas ofrecieron imitaciones a la obra: «Don Quijote de Cantabria» (1793, 1795) y «El Quijote escolástico» (1794). Aún falta por investigar la historia de la difusión e influencia de las obras localizadas, y seguramente faltan otros textos cervantinos por descubrir en el mercado de libros novohispano.

Lo que sí es seguro hasta ahora, es que los distribuidores estudiados formaron parte del grupo de empresarios que ayudaron a instituir al *Quijote* como obra importante de la literatura universal en México. La investigación muestra cómo algunos ilustrados novohispanos de finales de siglo XVIII, estuvieron al tanto de novedades literarias españolas gracias a los «encargos» en la *Gazeta de México*. La publicación difusora se editó en la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros, y contó con una librería donde se vendieron textos locales y foráneos. Sobre la distribución de productos editoriales, Olivia Moreno Gamboa (2017: 140-141) manifiesta que había dos clases de libreros: «los importadores, distribuidores y revendedores de impresos extranjeros, y los simples revendedores». Los primeros financiaron la compra de libros y contaron con socios en la metrópoli que enviaron las mercancías a Veracruz. Los segundos surtieron sus inventarios con mayoristas, almaceneros y otros libreros con conexiones en Europa. La investigadora sugiere que la mayoría de los libreros de la Nueva España dependieron de comerciantes matriculados en el Consulado de Comerciantes de Cádiz y autorizados por la Casa de Contratación. A través de estos mecanismos se distribuyeron tres ediciones del *Quijote* y dos imitaciones. Los impresos se instalaron en las bibliotecas de lectores mexicanos que estuvieron al tanto de la influencia de Cervantes en el mundo de las letras. Y sin lugar a dudas, la edición de la Academia Española y los trabajos de Juan Antonio Pellicer, se convirtieron en pilares del cervantismo mexicano, pues influyeron en autores como José Joaquín Fernández de Lizardi, y sirvieron de modelo a las posteriores ediciones mexicanas de 1833 y 1842.

ANEXOS

Las Personas de gusto que quisieren algun exemplar de la Historia del Ingenioso Hidalgo D. Quijote de la Mancha de la famosa edicion llumada del Príncipe, en quatro tomos de á folio, con bella pasta dorada y láminas finas, acurrarán por medio de sus Correspondientes á D. Pedro Bon y Miranda, vecino y del Comercio de la Ciudad de Veracruz, quien usará en los prectos de toda la equidad posible. La misma diligencia practicarán los que desearén algun exemplar del Diccionario de la Lengua Castellana reducido ultimamente á un tomo en folio por la Real Academia Española.

HDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 6 de octubre de 1784, página 6

D. Juan Antonio Pellicer Bibliotecario de S. M. ha emprendido una nueva impresion del Quixote, á que precede la Vida de Cervantes corregida y anotada notablemente, y un Discurso preliminar en que se trata de las ediciones primeras ú originales de la Obra, y de la legitimidad de su texto: adornarán esta edición 36 Estampas, cuyos asuntos en las mas son generalmente nuevos, gravadas parte en Madrid, y parte en París, y observando en ellas la mayor propiedad en orden á los trages. La edicion se queda haciendo en Madrid por Don Gabriel de Sancha en 5 tomos de á octavo, y el precio á que deben subscribir en México son 12 pesos por los exemplares de papel de marca, y 10 por los de marquilla, unos y otros empastados, los que deberán adelantarse en la Librería de la Oficina donde esta se imprime, en la que se franqueará el Prospecto de dicha Obra á las Personas que quieran instruirse mas por menor de los particulares de ella.

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 13 de julio de 1796, página 8

Nueva Subscripcion que á la Historia de Don Quijote de la Mancha, compuesta por Miguel de Cervantes Saavedra, publica Don Gabriel de Sancha, impresa en volúmenes en dozavo.

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 26 de septiembre de 1798, (fragmento) página 6.

