

Utah State University

DigitalCommons@USU

Decimonónica

Journals

2015

Las joyas de la Marquesa: agencia femenina en *Un matrimonio a la moda* de Ramón de Navarrete

Nicholas Wolters

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.usu.edu/decimononica>

Recommended Citation

Wolters, Nicholas, "Las joyas de la Marquesa: agencia femenina en *Un matrimonio a la moda* de Ramón de Navarrete" (2015). *Decimonónica*. Paper 7.

<https://digitalcommons.usu.edu/decimononica/7>

This Article is brought to you for free and open access by the Journals at DigitalCommons@USU. It has been accepted for inclusion in Decimonónica by an authorized administrator of DigitalCommons@USU. For more information, please contact digitalcommons@usu.edu.



Las joyas de la Marquesa: agencia femenina en *Un matrimonio a la moda* de Ramón de Navarrete

Nicholas Wolters

A pesar de que Ramón de Navarrete fue célebre en su tiempo, ha sido postergado hoy en día, habiéndose convertido en “una curiosa rareza bibliográfica” (Rubio Cremades 285). No obstante, su “polifacética labor literaria” merece una reivindicación—y la publicación reciente de dos artículos de Rubio Cremades y Rodríguez Gutiérrez sobre el autor y su obra es prueba de ello—ya que era un escritor reconocido por su talento en la redacción de artículos costumbristas y obras teatrales perspicaces, y participaba prolíficamente en los discursos de clase y de género que dominan la literatura de la España decimonónica (285).¹ Además de comediógrafo y novelista, también fue periodista y cronista de la alta sociedad de Madrid, y aunque en este estudio se destaca su rol como cronista de la capital española en plena época isabelina (1833–1868), también fue “the Restoration’s society columnist par excellence” (Valis 191). Navarrete fue creador de un sinnúmero de comedias, dramas y zarzuelas, novelas, artículos y ensayos costumbristas en los cuales surgen cuadros dinámicos de hombres y mujeres, aristócratas y burgueses que merodean por las calles de los grandes centros urbanos españoles y se lucen en los bailes y tertulias ofrecidas por los ilustres agentes de la sociedad de buen tono. Hasta su célebre seudónimo *Asmodeo* se ve inmortalizado en las páginas de Valera y Galdós, dos autores que también lo reconocen por haber sido “conocedor perfecto de la aristocracia y de las costumbres,” hecho que se advierte al leer sus piezas teatrales (Rubio Cremades 285-86).²

Un matrimonio a la moda, la obra que nos interesa aquí, se estrenó en el Liceo Artístico y Literario de Madrid en la presencia del rey consorte Francisco de Asís de Borbón el 14 de diciembre de 1848 y remonta al Madrid de los años cuarenta.³ Aunque en muchos casos literarios del siglo XIX suelen ser las mujeres las que se dejan llevar por el dinero y el lujo, (pensemos por ejemplo en *El pelo de la dehesa* (1840) de Bretón), en *Un matrimonio a la moda* Navarrete imbuye a Margarita, la Marquesa—representada en el estreno por la célebre Teodora Lamadrid—de una agencia notable a diferencia de su esposo el Marqués, que casi acaba por ser víctima de las exigencias de la sociedad de buen tono, un lugar “donde se entra con facilidad, pero del que se sale difícilmente” (59). La tiranía de esta sociedad se encarna en la forma del elegante Enrique, Duque de la Pradera y amigo íntimo del Marqués. Es ese el que le cuenta chismes al Marqués para que su conquista de la Marquesa se lleve a cabo. Pero la Marquesa nunca se rinde y sus acciones le dan más fuerza y protagonismo que cualquier otro personaje masculino o femenino de la obra. En

este estudio se va a subrayar la agencia transgresiva de la Marquesa que supera los límites de la sociedad de buen tono que exige que abandone su protagonismo para abnegarse o adaptarse a unas costumbres y a una sociedad que rechaza. Aunque esta representación sea polémica, hasta contradictoria—ya que se define dentro de un marco patriarcal, es decir que siempre se desarrolla en función de su participación en la esfera doméstica—se va a ver que los proyectos de la Marquesa triunfan al final y es ella la que combate el sistema en que vive sin comprometerse o perderse en el proceso, desafiando también paradigmas de la femineidad decimonónica que tienden a encasillar fácilmente a representaciones de la mujer doméstica como ángel del hogar o la abnegación en carne y hueso.⁴

Desde el principio del primer acto de la comedia se explica la situación polémica de los recién casados y marqueses de Bosque-Real, Margarita y Alejandro, ilustrando las exigencias de la sociedad madrileña en que viven. El Marqués siente mucha presión de una sociedad que exige la frecuente participación y presencia en convites y bailes lujosos y el consumo incesante de alhajas y ropa de la última moda parisina. El Duque de la Pradera, un calavera que se interesa mucho por el rol y las acciones del Marqués en la sociedad, le critica por comportarse como un niño enamorado, demasiado fiel a su esposa. La Marquesa, no siendo de cuna noble, es—a diferencia de los demás—una persona que personifica lo elemental y lo humilde, encarnando a primera vista el motivo del ángel del hogar del siglo XIX.⁵ No le interesa en absoluto la participación en la urbana sociedad aunque el Duque se refiere a ella como una perla preciosa que “ha de brillar en la corona de los monarcas” (19). Al desenlace de la comedia, la Marquesa sugiere que ella y su esposo se vayan a su finca en Granada para gozar de una vida retirada y más sencilla, proyecto que se ve realizado en el último acto y que confirma el subtema del “menosprecio de corte y alabanza de aldea” que también se encuentra en *El pelo de la dehesa* de Bretón (Montero Padilla 38). Estas cuestiones de domesticidad y economía doméstica no son temas ajenos a la obra de Navarrete y se repiten de formas distintas en otras obras suyas como *Un marido como hay muchos*, una zarzuela de 1846 y en *La perla de Barcelona* de 1844, una comedia adaptada a la escena española de una ópera francesa.

