

La revista *Nuevo Teatro Crítico* como instrumento publicitario

Jo Labanyi
NEW YORK UNIVERSITY
jo.labanyi@nyu.edu

(recibido outubro /2022, aceptado decembro/2022)

RESUMEN: La revista *Nuevo Teatro Crítico* que Emilia Pardo Bazán escribió y publicó desde 1891 a 1893 ha sido analizada sobre todo por sus aspectos feministas. Este ensayo, partiendo de las “Cartas a un escritor novel” que Pardo Bazán publicó en la revista entre febrero y junio de 1892, se centra en el uso que la autora hizo de su revista como un instrumento para publicitar su obra y su figura pública.

PALABRAS CLAVE: Pardo Bazán, periodismo, publicidad, profesionalización del escritor.

ABSTRACT: The journal *Nuevo Teatro Crítico* that Emilia Pardo Bazán wrote and published from 1891 to 1893 has been analyzed mainly for its feminist aspects. This essay, taking as its starting point the “Cartas a un escritor novel” that Pardo Bazán published in the journal between February and June 1892, focuses on the use that she made of her journal as an instrument to publicize her work and public figure.

KEYWORDS: Pardo Bazán, journalism, publicity, professionalization of the writer.

INTRODUCCIÓN

La revista *Nuevo Teatro Crítico*, que Emilia Pardo Bazán publicó entre 1891 y 1893, escribiendo sus números mensuales (de cien páginas cada uno) ella misma, ha sido analizada como un ejemplo clave de la dedicación de la escritora al periodismo (Freire López 2003; Charques Gámez 2009, 2011; Pérez Romero 2009, 2016). La revista ha sido estudiada sobre todo por su contenido feminista, con razón. En un ensayo pionero, Geraldine Scanlon (1995) analizó cómo Pardo Bazán aprovechó su iniciativa editorial para promover las ideas sobre la condición de la mujer que ella empezó a desarrollar en aquella época; el mismo tema fue tratado extensamente en el libro de Rocío Charques Gámez (2003), que no conocía el ensayo de Scanlon. Otros investigadores han observado que la creación de la revista formaba parte de los planes de emancipación económica de la autora (González Herrán 2008) y de la autoconstrucción sistemática por su parte de una imagen pública a partir de los *Apuntes autobiográficos* que prologaron su novela *Los pazos de*

Ulloa en 1886 (Botrel 2003). En su ensayo, Jean-François Botrel comenta la costumbre de la autora de regalar ejemplares firmados de sus libros a otros autores, lo cual indica “que sabe Emilia Pardo Bazán cuidar su publicidad e imagen y tomar las necesarias iniciativas” (2003, 162-163). Por su parte, José Manuel González Herrán (2008, 356) cita una carta de Pardo Bazán a Francisco Giner de los Ríos, de finales de 1891 o principios de 1892, en que le cuenta que acaba de escribir a todos los directores de periódico para que anuncien y reseñen su última novela, *La piedra angular*: “Pues claro que he de trabajar el anuncio de mis libros; ¡no faltaba más!” En la misma carta, la autora indica que, en el próximo número del 1 de febrero del *Nuevo Teatro Crítico*, ella va a tratar sobre este tema, insistiendo que nunca pide a los periódicos que elogien sus novelas.

Este ensayo propone desarrollar las percepciones de González Herrán y Botrel al analizar el uso que Pardo Bazán hizo de su revista unipersonal –que ella controlaba totalmente por ser su autora y editora– para convertirse en una figura pública; es decir, su concepción de la revista como un instrumento publicitario. Mi punto de partida serán las “Cartas a un literato novel” que Pardo Bazán publicó en los números 14, 15, 17 y 18 de la revista, entre febrero y junio de 1892, que tratan, precisamente, sobre la importancia de la publicidad para conseguir el éxito literario. La carta a Giner citada por González Herrán parece hacer referencia a la primera entrega de estas “Cartas” cuando anuncia que tratará sobre el tema de la publicidad en el próximo número del 1 de febrero de su revista. Los investigadores suelen mencionar las “Cartas a un escritor novel” de paso, pero coinciden al citarlas en el contexto de una discusión de las estrategias de autopromoción de la autora. Maryellen Bieder observa cómo, en ellas, Pardo Bazán confirma su autoridad, incluso cuando parece negarla (1998, 53). Al final de su estudio comprensivo del *Nuevo Teatro Crítico*, Charques Gámez menciona cómo, en estas cartas, la autora confiesa que no le parece mal que el escritor acompañe el envío de su último libro a los periódicos, para ser reseñado, con un texto elogiando el libro, aunque añade que ella nunca lo ha hecho (2011, 267). Emilia Pérez Romero comenta el elogio que Pardo Bazán dirige a Zola por pagar la mención de sus últimos libros en la *Bibliographie de la France* (2016, 60 n.77). Empezaré con una lectura detallada de “Las cartas a un escritor novel”, seguida por un análisis crítico de otros artículos publicados en el *Nuevo Teatro Crítico* que nos ayudan a apreciar la función publicitaria de la revista.