Las Personas que sin adelantar dinero (que no se quiso recibir) subscribieron á la Obra de Don Quijote en 9 tomos en dozavo con la Vida de Cervantes adornada con Viñetas finas, dos Firmas de Cervantes, Plano geográfico-histórico, y una Estampa sobre el origen del Guadiana, Cueva de Montesinos &c. segun se anunció en nuestra Gazeta N. 9 pag. 70 de 26 de Septiembre de 1798, ocurrirán á percibir los tomos y pagar su precio; que son 16 pesos con atencion al mérito de la Obra y sus costos; previniendo que se aguardará hasta fin del próximo Marzo, y á esta fecha se dará destino á los juegos sobrantes, dando por cierto no los quieren los Subscritores. Se advierte que esta edicion no es la misma á que se abrió Subscripcion por la Gazeta de 13 de Julio de 1796 en 5 tomos, pues esta ya quedó enteramente satisfecha.

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 11 de febrero de 1803, página 8

En la Librería de la Monterilla, se venden sueltos los tomos quinto, sexto y séptimo de *Gil Blas de Santillana* — quintos *Establecimientos ultramarinos* — tomo doce *Memorias de Suarez* — *El Quijote de Cantabria* — *Sermones del Padre Isla* — *Sermones de la Rueé* en siete tomos, y la *Obra* en dos tomos *Historias selectas sacadas de la sagrada Escritura, de los Padres y de los Autores Eclesiásticos mas clásicos, con algunas reflexiones morales.*

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 16 de noviembre de 1793, página 8

Los interesados al quinto y sexto tomos de *Sermones del Padre Isla*, ocurrirán á la Librería de la Monterilla, donde se hallan. En la misma se vende el tomo segundo, suelto, del *Quijote de Cantabria*, y el juego en diez y ocho tomos pergamino, *Pons Viage de España* á 18 pesos.

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 12 de noviembre de 1795, página 8.

Carli al Marqués de Maffei. — *El Quijote Escolástico* primero y segundo Cuaderno. — *La Crianza Mugeril*, por el Br. Alexo de Dacñas. — *Lamentaciones del Profeta Jeremias*. — *Los Pastores de Nándra en Asturias*. — *Código de las costumbres marítimas, hasta aquí llamado Libro del Consulado, ilustrado con varios Apéndices y Observaciones históricas por D. Antonio Cacmani y de Mompalao.*

HNDM, *Gazeta de México*, «Encargos», 10 de febrero de 1794, (fragmento) página 8

ACERVOS DIGITALES CONSULTADOS

Archivo General de la Nación. Instituciones Coloniales, Indiferente Virreinal, Expediente 003 (Bienes de Difuntos Caja 0024), 1792, «Segundo cuaderno instrumentos presentados por Pedro Bon y Miranda». <https://goo.gl/HVXRl2>
 Biblioteca Nacional de España. <https://goo.gl/du4Eiv>
 Hemeroteca Digital Nacional de México, *Gazeta de México*, (1784-01-14)-(1809-12-02). <https://goo.gl/BVVW1P>

BIBLIOGRAFÍA CITADA

ADANK DRWALL, Patricia Ann (1980), *Accommodation and Innovation: The Gazeta de Mexico, 1784 to 1810*, Arizona, ProQuest Dissertations and Theses.
 AGUILAR PIÑAL, Francisco (1982), «Anverso y reverso del “quijotismo” en el siglo XVIII español», *Anales de Literatura Española*, n.º 1, pp. 207-216, <https://goo.gl/FKqWht>
 AGUILAR SERRANO, Pedro (2006), «Antonio de Sancha: El alcarreño que recuperó a Cervantes», *Añil: Cuadernos de Castilla - La Mancha*, n.º 30, pp. 29-30, <https://goo.gl/UfwHxH>
 ÁLVAREZ BARRIENTOS, Joaquín (2005), «El Quijote en Europa y América en los Siglos XVIII y XIX», *Don Quijote: tapices españoles del siglo XVIII*, Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior, pp. 29-61, <https://goo.gl/G1kWJu>
 BAEZA GONZÁLEZ, Tomás (1880), *Reseña histórica de la imprenta en Segovia, comprobado por sus mismas producciones*, Segovia, Imprenta de Santiuste, <https://goo.gl/IZvjVS>