Bridget Aldaraca habla de la dualidad del nuevo rol que desempeña la mujer como ángel del hogar como una contradicción. Por un lado, la influencia de la mujer en la educación de los hijos en la esfera privada la eleva a un estatus privilegiado, puesto que es ella la encargada de criar a los hijos. Por otro lado, “the intimacy of domestic life is placed in opposition to the activities which take place in the public sphere” (55). Esta imagen dual de la mujer complica cualquier interpretación de la agencia femenina, pues muchos autores y pensadores del siglo XIX, incluso Navarrete, no veían ningún problema con el papel o la representación de la mujer en la sociedad. Todavía se daba mucha autoridad a textos como el *Institutio Foeminae Christianae* (1521) de Juan Luis Vives y *La perfecta casada* de Fray Luis de León, un autor que arguye: “Como son los hombres para lo público, así las mujeres para el encerramiento; y como es de los hombres el hablar y el salir a luz, así dellas el encerrarse y encubrirse” (130). Escritores y contemporáneos de Navarrete como Agustín Durán aluden a la “naturalidad” que determina esta posición inferior o subyugada de la mujer dentro de la sociedad, refiriéndose al estado de la mujer como hecho natural, como si su posición social fuera igual a la del hombre: “Prevalecida la

mujer de todas cuantas gracias y dulzura la dotó Naturaleza, llegó a ser la piedra fundamental de la felicidad doméstica [. . .] Compañera y no esclava del hombre, participaba igualmente que él de los bienes y males, de los placeres y de las penas” (Citado en Kirkpatrick 49). A pesar de esta tendencia de ignorar o poner una capa de dulce sobre la polémica situación de la mujer decimonónica, escritores como Pedro Sabater, esposo por un período de tiempo de Gertrudis Gómez de Avellaneda, aluden a la mujer como víctima de la voluntad del hombre, de nuevo como algo natural y por ende ordenado por el cielo: “El cielo la ha destinado para víctima del hombre; del hombre que la conduce al sacrificio sin tener compasión de su belleza; al hombre que la convierte en esclava suya; del hombre, en fin, que raras veces se acerca a ella sin marchitarla” (115). Este tipo de discurso continuaba caracterizando las opiniones populares sobre la mujer decimonónica, lo que se ve confirmado e inscrito en los códigos civiles, como el de 1889, según el cual el hombre tenía el derecho a reprender a su mujer por desobediencia, mientras que solo ésta podía ser considerada agente del adulterio, y se le quitaba el derecho a controlar o vender propiedades (Cleminson y Vázquez García 84).

En un artículo en que critica la representación de la mujer liberada al estilo de George Sand, que simboliza la “mujer nueva” que viste ropa tradicionalmente masculina, Navarrete ataca la idea de una mujer como esclava del hombre, ya que para él es ella la que reina sobre la casa como soberana: “¿Es acaso la mujer la sierva, la esclava del hombre? [. . .] No; nunca menos que ahora puede asentarse semejante falsedad. [. . .] Mirémosla en la vida privada siendo la dominadora, que no la esclava del hombre” (Citado en Rabaté 273). Para el autor, la mujer no es esclava del hogar; entonces ni siquiera hay que cuestionar una liberación o rehabilitación por un problema que, según él, no existe. Mientras que los textos como el de Fray Luis de León proponen que la mujer es, por sus instintos y naturaleza, la más corrupta y reprehensible, había otra tendencia, como vemos expresado aquí por Navarrete, según la cual la mujer goza de una identidad moral superior a la del hombre. En *Un matrimonio a la moda*, el Duque retrata a la Marquesa como una esclava del hogar—una perla en su concha, una rosa en un fondo solitario de un valle—pero ella no se concibe dentro de este razonamiento, pues para ella es un placer gozar de la sociedad íntima con su esposo y familiares en la esfera privada. En el texto la Marquesa triunfa en cada sentido y de manera transgresiva, si no subversiva. Aunque no sea de ninguna manera una representación feminista de la mujer, y ni siquiera es nuestro propósito proclamar tal juicio, su agencia revela que tanto por sus acciones como por sus palabras, Navarrete canta el elogio de una mujer que encarna su rol como buena esposa y que no se deja llevar por la sociedad corrupta que la envuelve—la Marquesa quiere definir lo que es un buen matrimonio tal y como ella lo prefiere.

Para Rita Felski, “the modern is predicated on the absence of the Other and the erasure of feminine agency and desire” (17). Aunque Felski se fija sobre todo en los discursos de género en el fin de siglo en textos alemanes, franceses e ingleses, lo que se ve en la comedia de Navarrete anticipa algunas de estas observaciones, ya que el Marqués y el Duque se esmeran en borrar el deseo femenino al tratar de realizar el suyo. Mientras tanto las intervenciones de la Marquesa revelan que ella goza de una agencia sincera, es decir ni burlesca ni parodiada, aunque quizá idealizada y cargada de sentimientos decimonónicos sobre la mujer y su estatus en la sociedad como buena mujer cristiana.

Combate la sociedad para ganar lo que desee, a pesar de que el deseo femenino no se vea valorado por los demás.