EL CONTEXTO LITERARIO Y PERODÍSTICO

La carrera literaria de Emilia Pardo Bazán coincide cronológicamente con la profesionalización del escritor, que convierte la vocación literaria en una carrera remunerada (Bieder 1998, 30; Martínez Martín 2009). El escritor profesional es el que vende sus obras en el mercado, sin necesariamente poder vivir exclusivamente de sus ingresos literarios. Esta comercialización de la literatura se hizo posible, primero, con el nuevo concepto de la propiedad literaria, establecida por la Ley de Propiedad Literaria de 1847 y extendida por la Ley de Propiedad Intelectual de 1879, que seguiría siendo vigente hasta 1987 (Surwillo 2007, 16; Labanyi y Delgado 2023, 49-51). En 1884 Pardo Bazán se hizo socia de la Asociación de Escritores y Artistas Españoles para reclamar los derechos de

autor de una edición cubana no autorizada de su novela *La Tribuna* (Botrel 2003, 157). El segundo factor fue la expansión enorme de la prensa en la España de la segunda mitad del siglo XIX, que permitió a los literatos ganar dinero con artículos, reseñas, crónicas y cuentos escritos para un público amplio (y, en las últimas décadas del siglo, con una difusión transatlántica). Además de crear hábitos de lectura que aumentaban el público lector, la prensa también creó un foro de publicidad para las obras literarias, con la publicación en sus páginas de fragmentos textuales o del texto entero por entregas, y con las reseñas de las obras recién publicadas (el crítico literario fue un invento de la prensa decimonónica). El periodismo prometía al escritor no solo cierto nivel de ingresos, sino también la posibilidad de convertirse en una figura pública (Labanyi y Delgado 2023, 53-58).

En su estudio de la profesionalización del escritor durante la Restauración, Jesús Martínez Martín observa que los escritores que consiguieron entrar en el canon literario provenían de familias acomodadas (2009, 102); hacía falta no solo tener talento literario sino distinguirse de la nueva cultura de masas que emerge en el medio siglo con la literatura por entregas, que convierte la producción literaria en un proceso industrial, proporcionando ingresos a veces fabulosos a sus autores (Botrel 1974). El escritor que desea obtener un estatus canónico debe ser un escritor profesional que vende sus obras por dinero, pero no debe ganar demasiado; sigue necesitando unas rentas suplementarias. El escritor de la segunda mitad del siglo XIX se encontraba en una situación delicada por entrar en conflicto el concepto del escritor profesional, que vende sus obras por dinero, con la nueva idea de la autonomía del arte que, como lo ha demostrado Pierre Bourdieu (2006), entra en vigor hacia finales del siglo XIX para diferenciar el arte de élite de la nueva literatura de masas que se supone tiene un valor puramente comercial. Para obtener el estatus de escritor canónico, el autor debe dar la impresión de escribir por motivos desinteresados.

En el caso de una escritora como Pardo Bazán, la cuestión era especialmente delicada por ser mujer. No hace falta a estas alturas explicar por qué las escritoras decimonónicas tuvieron que cuidar su imagen; el tema ha sido estudiado ampliamente por los investigadores y especialmente las investigadoras (ver, por ejemplo, Bieder 1995, cuyo análisis incluye a Pardo Bazán). Las escritoras de la época isabelina que tuvieron un éxito de ventas a través de las revistas femeninas, en las cuales colaboraron y que a veces dirigieron, nunca obtuvieron un estatus canónico por estar asociadas con la literatura comercial, y porque se suponía que la literatura dirigida a un público femenino era poco seria (Sánchez Llama 2000, 2001). A Pardo Bazán no le interesaba escribir para un público femenino, sino para un público general, poniéndose en el mismo nivel que los escritores masculinos. Bieder (1992; 2015) ha remarcado cómo Pardo Bazán no tuvo relaciones estrechas con las novelistas de su momento, prefiriendo relacionarse con escritores masculinos; los autores cuyas obras ella reseñaba también eran masculinos. Las mujeres con las cuales se relacionaba socialmente pertenecían no al mundo literario sino a la aristocracia madrileña o incluso la familia real –lo cual le daba el estatus necesario para ser vista como una escritora que no se interesara por el dinero (Bieder 2015, 170).

La estrategia de Pardo Bazán al crear el *Nuevo Teatro Crítico* fue inteligente. Por un lado, la creación de una revista editada por ella correspondía a un deseo de independizarse económicamente, ganando dinero por su cuenta –un deseo confesado en varias cartas privadas a Galdós de 1889 y 1890 (González Herrán 2008, 345; Charques Gámez 2011, 17). Además, la decisión de escribir la revista ella sola hacía gala de una capacidad de trabajo que reivindicaba su estatus de escritora profesional que merece ser remunerada por su labor (Botrel 2003, 158). Pero, por otro lado, el formato de la revista –abarcando estudios literarios (sobre escritores españoles y extranjeros), biografías de autores españoles, reseñas literarias y teatrales, crónicas de viaje, ensayos sobre la mujer, algún ensayo político, cuentos, notas bibliográficas– demostraba una erudición portentosa dirigida a unos lectores de alto nivel cultural. El contenido de la revista la defendía contra cualquier acusación de querer escribir por dinero. Incluso el formato físico austero de la revista, sin ornamentación de ningún tipo, en una época de innovación tipográfica (Sánchez Illán 2001, 404), sugería un producto diseñado para no atraer a un público masivo. Efectivamente, el *Nuevo Teatro Crítico* fue un fracaso comercial, como Pardo Bazán –evidentemente decepcionada– reconoció en su “Despedida” en el último número de diciembre de 1893, donde lamenta la falta de lectores en España (303-304). A pesar de escribir más de dos mil artículos para la prensa (Charques Gámez 2011, 11), Pardo Bazán nunca consiguió vivir exclusivamente de sus ingresos literarios y periodísticos (Grupo de investigación *La Tribuna* 2009, 54).