- BAÉZ, Eduardo (2006), «La gran edición del Quijote de Ibarra (1780)», *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, n° 88, pp. 149-167, <https://goo.gl/UQr5yr>
- BRASAS EGIDO, José Carlos (2008), «El Quijote en la pintura y la ilustración gráfica», *Boletín. Real Academia de Bellas Artes de la Purísima Concepción*, n° 38, pp. 71-82, <https://goo.gl/6vEpxP>
- BUIGUÈS, Jean-Marc (2011), «Los anuncios de impresos poéticos en la Gaceta de Madrid (1697-1750)», *Bulletin hispanique. Université Michel de Montaigne Bordeaux*, tomo 113, n° 1, pp. 331-366.
- CAMARILLO, María Teresa (2015), «La investigación hemerográfica», *Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas*, v. XX, n° 1 y 2, pp. 333-357.
- CERVANTES SAAVEDRA, Miguel (1780), *El Ingenioso Hidalgo Don Quixote de la Mancha. Vol. 1*, Madrid, Don Joaquín Ibarra, <https://goo.gl/JB224h>
- CHARTIER, Roger (2010), «Aprender a leer, leer para aprender», *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, <https://goo.gl/wy7SGq>
- CORREA-DÍAZ, Luis (2006), *Cervantes y América: Cervantes en las Américas: mapa de campo y ensayo de bibliografía razonada*, Barcelona, Reichenberger.
- DE PEDRO ROBLES, Antonio E. y TORRES HERNÁNDEZ, Florencio (2004), «La prensa y la divulgación del conocimiento ilustrado en el virreinato de Nueva España en el siglo XVIII», *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, n° 6, pp. 317-323. <https://goo.gl/eQsTQM>
- DÍAZ Y DE OVANDO, Clementina (2000) «La Nueva España al alborar el siglo XIX (Ciudad de México 1801)», *Anales Médicos*, n° 4, pp. 205-211. <https://goo.gl/DWSjND>
- ERTLER, Klaus-Dieter (2009), «La prensa moral en Europa», en Ertler, Klaus-Dieter, Renate Hodab e Inmaculada Urzainqui (eds.), *El Corresponsal del Censor*, Madrid-Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, pp. 9-23.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Iñigo (2010), «Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857», *Documentación de las Ciencias de la Información*, n° 33, pp. 69-89. <https://goo.gl/3Jebv9>
- FERNÁNDEZ POYATOS, María, y FELIU GARCÍA, Emilio (2012), «Avisos, anuncios, reclamos y publicidad en España. Siglos XVIII y XIX», *Ámbitos*, n° 21, pp. 315-332. goo.gl/w8UczD
- GARCÍA GARROSA, María Jesús (2005), «Publicidad y venta de novelas en España a finales del siglo XVIII», *Bulletin of Spanish Studies*, vol. 82, n° 1, pp. 19-35.
- GARCÍA ICAZBALCETA, Joaquín (1854), «Tipografía Mexicana», *Diccionario Universal de Historia y Geografía. Vol. V*, México, F. Escalante y Cía., pp. 961-977. <https://goo.gl/MmLvnr>
- GÓMEZ ÁLVAREZ, Cristina (2008), «Comercio y comerciantes del libro en la Carrera de Indias: Cádiz-Veracruz, 1750-1778», *Historia Mexicana*, n° 3, pp. 621-667. <https://goo.gl/jDe9TF>
- (2011), *Navegar con libros: el comercio de libros entre España y Nueva España: una visión cultural de la Independencia (1750-1820)*, México-Madrid, UNAM-Trama Editorial.
- GONZÁLEZ CAÑAL, Rafael (1992), «Don Quijote de la Mancha en tierras americanas», *Memoria del Nuevo Mundo: Castilla-La Mancha y América en el Quinto Centenario*, Castilla La Mancha, Universidad de Castilla La Mancha, pp. 205-214.
- HABELA PATIÑO, Eugenio (1788), «El Teniente del Apologista Universal. Número I», *Primera salida de Don Quixote el segundo, alias el Escolástico*, Madrid, Antonio Espinosa,
- HIDALGO, Dionisio (1860), *Boletín Bibliográfico Español. Tomo 1*. Madrid, Imprenta de las Escuelas Pías, 1860.
- LÓPEZ SERRANO, Matilde (1946), «Antonio de Sancha. Encuadernador madrileño», *Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo*, n° 54, pp. 7-45, <https://goo.gl/S4haxd>
- MANCING, Howard (2004), *The Cervantes Encyclopedia: A-K. Vol. 1*, United States of America, Greenwood Press.