Según el punto de vista de Aldaraca, que se verá afirmado luego por Felski, “[t]he idea that the female of the species is more natural than the male, [. . .] less corrupted by the pernicious influence of urban civilization, effectively designates the former as a kind of noble savage and provides the justification for isolating women from modern history under the guise of protecting and preserving the purity of their ‘natural’ nobility” (57). Aquí, la autenticidad y lo primordial de la mujer se pueden contrastar con la civilización y lo accesorio que son entidades que se asocian con el hombre. Lo que arguye Aldaraca aquí arriba se conecta con lo que señala Felski sobre la mujer en las albas del modernismo europeo: “Seen to be less specialized and differentiated than man, located within the household and an intimate web of familial relations, more closely linked to nature through her reproductive capacity, woman embodied a sphere of atemporal authenticity seemingly untouched by the alienation and fragmentation of modern life” (16). El viaje que la Marquesa intenta hacer a la finca granadina se puede explicar, entonces, ya que la mujer, un ser más natural y con lazos más estrechos con la naturaleza, desea juntarse más a la naturaleza en vez de la ciudad cosmopolita y urbana que le es ajena y está dominada por los gustos masculinos que se caracterizan más por lo artificial que por lo natural. A pesar de ese lugar común decimonónico, hay muchas pruebas de la agencia que tiene la mujer en esta obra y que son iluminadas por Navarrete, por medio de la Marquesa, a través de toda la comedia.

Un matrimonio a la moda es una obra llena de personajes frívolos de ambos sexos—todos pintados con exactitud por la pluma de Navarrete—que parecen sofocar, directa o indirectamente, a la Marquesa. El Marqués junto con el Duque son los mejores representantes del dandi o del elegante en la obra, aunque también hay que mencionar a otros que representan personajes a la moda: un viejo elegante, don Teófilo, y su esposa Conchita, tertuliantes y amigos burgueses de los marqueses de Bosque-Real y naturales de Úbeda; Adela, hermana ambiciosa de la marquesa y novia de un tal Emilio, otro burgués pero de finura más sencilla y sin artificio; y Juliana, criada de la Marquesa que tiene proyectos bastante ambiciosos pese a la humildad de su marido José.

En la primera escena del acto primero, Navarrete construye un mundo doméstico ya al precipicio de la ruina económica, y no es por culpa de la Marquesa. La escena se abre con Juliana y José a partir de cuya discusión se van revelando los gastos y las frivolidades del amo y cómo éstas van dejando sus huellas en las propias creencias y acciones de los personajes de rangos más bajos: “¡Ya! Pero el que gasta más de lo que tiene [. . .] El año pasado gastó veinte mil” (8). Es el Marqués, el amo y no su mujer, el que gasta más de lo que le es permitido por su renta y hasta su mayordomo está consciente de esta realidad. Esta exposición va a preparar la escena para el resto de la obra en que los espectadores serán testigos de los malos hábitos económicos del Marqués de Bosque-Real, cuyo método de vida es completamente distinto al de la Marquesa. El Marqués se revela como un verdadero dandi o elegante, cuyas preocupaciones por lo lujoso empiezan a eclipsar sus relaciones con su esposa, aunque ella rechaza este estilo de vida.⁶ Lo curioso del mundo doméstico que nos escenifica Navarrete es que el hombre es el que supera a su esposa en su sed por lo material. Según Ana María Díaz-Marcos, más típicas son las

representaciones de mujeres frívolas. Para Díaz-Marcos, la España decimonónica, junto con Inglaterra y Francia, cuenta con una sociedad que “concibe al bello sexo como el destinado a agradar y, por esa misma razón, especialmente proclive al pecado y la tentación” (96).

Esclavo de este mundo, al Marqués de Bosque-Real le resulta difícil alejarse de la sociedad que ya le tiene cogido, hecho que a la Marquesa le desagrade: “[E]s menester obedecer sus leyes, y presentarse con frecuencia en todas partes. No hemos de vivir como el zapatero o el ebanista, en el rincón de su casa. Yo por eso soy el primero en todas las fiestas. ¡Qué diantre! Es menester lucir, eclipsar a estos, rivalizar con aquellos... porque es uno joven, y rico, y...” (12). El campo léxico particular del Marqués se verá repetido a lo largo de toda la pieza, tanto por él como por el Duque de la Pradera. Según el Marqués, uno necesita “lucir,” “eclipsar” y “rivalizar,” palabras que salpican los artículos de Navarrete y otros cronistas coetáneos de la sociedad de buen tono. Sigue este discurso refiriéndose a los objetos que empiezan a definir su vida como hombre de buen tono. Le informa a su esposa del importante puesto que lleva en la sociedad, todo por medio de estos objetos y comodidades que caracterizan al típico dandi con que este se identifica: “[S]oy un hombre a la moda: se estudian y se imitan mis trajes; se celebran mis carruajes y mis yeguas; se aplaude mi buen gusto; se admiran mis riquezas; y los periódicos hablan de mis festines y de mis *raouts*” (13). La repetición monótona del adjetivo posesivo hace hincapié en la posesión que le es de tanta importancia. Aquí y en otros ejemplos, su retórica también está salpicada de palabras francesas, otro aspecto del elegante afrancesado de la época cuyo punto de referencia es París. Pero el Marqués no solo es devorador de comodidades—también tiene adicciones al juego y a las carreras de caballos (11). Esta pieza teatral, como tantas otras del siglo XIX, se preocupa mucho por los gastos y la economía doméstica, y es curioso que sea el protagonista masculino, el Marqués y no su esposa, el agente más proclive al gasto.⁷ Además, es interesante notar que las representaciones de hombres que se interesan por asuntos de indumentaria y lujo en el teatro español son más propias del siglo anterior, en obras como las de Moratín e Iriarte que satirizan a los jóvenes elegantes madrileños o petimetres.