Rocío Charques Gámez nos recuerda que, en el momento de fundar el *Nuevo Teatro Crítico*, Pardo Bazán escribía para los periódicos y revistas ilustradas más importantes de España, además de algunas publicaciones periódicas extranjeras (2011, 13; para una visión global de su periodismo, ver Freire López 2003; Pérez Romero 2016). Había debutado en la prensa regional gallega y la prensa nacional conservadora –probablemente las únicas avenidas periodísticas abiertas a una escritora novel sin romper con el decoro. El periodismo inventó los dos géneros literarios que Pardo Bazán llegaría a dominar más que ninguno de sus contemporáneos: el cuento y la crónica de viajes. En los años inmediatamente anteriores a 1891, además de escribir en 1889 los artículos sobre la mujer española contratados por la *Fortnightly Review* londinense, y de ayudar a José Lázaro Galdiano en el mismo año a lanzar su revista regeneracionista *La España Moderna* (en la cual colaboraría intensamente en sus primeros años), Pardo Bazán estaba escribiendo para el periódico conservador *La Época* (en el cual había colaborado desde 1881) y (a partir de 1887) el periódico liberal *El Imparcial*, que estaba disfrutando en aquel momento de una expansión espectacular (Sánchez Illán 2001, 402-406). Cuando concibió la idea de lanzar su propia revista, tenía un amplio conocimiento profesional del periodismo como un instrumento para llegar al público. Lo cual le habrá familiarizado con la relación entre prensa y publicidad; la prensa del momento se financiaba en gran medida con los anuncios publicados en sus páginas (Sánchez Illán 2001, 400).

LAS “CARTAS A UN ESCRITOR NOVEL”

La concepción pardobazanianiana de la relación entre literatura y periodismo se articula de manera explícita en estas cartas publicadas entre febrero y junio de 1892. Lo que

une los dos medios es la publicidad. En 1892, Pardo Bazán lanza también su iniciativa editorial, la Biblioteca de la Mujer (Freire López 2021). Evidentemente, en aquel año estaba pensando mucho en la importancia de llegar al público.

Las “Cartas a un literato novel” se presentan como respuestas a la carta anónima de un joven anónimo (posiblemente ficticio) deseoso de ser escritor. Le halaga el hecho de que un hombre se dirija a ella como mujer para pedir consejos profesionales; el hecho de que sea un hombre joven demuestra al lector que, a pesar de lindar con los 40 años, ella sigue siendo un norte para las generaciones jóvenes. Bieder observa que Pardo Bazán, fiel a su preferencia por las relaciones con escritores masculinos, no aceptará el papel de mentora de escritoras jóvenes hasta el siglo XX, cuando su fama estuvo consolidada (1992, 1206). El título “Cartas a un literato novel”, en plural, nos indica que lo que leemos es, en realidad, un ensayo largo que va a ser publicado por entregas. Al leer este título, suponemos que va a ofrecer consejos a su interlocutor inexperto sobre cómo escribir una buena novela –cuáles son sus ingredientes ideales, qué escollos evitar, o quizá (como Virginia Woolf en otro siglo) cuáles son las condiciones materiales necesarias para escribir sin interrupciones. Pero lo que encontramos no es esto, sino una serie de consejos prácticos sobre cómo promocionar una obra literaria para que llegue a la atención del público. El talento, insiste, no se puede enseñar. Pero el talento no es suficiente para tener éxito. Lo que ofrece Pardo Bazán es una serie de recetas, no para ser un buen escritor, sino para alcanzar el éxito.

El primer consejo es: si tienes dinero, publica tu obra por tu cuenta, en vez de confiarla a un editor –algo que ella estaba intentando hacer en aquel momento, con la publicación de sus *Obras completas* a partir del año anterior. El segundo consejo es no escatimar para ahorrar dinero el número de ejemplares que mandas a la prensa; es fundamental que tu libro sea reseñado por el número máximo de periódicos y revistas. Y si no recibes buenas reseñas para tu primer libro –añade– no lo tomes mal; es mejor recibir una reseña mala que no recibir reseña alguna. Otro consejo es no usar un pseudónimo. Con esto, parece estar pensando en la literatura comercial, donde los pseudónimos eran frecuentes (como lo eran en el periodismo). Entonces, su consejo va dirigido a la producción de una obra de élite –lo que se confirma con el consejo de evitar las portadas con una imagen atrevida o con un retrato del autor –algo que llegaría a caracterizar la literatura comercial de kiosko que tendría tanto éxito en las primeras décadas del siglo XX, y para la cual Pardo Bazán escribiría algunas novelas cortas, a pesar del consejo que ofrece aquí. Efectivamente, estas novelas cortas solían lucir en la portada una caricatura nada halagueña de la autora (para las caricaturas de Pardo Bazán publicadas en la prensa, ver Bieder 2005; 2009; 2015).