- MARTÍNEZ IBÁÑEZ, María Antonia (1988), «Antonio Carnicero y las ediciones del Quijote de Ibarra de 1780 y 1782» *Villa de Madrid: Revista del Excmo. Ayuntamiento*, n° 96, pp. 21-34. <https://goo.gl/3vB6La>
- MARTÍNEZ TORRÓN, Diego (2008), «El Quijote y el cervantismo español en los siglos XVIII, XIX y XX», en Pedraza Jiménez, Felipe B. y Rafael González Canal (eds.), *Actas del XII Coloquio Internacional. Con los pies en la tierra. Don Quijote en su marco geográfico e histórico. Homenaje a José María Casasayas*. Universidad de Castilla - La Mancha, pp. 373-390. goo.gl/CTyRrk
- MEDINA, José Toribio (1909), *La Imprenta en México (1539-1821). Tomo 1*, Santiago, Impreso en Casa del Autor, <https://goo.gl/jKASrG>
- MORÁN ORTI, Manuel. (2011), *Editores, librerías e impresores en el umbral del Nuevo Régimen*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- MORENO, Fernando (2006), «Por una América cervantina (y un Cervantes americano)», en Luís Correa-Díaz (ed.) *Cervantes en las Américas: mapa de campo y ensayo de bibliografía razonada*, Barcelona, Reichenberger, 2006, pp. 5-8.
- MORENO GAMBOA, Olivia (2017), «Hacia una tipología de librerías de la Ciudad de México (1700-1778)». *Estudios de Historia Novohispana*, n° 40, pp. 121-146, <https://goo.gl/ZGrnKL>
- OSTERC, Lúdivik (1981), *Los Quijotes de la colección Franz Mayer*, México, Fideicomiso Cultural Franz Mayer.
- RAMOS CORRADA, Miguel (2002), *Historia de la literatura asturiana*, Oviedo, Academia de la Llingua Asturiana.
- REY HAZAS, Antonio y Juan Ramón Muñoz Sánchez (2006), *El nacimiento del cervantismo: Cervantes y el Quijote en el siglo XVIII*, Madrid, Verbum.
- RIBERO Y LARREA, Alonso Bernardo (1792), *Historia Fabulosa del distinguido caballero Don Pelayo Infanzon de la Vega, Quixote de la Cantabria. Tomo 1*, Madrid, Imprenta de la Viuda de Ibarra, 1792, <https://goo.gl/UwW8dZ>
- ROMERO TOBAR, Leonardo (2012), «Prensa periódica y discurso literario en la España del siglo XIX», *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*, 2012, <https://goo.gl/8eSqzP>
- RUIZ CASTAÑEDA, María del Carmen (1971), «La tercera gaceta de la Nueva España. *Gazeta de México* (1784-1809)», *Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas*, n° 6, pp. 137-150, <https://goo.gl/5fv617>
- SOBERÓN MORA, Arturo (1993), «Felipe de Zúñiga y Ontiveros, un Impresor Ilustrado de la Nueva España», *Tempus Revista de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras*, n° 1, pp. 51-75, <https://goo.gl/eSTKHZ>
- SUÁREZ RIVERA, Manuel (2015), «El periodismo en construcción. Estrategias comerciales de la *Gazeta de México*. 1784-1785», *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, n° 143, pp. 207-231, <https://goo.gl/ppGm2t>
- TORRES PÉREZ, José María (2005), «Cuatro siglos de andanzas, aventuras y encantamientos cabalgados sobre papel impreso», *Príncipe de Viana*, n° 236, pp. 775-798, goo.gl/wVxYp