Este tema del derroche inconmensurado y de la sed capitalista están presentes en varias comedias a lo largo del siglo XIX: *La familia a la moda* (1805) de María Gálvez de Cabrera, *El pelo de la dehesa* (1840) de Manuel Bretón de los Herreros, y otras obras del mismo Navarrete, como *La perla de Barcelona* (1844) y *Un marido como hay muchos* (1846). *La familia a la moda* de Gálvez de Cabrera, cuyo título resuena en el de la obra presente de Navarrete, anticipa bien los temas de *Un matrimonio a la moda*. En ella se cuestionan y se critican las costumbres afrancesadas, o por lo menos las que son adoptadas de una manera exagerada o incluso ridícula por las clases acomodadas. También se critica la familia afrancesada y *a la moda* de forma que es una mujer de provincias, Guiomar o la hermana de don Canuto de Pimpleas, y no el hombre, quien tiene más autoridad. La Marquesa, otra mujer de provincias, también goza de una voz fuerte con la cual va a defenderse a lo largo de la obra.

Como en la pieza de Gálvez de Cabrera, aunque de manera prosaica, los malos hábitos del amo también se han difundido en las creencias de varios personajes, reforzando la corrupción del amo de la casa ya que el comportamiento de los criados es un reflejo de

sus amos. Al llegar Guiomar a casa de su hermana, se topa con los criados que se visten ridículamente a la francesa y se revelan maleducados: “¡Lindamente, por mi vida! / Con lo que oigo y llego a ver, / muy bien puedo ya creer / que está esta casa perdida” (vv. 77-80). En Navarrete, Juliana—una doncella de la Marquesa—sigue discutiendo con su esposo sobre la movilidad social, predicando su deseo de llegar a ser noble, como ha hecho la Marquesa que a diferencia de su esposo no es de cuna noble: “[P]ues yo le declaro a usted que quiero ser señora, y lo seré. Así son las cosas en nuestro siglo; se casan dos que tienen chispa; principian con poco, y al cabo llegan a ser mucho: el dinero les proporciona posición, títulos, amigos,” y continúa, “y quizás la marquesa de tal o la condesa de cual, que hoy día deslumbran con su opulencia, se llamaron en su juventud Mariquita la modista, o Juanita la costurera” (9). Las esperanzas de las clases bajas para imitar a las clases adineradas es un tropo que se interpretará de maneras similares a través del siglo XIX en obras como *La perla de Barcelona* (1844) de Navarrete, protagonizada por una mujer que espera abandonar la burguesía para lanzarse en el torbellino de la sociedad barcelonesa al casarse con un Marqués, y su comedia *¡Ya es tarde! o la escuela de solteras* (1847), en la que una mujer solterona, Margarita, es aliviada después de enterarse de que por fin va a casarse con un hombre acomodado. Navarrete, como buen cronista de su época, participa activamente en este discurso. Según Enrique Rubio Cremades, estos tipos se encuentran por todos lados en Navarrete, “[que] ofrece una galería de tipos que encarnan las virtudes y defectos del también llamado gran mundo [. . .]. Incluso, no faltan específicos tipos pertenecientes a una clase social no adinerada que intenta emular o imitar a la anterior, como la cursi o cualquier presuntuoso que alardea de una educación esmerada sin tenerla” (296).

En *El pelo de la dehesa* es un hombre, don Frutos, el que simboliza lo elemental y la naturaleza, lo que nos indica que no podemos contar demasiado con las teorías de la crítica moderna que solo tiende a vincular a la mujer al campo. Como el estilo de Navarrete, Bretón empleaba un estilo “less bombastic than that of his Romantic cohorts, more attuned to the modified passions of the middle class, and more reflective of the moral concerns of that group” (Gies, *The Theatre* 153). En esta obra, Elisa, papel que desempeñó Teodora Lamadrid en el estreno, y su madre son agentes de la corrupta sociedad de buen tono—aunque venidas a menos—y por ende parecen estar listas a aprovecharse de los recursos del campesino aragonés, además de menospreciar y rechazar al pretendiente original de Elisa por razones crematísticas. Como señala Gies, Bretón parece criticar “the stuffy nobility [. . .], the false values of the downwardly mobile aristocracy, the gossipy and superficial nature of the daughters of this class, the silly social customs to which they attach such importance” (*The Theatre* 155). Sin embargo, Navarrete parece criticar más a los hombres frívolos—como lo hace en su artículo “El Elegante” y como Bretón lo hace en *Marcela o ¿A cuál de los tres?* (1831)—y la desequilibrada o exagerada participación en la sociedad urbana de Madrid.

Ana María Díaz-Marcos, quien incluye *Un matrimonio a la moda* en su ensayo titulado “Esclavos del figurín: visiones del lujo y la moda en el teatro decimonónico,” habla de estos deseos de la gente de las clases baja y media: “En definitiva, estas piezas aluden constantemente a la obsesión por el qué dirán y la incitación al gasto y al seguimiento puntual de la moda, de forma que muchos personajes caen en la trampa de querer aparentar una posición que no se corresponde con sus ingresos reales” (86). Hasta los

criados quieren gozar de una vida más bien acomodada ya que tienen a gente como el Marqués como amo que gasta sin fijarse mucho en lo que gana. Aunque en principio el Marqués pertenece a estas alturas a la sociedad de buen tono, la ansiedad que se encuentra en la obra sobre el dinero que uno gasta, comparado con el que se gana, demuestra que aun si uno es noble, uno debe de disponer de lo que le permite su renta, a no ser que el honor y la felicidad de uno no sean “eclipsados,” para usar el lenguaje del texto, por las deudas.