De acuerdo con el objetivo de atraer la atención de un público culto, insiste en la importancia del buen tono –lo que llama “la buena crianza editorial” (núm. 14, 31)–, que se consigue con papel de buena calidad y una tipografía limpia. Aquí habla por experiencia propia, avergonzándose de la apariencia material de las primeras ediciones de algunas de sus obras tempranas, que ella no supervisó personalmente –un problema que se cuidó de evitar en las ediciones posteriores. Termina la primera “Carta” con el consejo esencial de organizar una publicidad extensa para tu obra en la prensa: “no deje de repartir los treinta y seis ejemplares de rigor entre la prensa diaria de alguna circulación

y valía" (núm. 14, 35-36). Insiste en la importancia de no enviar los ejemplares por correo, sino de llevarlos a la sede del periódico en persona. Al hacer esta recomendación, Pardo Bazán reconoce que ella ha sido acusada de vanidad por ir personalmente a la sede del periódico para entregar un ejemplar de su último libro; se justifica insistiendo que, si pide abiertamente a los críticos hablar de su último libro, nunca les ha pedido alabarlos. Como ya se ha señalado, explica a su interlocutor que incluso un escritor tan famoso como Zola paga por línea la inclusión de sus novelas en la *Bibliographie de la France*. Es por ser consciente de la importancia de la publicidad que Pardo Bazán insiste que ella incluye en la lista de "Libros recibidos" del *Nuevo Teatro Crítico* todos los libros que se le envían. La "publicidad periódica", concluye, es fundamental si quieres ser escritor (núm. 14, 38-39).

La segunda "Carta a un literato novel" da consejos sobre qué hacer si recibes una reseña mala. Insiste que no debes protestar si te acusan de carecer de talento (ella nunca lo ha hecho), sino tomar nota de las buenas sugerencias. Esto le da un pretexto para contar algunos de los defectos de los que le han acusado a ella (núm. 15, 26-27), para que admiremos cómo lo ha superado. Sobre todo, insiste, no hay que hacer caso si te insultan personalmente y, sobre todo, hay que evitar los duelos de honor; aquí cita a Schopenhauer, para quien "la injuria es más despreciable que punible" (núm. 15, 31). Reconoce que, de todas maneras, siendo mujer, ella no tiene la opción de batirse en duelo: "Mi sexo es un impedimento (sobre esto habría mucho que hablar, pero no aquí) para que yo pudiese castigar ofensas personales" (núm. 15, 32). A pesar de esto, su temperamento la dispone a no envenenar la vida con rencores –esto a pesar de que "yo he sido insultada desde todos los insultaderos oficiales, por todos los insultadores de oficio á pesar de mi sexo (o mejor dicho á causa de él)" (núm. 15, 34-35). Menos mal, añade con cierta nota de humor, que mis problemas de hígado hayan mejorado en los últimos años cuando me han insultado "medio partido legitimista, [...] cierta parte averiada del [...] ejército español; y [...] el bando *filipinólogo*, y [...] la jauría regionalista y literaria" (núm. 15, 34). Aquí parece regocijarse por su capacidad de ofender a grupos tan diversos, lo cual demuestra que la han leído. Anuncia que su tercera carta hablará de sobre cómo tratar el público: si debes provocarlo o si debes satisfacer sus gustos (y hasta qué punto).

La tercera carta empieza por contarnos que ella recibe entre dos y tres mil cartas anuales de parte del público; con esto se presenta como una celebridad. Bieder (2005, 1071-1072) explica que la segunda mitad del siglo XIX vio la emergencia de la cultura de la celebridad, generalmente asociada a las cupletistas (Clúa 2016) pero que, con la creciente importancia de la publicidad para la venta de libros y publicaciones periódicas, también se aplica al escritor. Un resultado fue la publicación en la prensa (sobre todo la prensa satírica) de caricaturas de los escritores "estrella"; a pesar de deformar su aspecto físico, las cien caricaturas de Pardo Bazán (Bieder 2009, 281) indicaban que pertenecía al número selecto de escritores cuya celebridad fue reconocida. La brevedad de la tercera carta sugiere que Pardo Bazán se ha cansado de esta correspondencia con un lector probablemente ficticio, y se despide bruscamente prometiendo publicar en un número futuro la carta anunciada sobre cómo tratar el público. La cuarta y última carta aparece en el próximo número, tal como lo ha prometido, pero sólo para quejarse de las peticiones continuas de dinero que

recibe por correo (núm. 18, 61). Su único consejo para el literato novel es no hacer caso de estas peticiones porque “[n]uestra misión, ¡oh neófito!, no es ejercer la beneficencia, sino escribir” (núm. 18, 68). Habría sido interesante saber su opinión sobre si el escritor debe complacer o provocar al público puesto que, como veremos, las polémicas son un ingrediente importante del *Nuevo Teatro Crítico*.

Lo que llama la atención en estas cuatro cartas es que sus consejos para el literato novel versan exclusivamente sobre la importancia de conseguir lo que llama “la publicidad periódica” (núm. 14, 38) y cómo reaccionar ante ella (incluso cuando la celebridad llega a ser molesta).

PERIODISMO Y AUTOPROMOCIÓN

Charques Gámez (2009, 245-246; 2011, 33) nos cuenta cómo el primer número del *Nuevo Teatro Crítico* fue precedido por una campaña publicitaria sistemáticamente coordinada en la prensa, que no solo anunciaba la nueva revista, sino que incluía unos elogios hiperbólicos de su creadora. Entre las notas de prensa citadas por Charques Gámez, vale la pena mencionar la referencia, en *La Época* del 2 de diciembre de 1890, a “la gran capacidad” y “laboriosidad extremada de la célebre literata” y, en *La Ilustración Española y Americana* del 8 de enero de 1891, al “arroyo de su autora, su ilustración y su talento”. Pardo Bazán colaboraba en las dos publicaciones; la explicación en las “Cartas a un escritor novel” de la importancia de ir en persona a la sede editorial del periódico para que de publicidad a tu nuevo libro indica que esta campaña publicitaria fue el fruto de una labor intensa de relaciones públicas por parte de la autora. Aunque, como hemos visto, Pardo Bazán negó proveer al periódico de un texto encomiástico para ser publicado, el hecho de que ella aprobara la práctica en principio nos hace dudar sobre la autoría de estos textos publicitarios. Además de estos anuncios previos a la salida del primer número en enero de 1891, Pardo Bazán encargó a la imprenta (La España Editorial) la impresión de prospectos y carteles; también consiguió que los periódicos incluyeran los números siguientes del *Nuevo Teatro Crítico* en su columna de “Libros recibidos” (Charques Gámez 2011, 33).

En la “Presentación” del primer número, Pardo Bazán observa que el Padre Feijoo, el título de cuyo *Teatro Crítico Universal* adapta para su revista, abrió el camino al periodismo contemporáneo (7). Dedicar un apartado largo y bastante sarcástico a la “ventaja” de ser mujer, lo cual necesariamente la exime de la acusación de promover la línea de su propio partido político, puesto que las mujeres, que ni siquiera disfrutaban del sufragio, no pertenecen a partido político alguno (núm. 1, 17-18). Con esto, Pardo Bazán anticipa lo que, en los últimos años noventa, sería la emergencia en España de la figura del intelectual, definido como un pensador independiente que se distancia, y se sitúa por encima, de los partidos políticos. El segundo número de la revista, de febrero de 1891, es aprovechado por Pardo Bazán para presentarse como una figura conocida internacionalmente y para situarse intelectualmente, a través de una entrevista que le acaba de hacer una alemana (no nos dice su nombre). Pardo Bazán inicia la conversación contando que acaba de recibir una carta de un estudiante de Praga pidiendo su permiso para traducir algunos de sus libros

y artículos, puesto que la emancipación de la mujer es un tema que interesa mucho en Checoslovaquia (la alemana añade: “en Hungría, también”) (núm. 2, 56). La mención de esta entrevista por parte de Pardo Bazán sirve para demostrar a sus lectores que tiene una fama internacional, hasta en la lejana Europa del Este, y que su renombre cosmopolita está relacionado con la cuestión de la mujer. La entrevista también le permite a la autora aclarar su postura política independiente: se distancia del sufragio universal por ser éste en España una farsa pero, cuando la alemana le pregunta sorprendida, “¿Entonces es usted conservadora?”, contesta “¡Si viese usted [...] qué pocas cosas conservaría!” (núm. 2, 62). Con esto, Pardo Bazán presenta su nueva revista como un órgano dirigido a lectores de distintas afiliaciones políticas.

La función publicitaria más obvia de la revista es la de informar al lector sobre lo que su autora ha publicado, o está a punto de publicar, en otros medios, o de darle acceso anticipado o exclusivo en sus páginas a obras literarias suyas. En este sentido, Pardo Bazán opera como su propia agente literaria, un oficio moderno que en aquella época no existía. La primera página de cada número del *Nuevo Teatro Crítico* consiste en la lista de los libros de Pardo Bazán publicados hasta el momento, incluyendo las nuevas ediciones y las obras en prensa. El dorso de cada número anuncia que la revista se distribuirá a los dos lados del Atlántico; Charques Gámez observa que la revista tenía una cuota de suscripción diferencial para los lectores de España y los de ultramar, y cita una carta que habla del envío de ejemplares de la revista a Costa Rica (2011, 149, 19). La circulación transatlántica de los principales periódicos y revistas españoles –el *Nuevo Teatro Crítico* entre ellos– permitía a Pardo Bazán, a través de sus colaboraciones periodísticas, alcanzar un público mucho mayor que con sus novelas. En algunos números de 1891, Pardo Bazán anuncia también la publicación del último número de *La España Moderna*, la revista de Lázaro Galdiano, de la cual ella había sido colaboradora asidua hasta aquel año.

Cada número del *Nuevo Teatro Crítico* incluye uno o más cuentos suyos, generalmente inéditos –aunque en su “Despedida” en el último número de la revista Pardo Bazán confiesa que ha rellenado los números recientes con cuentos publicados anteriormente en la prensa (el último número contiene hasta once), a causa de su creciente falta de energía para cumplir con la entrega a la imprenta de las cien páginas mensuales contratadas (núm. 30, 299-300). Los números 7, 10 y 12 del primer año de la revista publican crónicas de viaje suyas, que luego se editarán en el libro *Por la España pintoresca*, de 1895. La crónica de viajes, escrita en primera persona, sirve también para crear una relación íntima entre autor y lector. El quinto número de la revista (de mayo de 1891) anuncia su traducción de *Los hermanos Zemganno*, de los hermanos Goncourt.