La ciega amistad del Marqués con el elegante Duque de la Pradera, que tiene sus propias intenciones de seducir a la Marquesa, le sugiere al amigo suyo que se ahogue en este mundo de gastos y deudas:

Así es que tu astro se va eclipsando. Todos comienzan a encontrarte menos elegante y menos distinguido; ya no das la moda, sino que la sigues; ya no eres modelo, sino copia; tus carruajes parecen viejos, tus fracs antiguos, tus reuniones insípidas...tus banquetes fríos [. . .]. Luego, como la pobre Margarita no ha adquirido todavía la soltura, la gracia de la buena sociedad, llueven sobre la infeliz los dardos más acerados. (19-20)

La retórica del Duque es la más cargada de todas con un vocabulario que la sociedad exige de un hombre de buen tono y que aquí intenta borrar el deseo femenino. Su fijación en los objetos, y aquí en la negación de estos, demuestra su deseo de despreciar al Marqués que “ya no [es] modelo, sino copia” (20). El Marqués, como ya se ha visto más arriba, es esclavo del qué dirán, por lo que se supone que no va a poder defenderse de las mentiras del Duque que sólo tiene ganas de ultrajarle y seducir a su esposa. El Duque, que sugiere al Marqués que deje de pasar todo su tiempo con su esposa, actúa como buen príncipe renacentista, hasta creerse un Maquiavelo: “He introducido la discordia!...(Ap.) Divide y vencerás, dijo Maquiavelo.—Marquesa...preciosa Conchita... (*Vase después de darles la mano.*)” (23). Al Duque, ridiculizado un poco por su comparación como Maquiavelo, sólo le interesa jugar con los demás personajes como si fuesen peones o títeres, aunque será éste el que se convierte en el títere del deseo de la Marquesa en el desenlace de la obra.

Navarrete habría concebido al Marqués y al Duque pensando en el tipo de la sociedad de buen tono conocido como el elegante—una palabra para designar a los que en el siglo XVIII se conocían como *petits-mâtres* o petimetres.⁸ Si es que la Marquesa no cuaja dentro de la definición que da Navarrete de la mujer-coqueta, cuya constitución se da por entendido, sí que el Marqués y el Duque son los mejores representantes del elegante que también describe en la colección de artículos costumbristas que se titula *Los españoles pintados por sí mismos* (1843). “La Coqueta” y “El Elegante,” artículos ahora bastante conocidos por la crítica, no son seres distintos para el cronista madrileño, ya que este “es el hermano legítimo de la coqueta. [. . .] [A]mbos son esclavos de la moda, ambos la tributan al más rendido culto. [. . .] Ella como él se consagra[n] al placer en todas sus variadas formas” (“El Elegante” 158). Navarrete también habla de estos hombres como mariposas en los bailes, tertulias y reuniones de la sociedad: “¡Qué es verle en las reuniones, o en las *soirées* y en los *raouts*, como él dice siempre, volar cual ligera mariposa, de flor en flor, buscando la más bella y la mas lozana, soltando aquí una palabra dulce,

allá una reconvención, mas lejos un elogio, allí una invectiva sangrienta o un sarcasmo, que a veces sobra para descomponer unos amores de tres años!” (159). Los elegantes van “de flor en flor” contando chismes y seduciendo a las mujeres como si fuese un oficio—se supone que el simbolismo aquí es bastante transparente. Para Navarrete, son también los descendientes de Narciso, hombre que “pasaba las horas muertas contemplándose en la límpida corriente de los ríos, por no haberse descubierto todavía en Venecia ese objeto tan útil y querido de las hermosas” (158). Esto recuerda a la observación del Duque sobre el hecho de que el Marqués ya no ofrece la moda, sino que es copia. Hay una ansiedad por las apariencias que no se evidencia en la Marquesa, que efectivamente se deshace de tales calificadores sin hacerles mucho caso.

Si se considera el desenlace de *Un matrimonio a la moda*, no hay lugar a dudas de que Navarrete está criticando a estos hombres que se comportan como sus “hermanas sociales,” las mujeres frívolas y coquetas. Díaz-Marcos se refiere a estos dos textos de Navarrete, afirmando que “[a]mbos textos ofrecen una visión casi aislada dentro del panorama de la literatura decimonónica, donde una y otra vez la figura del dandy queda a la sombra frente a los excesos trapísticos que se consideran exclusivos de la mujer” (91). El Marqués, en varias maneras, se ve “feminizado,” pues según Díaz-Marcos “[l]a moda se percibe como asunto femenino que eventualmente acarrea la ruina económica de la familia y de la nación porque, como venía manifestándose desde el siglo XVIII, el afán de lujo de estas hacía que muchos hombres prefirieran quedarse solteros, lo que atentaba seriamente contra el crecimiento demográfico” (92). Como pareja, el Marqués es muy distinto a su esposa en que es él quien se libra del gasto y ella quien intenta corregirle. La Marquesa, como Guiomar en *La familia a la moda*, representa la voz de la mujer fuerte que no va a seguir permitiendo las frivolidades del esposo. En una conversación con su hermana Adela, la Marquesa revela su *modus operandi* para con su marido. Adela, la hermana de la Marquesa, es como una inversión de ésta, ya que aspira a casarse con un hombre fino, como el Marqués o el Duque, y dice que su hermana debería haberse casado con Emilio, un hombre más sencillo. Margarita le reprime a su hermana dado que ella tiene otra idea del matrimonio: “¡Qué niñada! En el matrimonio es menester que los caracteres sean diferentes, para que el uno corrija al otro; para que el más prudente indique al más imprevisor los escollos en que puede estrellarse” (24). El Duque y la Marquesa intentan “corregir” las imperfecciones del Marqués—el Duque quiere que se dedique más a la sociedad mientras que la Marquesa quiere guiarle por otro camino. Son los proyectos correccionales de la Marquesa que vencen al desenlace de la obra a partir de su agencia.