El *Nuevo Teatro Crítico* le sirvió también para publicitar su recién estrenada Biblioteca de la Mujer (Charques Gámez 2003, 38-49), permitiéndole nuevamente actuar como su propia agente literaria. El número 14, de febrero de 1892, publica su prólogo al primer tomo de la nueva colección, la *Vida de la Virgen María* de la Venerable de Agreda, del siglo diecisiete –un texto elegido evidentemente para garantizar la ortodoxia religiosa de su nueva empresa editorial. Una nota a pie de página recuerda al lector el anuncio de la edición en la lista de “Obras de la autora” al principio del número (núm. 14, 42n.1). El

número 17, de mayo de 1892, además de anunciar la publicación futura en la colección de la traducción de *La mujer ante el socialismo* de August Bebel, reproduce el prólogo de Pardo Bazán al tomo segundo editado por su Biblioteca de la Mujer, que está a punto de aparecer: la traducción al español de *La esclavitud de la mujer* de John Stuart Mill (41-76). Como se sabe –es un texto conocido (ver, por ejemplo, Scanlon 1995, 233)–, el prólogo se centra no en las ideas de Mill sobre la emancipación de la mujer, sino en su relación de amistad y cooperación profesional con Harriet Taylor –una relación que Isabel Burdiel, en su biografía de Pardo Bazán, ha visto como el modelo que Pardo Bazán quizás hubiera deseado para su relación con Galdós (2019, 428). Llama la atención la traducción sensacionalista del título de Mill, *The Subjection of Women*, que convierte la subordinación de la mujer en esclavitud, además de la inclusión chocante en la colección de textos tan dispares como el libro devoto de la Venerable de Ágreda y el tratado del socialista alemán Bebel, que denuncia el matrimonio.

LA FUNCIÓN PUBLICITARIA DE LAS POLÉMICAS

Con esto, quiero pasar al análisis de las estrategias usadas por Pardo Bazán para presentar sus ideas sobre la mujer en el *Nuevo Teatro Crítico*. No hace falta repetir la información dada por Scanlon (1995) y Charques Gámez (2003) sobre los textos feministas publicados en la revista (el prólogo a *La esclavitud femenina*, su discurso en el Congreso Pedagógico de 1892, la defensa de Concepción Arenal, sus reseñas literarias). Me centraré en los ensayos que adoptan un tono polémico. La experiencia de la polémica suscitada por la publicación de *La cuestión palpitante* en 1882-1883 le había enseñado a la autora que la mala publicidad sirve tanto para atraer la atención del público como la buena (algo que comenta en las “Cartas a un escritor novel”). En el artículo de 1907, publicado en el periódico argentino *La Nación*, donde Pardo Bazán comenta las caricaturas de su figura en la prensa, explica cómo las primeras caricaturas –que confirmaron su nuevo estatus de celebridad– tuvieron su origen en la notoriedad alcanzada por su defensa del naturalismo (Bieder 2009, 283, 289). Burdiel cita la carta que Pardo Bazán escribió a Galdós en 1899 donde habla de los ensayos sobre la mujer española que acaba de enviar a la *Fortnightly Review* londinense, comentando que “es un poquito fuerte, armaría un alboroto en España” (2019, 416); evidentemente era consciente de los límites impuestos a lo que podía publicar en la prensa española. La creación de su propia revista la liberó de estos límites, permitiéndole elaborar una imagen de sí misma como “una personalidad militante” (núm. 3, 66).

Inevitablemente, Pardo Bazán aprovechó la libertad de expresión que le dio su revista unipersonal para intervenir en la polémica sobre su propia candidatura frustrada a la Real Academia Española en 1891. En marzo de 1891, publica una repuesta pública a la carta abierta de Rafael Altamira en *La España Moderna* en apoyo de su candidatura, insistiendo, con Altamira, que no es una cuestión personal, sino que se trata de no admitir a una mujer. Para demostrar que se trata de misoginia de parte de la Academia, propone a Concepción Arenal en su lugar. En diciembre del mismo año, nos cuenta que no sabe si escribir sobre

“la cuestión académica” que otros autores están comentando, con lo cual mantiene viva la polémica sin intervenir abiertamente.

La polémica más agresiva la sostuvo con el marqués del Busto, ginecólogo y miembro de la Real Academia de Medicina, en su ensayo “Una opinión sobre la mujer”, de marzo de 1892. Arremete contra el artículo “Problemas morales, sociales y políticos que resuelve el estudio médico de la mujer” del ginecólogo con una lucidez demoledora. Lamenta el hecho de que los españoles de derechas y de izquierdas compartan los mismos prejuicios sobre la mujer, a diferencia del padre Feijoo que, a pesar de ser cura, podía escribir su “Defensa de la mujer”. Rebate los argumentos del marqués, demostrando sus contradicciones: se precia de poseer una espiritualidad refinada, pero reduce a la mujer a sus órganos reproductivos; exalta la virginidad, pero condena a la mujer a la maternidad; y combate la prostitución, pero no permite a la mujer desempeñar una carrera que la salvara de este destino (núm. 15, 77-79).

Su reseña en el quinto número de la revista (de mayo de 1891) de *La sonata de Kreutzer* de Tolstoy le permite expresar ideas nada ortodoxas sobre la sexualidad, al rechazar el elogio a la castidad de Tolstoy (72-73). En el penúltimo número de la revista, de noviembre de 1893, repudiará el “misticismo delirante” de Tolstoy (núm. 29, 121). Su reseña, en el sexto número, de junio de 1891, de la novela *Dulce y sabrosa* de Jacinto Octavio Picón es una defensa de la novela erótica, en la tradición de George Sand, con tal de respetar “la ley moral universal” basada en el amor (60). La defensa del erotismo por parte de una mujer era altamente chocante en la época. Si Pardo Bazán tuvo el valor de criticar a un autor internacionalmente consagrado como Tolstoy, más atrevida aún fue su crítica a Dante, en su ensayo largo, publicado en cinco entregas de enero a noviembre de 1893, sobre “Los poetas épicos cristianos”, que retorna a un proyecto que dejó sin terminar cuando estaba colaborando en *La Ciencia Cristiana* en 1878-1879, en lo que llama su “juventud neocatólica” (núm. 25, 34). En la segunda entrega de este ensayo, critica a Dante por idealizar a Beatriz, cuando tenía una esposa de carne y hueso, por significar el desprecio del cuerpo femenino (núm. 26, 201, 205-206). Igualmente chocante fue su defensa poco ortodoxa del cristianismo en su discurso en el Congreso Pedagógico de 1892, publicado en el número 22 (de octubre de 1892), que reivindica el primer cristianismo por enseñar a la mujer “à afirmar su independencia espiritual *usque ad efusionem sanguinis*” (una referencia a las mártires cristianas de la época romana), al contrario de la Iglesia de hoy que “le incita la docilidad conyugal, la fe sin examen y rutinaria” (núm. 22, 35-37). Con esto, sugiere que el primer cristianismo enseñó a la mujer a desobedecer. Al optar por un estilo tan combativo, Pardo Bazán demuestra apreciar que la mejor manera de publicitar tus ideas es provocar al público lector.

CONCLUSIONES

Los críticos contemporáneos (masculinos) que censuraron a Pardo Bazán por autopromocionarse interpretaron correctamente sus intenciones: ella tuvo un entendimiento brillante –quizá sin paralelo en su época– de la prensa como instrumento de publicidad. La hostilidad que le demostró Clarín a partir de 1890, a pesar de haber escrito un prólogo

muy favorable a *La cuestión palpitante* cuando se editó como libro en 1883, se debió a la apreciación de ambos de la importancia de las reseñas en la prensa para publicitar las obras literarias. Ana María Freire López (2001-2003, 156) cuenta cómo Clarín se ofendió, alegando la falta de respeto a su autonomía literaria, cuando José Lázaro Galdiano le recordó en 1890 que no había cumplido con la invitación a reseñar, en *La España Moderna*, las novelas *Insolación* y *Morriña* de Pardo Bazán. Lo más probable, según Freire López, es que Clarín estuviera resentido porque Pardo Bazán, a pesar de elogiar *La Regenta* en su correspondencia privada con él, no había reseñado su novela en la prensa. La reacción de Pardo Bazán fue no incluir en la lista de “Libros recibidos” del *Nuevo Teatro Crítico* los libros de Clarín que este mandaba a la revista, ni siquiera su novela *Su único hijo*, lo cual Clarín le reprochó en ensayos de 1891 y 1892 (Charques Gámez 2009, 247; 2011, 42-43). A pesar de criticar el *Nuevo Teatro Crítico* a lo largo de la existencia de la revista, cuando Pardo Bazán la cerró en 1893, Alas lo lamentó públicamente (Charques Gámez 2009, 248; 2011, 45).

Al subrayar el uso que Pardo Bazán hizo de su revista unipersonal para publicitar sus obras y para consolidar su celebridad como “una personalidad militante” no he querido criticarla por presumida. Al contrario, me parece importante reconocer que su apreciación de la necesidad de la publicidad, y la inteligencia de sus estrategias publicitarias, indican una comprensión muy moderna de la profesión literaria y de su relación íntima con la prensa.

BIBLIOGRAFÍA

Bieder, Maryellen (1992): “Emilia Pardo Bazán y las *literatas*: las escritoras españolas del XIX y su literatura”, en *Actas del X Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas, Barcelona, 21-26 de agosto de 1989*, Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, pp. 1203-1212.

Bieder, Maryellen (1995): “Gender and Language: The Womanly Woman and Manly Writing”, en Lou Charnon-Deutsch y Jo Labanyi (eds.), *Culture and Gender in Nineteenth-Century Spain*, Oxford, Oxford University Press, pp. 98-119.

Bieder, Maryellen (1998): “Women, Literature, and Society: The Essays of Emilia Pardo Bazán”, en Kathleen M. Glenn y Mercedes Mazquiarán de Rodríguez (eds.), *Spanish Women Writers and the Essay: Gender, Politics, and the Self*, Columbia, MO, University of Missouri Press, pp. 25-54.

Bieder, Maryellen (2005): “Picturing the Author: The Private Woman Meets the Public Gaze”, *Revista de Estudios Hispánicos*, vol. 39, pp. 301-329.

Bieder, Maryellen (2009): “‘Mis retratos y mis caricaturas’. Un artículo rescatado de Emilia Pardo Bazán”, *La Tribuna*, vol. 7, pp. 207-18.