Si algunos de los personajes representan títeres, y los otros títeres, de la sociedad de buen tono y las costumbres asociadas con ella, la Marquesa se concibe fuera de estas reglas de una ciudad mezquina, invernal y moderna. La representación de la ciudad como torbellino o lugar frenético y maquinal no es nada nuevo en la literatura europea y quizás se nota de manera más palpitante y real cuando la gente de las ciudades empieza a ver una ciudad transformada tal y como París bajo las transformaciones de Haussmann, y Madrid y Barcelona bajo sus ensanches o *eixamples*.⁹ La Marquesa se muestra nostálgica al hablar de la vida del campo y por ende un símbolo de una época anterior o atemporal.

En *Un matrimonio a la moda*, es la mujer, sobre todo la Marquesa, quien personifica la naturaleza y la autenticidad, pues ella quiere fugarse de Madrid. En el primer acto, el espectador es testigo de una escena en que la pareja doméstica evoca a los pastores bucólicos de las églogas de Garcilaso, provocando risa en el Duque que se introduce en la escena, interrumpiendo el momento sentimental. Para criticarla y contrastarla con la sociedad que prefiere, la Marquesa pinta un retrato de la sociedad mezquina en la que vive la pareja, definiendo el matrimonio “a la moda” o cómo se encuentra en tal sitio: “Entonces no hay tiranía igual a la tiranía de la sociedad a que pertenecemos: ella tiene leyes rigurosas que disponen de la fortuna, de la felicidad, del reposo del que las observa; ella castiga al que no las cumple con la mofa y el escarnio” (13). Esta intervención de la Marquesa presagia el plan eventual y la llegada venidera del Duque de la Pradera, uno de los libertinos de los que habla y representante de una aristocracia caprichosa y decadente, que se esmera en seducirla a través de toda la obra.

Justo antes de la interrupción, la Marquesa le hace una proposición a su marido, sugiriéndole a él que renuncie a este “método de vida” (15):

- MARQU. Podemos renunciar a él.
 MARQ. ¿Y cómo?
 MARQU. De la manera más sencilla.... Se acerca la primavera....
 Vámonos a Andalucía.
 MARQ. Sí, sí.... Dentro de ocho días.
 MARQU. No, mañana mismo.
 MARQ. Sea mañana mismo.
 MARQU. Iremos a Granada, a la casa donde naciste.... a la misma
 donde tu madre murió...
 MARQ. ¡Pobre madre! (*Muy conmovido.*)
 MARQU. Nos consagraremos a la beneficencia.... a hacer felices a los
 que nos rodeen...
 MARQ. ¡Eres un ángel!
 MARQU. Y el invierno, si quieres que regresemos a Madrid, habrás
 perdido esos hábitos de disipación, roto peligrosas...
 amistades, y si no queremos presentarnos en el mundo con
 tanta frecuencia...(15)

La finca granadina resulta ser un símbolo importante, tanto en el desarrollo de la obra como en el análisis de los deseos de la Marquesa y el hecho de ser representante de una vida retirada. Si se recuerda el punto de vista de Felski, esta representación de la mujer simboliza lo elemental en la conciencia decimonónica. Según ella, “[a]n idealized image of the feminine has historically functioned as the significant site of [such] nostalgic longing for home on the part of both men and women” (60). Se asocia a Madrid o la metrópolis moderna con lo invernal, lo frío, lo estéril, mientras que Granada—las provincias/el campo—representa la primavera, lo caluroso, lo fecundo.¹⁰ Se concibe a este lugar en el sur en relación con la mujer, ya que es el sitio donde nació el Marqués y donde murió su madre; no hay ninguna mención del padre. Al referirse a la madre, las palabras de la Marquesa provocan nostalgia en el Marqués (“Muy conmovido”) reforzando el argumento de Felski sobre la mujer como representante de la nostalgia. Es a la vez sujeto

y agente de este sentimiento y esto se ve en el discurso de la Marquesa con su esposo. Aunque el esposo elogia y venera este lugar nostálgico, fuera del tiempo y del espacio para él, en un momento dado, no le resulta nada difícil venderla para pagar sus deudas al enterarse de sus cuentas: “Pues bien, vende la finca de Andalucía, vende lo que quieras” (*Un matrimonio a la moda* 28). A la sugerencia del Duque, el Marqués quiere comprarle unos diamantes a Amalia—una amante posible—lo que no puede hacer sin vender la finca, mientras que la Marquesa está dispuesta a vender sus joyas para recuperar el lugar que para ella y el Marqués representa la maternidad y la memoria nostálgica de la infancia. El lenguaje de la Marquesa le recuerda al Marqués a su infancia y es ella, Margarita, quien es el vínculo entre su presente y su pasado. Si la Marquesa no hubiese provocado su memoria, el Marqués no habría tenido ningún problema en vender la finca sin jamás pensar en su “pobre madre”—la Marquesa reescribe la historia y reintroduce el linaje de la mujer como antecedente signifiante y primordial de la familia.