Bieder, Maryellen (2015): “‘Eminencias hembras’: Emilia Pardo Bazán y las redes literarias, sociales e intelectuales de mujeres de letras”, en Pura Fernández (ed.), *No hay*

nación para este sexo. *La Re(d)pública transatlántica de las Letras: escritoras españolas y latinoamericanas (1824-1936)*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert, pp. 167-190.

Botrel, Jean-François (1974): "La novela por entregas. Unidad de creación y consumo", en Jean-François Botrel y Serge Salaün (eds.), *Creación y público en la literatura española*, Madrid, Castalia, pp. 111-115.

Botrel, Jean-François (2003): "Emilia Pardo Bazán, mujer de letras y de libros", en *Estudios sobre la obra de Emilia Pardo Bazán. Actas de las jornadas conmemorativas de los 150 años de su nacimiento*, A Coruña, Fundación Pedro Barrié de la Maza, pp. 153-168.

Bourdieu, Pierre (2006): *Las reglas del arte: género y estructura del campo literario*, trad. Thomas Kauf, Barcelona, Anagrama.

Burdiel, Isabel (2019): *Emilia Pardo Bazán*, Madrid, Taurus.

Charques Gámez, Rocío (2003): *Los artículos feministas en el "Nuevo Teatro Crítico" de Emilia Pardo Bazán*, Alicante, Universidad de Alicante-Centro de Estudios sobre la Mujer.

Charques Gámez, Rocío (2009): "El *Nuevo Teatro Crítico* a través de los ojos de sus contemporáneos", en José Manuel González Herrán, Cristina Patiño Eirín y Ermitas Penas Varela (eds.), *La literatura de Emilia Pardo Bazán*, A Coruña, Real Academia Galega, pp. 245-252.

Charques Gámez, Rocío (2011): *Emilia Pardo Bazán y su "Nuevo Teatro Crítico"*, Madrid, Fundación Universitaria Española.

Clúa, Isabel (2016): *Cuerpos de escándalo. Celebridad femenina en el "fin-de-siècle"*, Barcelona, Icaria.

Freire López, Ana María (2001-2003): "Clarín y Pardo Bazán hace cien años", *A Distancia*, vol. 2, pp. 154-157.

Freire López, Ana María (2003): "La obra periodística de Emilia Pardo Bazán", en *Estudios sobre la obra de Emilia Pardo Bazán. Actas de las jornadas conmemorativas de los 150 años de su nacimiento*, A Coruña, Fundación Pedro Barrié de la Maza, pp. 115-132.

Freire López, Ana María (2021): "La Biblioteca de la Mujer de Emilia Pardo Bazán. Historia y cronología de un proyecto editorial", en Santiago Díaz Lage, Raquel Gutiérrez Sebastián, Javier López Quintáns y Borja Rodríguez Gutiérrez (eds.), *Et amicitia et magisterio. Estudios en honor de José Manuel González Herrán*, Alicante/Santander, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes/Real Sociedad Menéndez Pelayo, pp. 262-274.

González Herrán, José Manuel (2008): "La emancipación de una mujer de letras: Emilia Pardo Bazán, 1889-1892", en Pura Fernández y Marie-Linda Ortega (eds.), *La mujer de letras o la letra herida*, Madrid, CSIC, pp. 345-363.

Grupo de Investigación *La Tribuna* (2009): "La riqueza de Emilia Pardo Bazán", *La Tribuna*, núm. 7, pp. 37-75.

Kirkpatrick, Susan (1989): *Las Románticas. Escritoras y subjetividad en España, 1835-1850*, Madrid, Cátedra.

Labanyi, Jo y Luisa Elena Delgado (2023): *Modern Literatures in Spain*, Cambridge, Polity Press.

Martínez Martín, Jesús (2009): *Vivir de la pluma. La profesionalización del escritor, 1836-1936*, Madrid, Marcial Pons Historia.

Pardo Bazán, Emilia (1891-1893): *Nuevo Teatro Crítico*, <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc5b004>

Pérez Romero, Emilia (2009): "Reflexiones teóricas de Emilia Pardo Bazán al periodismo (1876-1900)", en José Manuel González Herrán, Cristina Patiño Eirín y Ermitas Penas Varela (eds.), *La literatura de Emilia Pardo Bazán*, A Coruña, Real Academia Galega, pp. 587-596.

Pérez Romero, Emilia (2016): *El periodismo de Emilia Pardo Bazán*, Vigo, Editorial Academia del Hispanismo.

Sánchez Illán, Juan Carlos (2001): "La edición de periódicos y la empresa periodística", en Jesús A. Martínez Martín (ed.), *Historia de la edición en España (1835-1936)*, Madrid, Marcial Pons Historia, 397-414.

Sánchez Llama, Íñigo (2000): *Galería de escritoras isabelinas: la prensa periódica entre 1833 y 1895*, Madrid, Cátedra.

Sánchez Llama, Íñigo (2001): *Antología de la prensa periódica isabelina escrita por mujeres, 1843-1894*, Cádiz, Universidad de Cádiz.

Scanlon, Geraldine (1995): "Gender and Journalism: Pardo Bazán's *Nuevo Teatro Crítico*", en Lou Charnon-Deutsch y Jo Labanyi (eds.), *Culture and Gender in Nineteenth-Century Spain*, Oxford, Oxford University Press, pp. 230-249.

Surwillo, Lisa (2007): *The Stages of Property: Copyrighting Theatre in Spain*. Toronto. University of Toronto Press.