La elocuencia de la mujer seduce al Marqués que se sienta al lado de ella, arrodillándose y asiéndole las manos, lo que simboliza la posición superior de la Marquesa en el discurso que versa sobre la autenticidad del campo y lo sencillo de la vida retirada. En este momento, llega el Duque, experto en la moda de la actualidad, y se burla de la escena con la cual se topa:

Siento infinito haberlos venido a interrumpir en tan interesante situación. ¿Ibas a componer un idilio, chico? Porque en este momento tienes todo el aire de un pastorcito de la Arcadia, de un zagalejo enamorado [. . .] ¡Un matrimonio de catorce meses para el que dura todavía la luna de miel!...Francamente, esto es de muy mal tono. [. . .] [E]s el colmo de la extravagancia que le encuentren a uno a los pies de su esposa [. . .] Si se supiese esto por Madrid, estabas divertido. ¡No se reirían poco de ti! (16)

El Duque concibe la escena como si se hubiese introducido en un cuadro de Watteau y su campo semántico opresor evoca el mundo de las novelas sentimentales. Para él, el Marqués es un “pastorcito de la Arcadia,” un “zagalejo” y un “doncel.” Su uso de este lenguaje, que le es despectivo al Marqués con el uso del diminutivo, es perteneciente a un período ya pasado para él mismo—está fuera de la moda y de los usos del día, cayendo para él dentro de “lo cursi” (*Valis* 3-30). Su referencia casual a la luna de miel sugiere que un esposo y una esposa a la moda no deben dejarse llevar por los sentimientos anacrónicos cuando ya se han acabado las celebraciones de la boda, sobre todo en la esfera pública. El Duque, como portavoz del buen tono, refleja bien esto en su reacción en que se refiere al matrimonio del Marqués y la Marquesa como si todavía estuviesen en la luna de miel. Según Colette Rabaté, “cualquiera que sea la imagen dada por los escritores, la luna de miel aparece como un período muy breve y para la sociedad de buen tono, las manifestaciones públicas de ternura son incongruentes y ridículas” (127). Aunque la pareja estaba en su casa dentro de la esfera privada, la introducción inesperada del Duque sugiere que este mundo doméstico está bien tejido en las redes de la sociedad madrileña. Además de esto, una luna de miel de catorce meses habría parecido un período de tiempo exagerado ya que, “[c]ouples honeymooned for at least a week, if possible, at fashionable destinations such as Paris or London” (*Cruz* 42). La reacción del Duque confirma la crítica de la sociedad expuesta por la Marquesa que

habla de una sociedad donde el esposo tiene que ser frío con su esposa en observación de los usos y costumbres del día.

Además de su deseo de salir hacia Granada, para una vuelta a la autenticidad nostálgica, hay varios momentos en que la Marquesa deja que brille su agencia en la obra de Navarrete, que sean sus palabras o sus acciones. En el primer acto, antes del fallo de su primer intento del viaje a Granada, la Marquesa describe al esposo cuán dichosos serían si fueran a Andalucía, y la Marquesa emplea un lenguaje firme y enérgico, hasta agresivo frente al esposo, sin caer en el estereotipo de la mujer fuerte o varonil: “[C]uidado con interrumpirme. Es muy extraño, repito, que con esas cualidades y con un corazón recto y noble, se someta a ser esclavo de necias preocupaciones” (14-15). El Marqués, que también en esta escena se había arrodillado al lado de su esposa con cara de “zagalejo” se somete a su palabra, siendo inferior tanto en el discurso como en su posición arrodillada. Ya se sabe que el proyecto de la Marquesa es hacer el viaje que surtirá efecto al final de la obra.

La Marquesa también se defiende frente al Duque que no solo intenta separarla de su esposo, sino que también trata de seducirla. El Duque, creyéndose superior tanto por su título como por ser representante del “sexo fuerte,” es también símbolo de la ciudad al decirle a la Marquesa que el Marqués ha de abnegarse a la sociedad. Ella le responde diciendo: “Déjeme usted a mí que yo lo haga feliz a mi modo, y le aseguro que lo alcanzaré” (18). La Marquesa no solo es objeto bajo los ojos del Duque, sino también su igual, aunque su título no sea el de duquesa. Esta cita del acto primero tiene aire de una apuesta entre dos rivales, en donde el objeto de la disputa es el corazón del Marqués, que ni está presente cuando los dos hablan, ya que este se ha ido para cambiarse la ropa y para alistarse para su gala. Al disgusto del Duque, su locuacidad astuta no funciona con la Marquesa:

DUQUE. Pero yo no puedo consentir que usted [. . .] encierre sus gracias y sus encantos en el interior del hogar doméstico. La rosa fresca y pura, que se entreabre con la brisa de la mañana, no debe morir donde ha nacido, en el fondo solitario del valle; la perla magnífica de los mares no ha de quedar encerrada en su concha, sino que ha de brillar en la corona de los monarcas.

MARQU. Muchas gracias (*levantándose.*) por esas lisonjas, señor duque; pero le aseguro a usted que en mí no hacen efecto. Si es cierto que valgo tanto como usted dice, basta con que mi marido me aprecie y me ame; la admiración de los demás me es de todo punto indiferente. (18-19)

La Marquesa se quita de la escena cuando no le conviene quedarse. El campo semántico del Duque también comenta sobre la mujer como símbolo de la naturaleza. Para él, la mujer es una rosa fresca y una perla que hay que cultivar. Pero ya estamos lejos del *carpe diem* de los humanistas renacentistas puesto que el Duque se interesa por lo que se puede producir de los objetos crudos de la naturaleza, siempre con fines económicos. A propósito nos hace pensar en su primer nombre, Enrique, lo que puede evocar vocablos

como enriquecer o rico. Aquí, las palabras elocuentes del Duque se convierten en anatema para ella. Ella no sólo es fiel a su esposo a través de toda la obra sino que pertenece a la definición de la coqueta que Navarrete describe en su ensayo costumbrista del mismo título: “La dama elegante de alto rango es la coqueta por excelencia, porque posee más medios de que disponer para servir a sus inclinaciones, y porque su vida entera se considera a perfeccionar el sistema que sigue” (“La Coqueta” 37). La Marquesa no es una de esas “flores” que se deja convertir en objeto frente a la mirada del hombre elegante. Ni es la rosa ni la perla del Duque y para ella, ni la casa ni la finca de Andalucía es un fondo solitario de un valle o una “concha cerrada”—invierte el lenguaje y transgrede contra las normas o expectativas del Duque.

Las palabras y las acciones de la Marquesa también cobran relevancia cuando al final de la obra cambia su método y se une al equipo del Duque para mostrarle al Marqués lo ridículo de su comportamiento. Antes de comenzar el acto tercero, la Marquesa está harta de las exigencias de la sociedad que se materializan bajo las formas de su esposo y el Duque:

- MARQU. He dicho a usted antes que mi salud exige imperiosamente mi ausencia de la corte; y ahora lo vuelvo a repetir. Si usted no quiere renunciar a los placeres que aquí son su único encanto, quédese en buen hora; yo no pretendo ya que usted me acompañe, sino que me deje partir sola.
- MARQ. ¿Sola? Tampoco es posible. [. . .] [T]ú me eres muy necesaria [. . .] ¿Quién luciría mis carruajes magníficos, mis soberbios trenes [. . .]?
- MARQU. Es decir que necesita usted a su esposa como un objeto más de lujo, como un mueble indispensable en sus salones!
[. . .]
- MARQU. [. . .] [L]os hombres tienen derecho para faltarnos cuando les acomoda. Si algún día que el corazón rebosa de dolor y de amargura, queremos nosotras vengarnos de esos agravios, castigar aquellas ofensas, el mundo nos lo prohíbe, ¡la sociedad nos rechaza si lo hacemos! Porque ella es muy justa, muy justa, y para los unos han instituido la pena y para los otros la impunidad [. . .] ¿No llevamos flores en la mano, diamantes en lo frente? ¿No somos reinas? ¡Reinas de comedias! Pero yo me acaloro... Yo me exalto. ¡Qué locura! (41-49)

En esta última escena antes del comienzo del acto tercero, está resuelta, aunque sea provocada también por los nervios. Se puede observar alguna solidaridad femenina en su discurso ya que invoca a todas las mujeres al usar el plural mayestático. Al tratar a su esposo de usted, un registro que también emplea con el Duque, se aleja simbólicamente de Alejandro al nivel lingüístico, manteniendo un trato más formal y distante para contrastar con su registro informal al comienzo y al final de la obra. Menciona los símbolos con los cuales la sociedad identifica a las mujeres (flores, diamantes), y también reconoce la supuesta posición elevada de reina que llevan las mujeres en la esfera

doméstica, aunque sea de manera sarcástica. Aunque el tono parece desesperado, ella sale de la escena con el Duque, ya sabiendo que va a unirse a él para que su proyecto se lleve a cabo, y es el Marqués el que se deja caer en un sillón, vencido y evocando los fallecimientos de las heroínas-víctimas del teatro romántico español, como lo hace Laura al desenlace de *La conjuración de Venecia* (1834) o Inés en *Don Juan Tenorio* (1844).

En el primer acto, cuando el Marqués empieza a alejarse de su pareja, ya que no está de moda, le dice a su esposa que los maridos no siempre deben andar juntos. La Marquesa se apodera de la misma retórica de su marido, justo antes de desenmascararse: “Que los matrimonios no vayan siempre juntos, como pudieran un sastre o un ebanista” (58). Las acciones del tercer acto demuestran el deseo por parte de la Marquesa de unirse a su enemigo, el Duque, para poder quitarle la venda al esposo. La Marquesa defiende su posición frente a las demás mujeres, reforzando su actitud del final del acto segundo al invocar la solidaridad femenina al revelar su proyecto transgresivo:

He desempeñado bastante bien mi papel para haber logrado engañar y deslumbrar a todos; y el Duque mismo me cree convertida a sus ideas, cuando yo soy la que en breve tiempo he hecho renegar de ellas a mi esposo. [. . .] Hemos malgastado la mayor parte de nuestra fortuna en un año, y hace ocho días Alejandro quería deshacerse de la finca más productiva, ¡de la que tenía para nosotros más dulces recuerdos! Felizmente yo lo supe a tiempo, y con las joyas magníficas que mi marido me ha prodigado, ¡redimí aquel asilo donde nos esperan muchos días de purísima felicidad! (64-5)

No se puede negar el peso simbólico que tienen las joyas aquí, ni lo que significaba la finca para ella. No solo es la finca lo que ha salvado, sino la finca “más productiva.” Si la finca es el sitio de la nostalgia femenina, también enfatiza su papel como lugar de producción. Ahora es el lugar de nacimiento del Marqués y de los primeros amores de la pareja, mientras que también es donde se produce la economía que puede salvar a la familia. Todo funciona por medio de la ingenuidad de la coda metateatral de la Marquesa, una ingenuidad de la cual la audiencia ha estado al tanto, que manipula el estereotipo de la mujer como ángel del ámbito doméstico para “engañar” al esposo dócil e inmaduro. Además de eso, la finca representa el pasado y el futuro de los marqueses y es la mujer la que protege este vínculo entre pasado, presente y futuro. Este trozo del texto también hace hincapié en la nueva movilidad económica de la mujer que tiene derecho a ahorrar o disponer de su dinero o sus alhajas como considere conveniente. La Marquesa vende sus joyas para salvar la finca granadina donde nació su esposo y donde murió la madre de éste. Las joyas le fueron regaladas por su marido y son como símbolos de la frivolidad de éste. Aunque las joyas son una codificación masculina de la mujer—como ya se ha mencionado más arriba, el Duque refiere a la mujer como una perla que ha de lucir en la corona de la sociedad urbana y no en las tinieblas de la casa—el mero hecho de venderlas para conseguir lo que realmente quiere demuestra por lo menos la agencia de Margarita como fuerte personaje femenino que supera las expectativas de los personajes de la obra además de los estereotipos que etiquetan a la mujer fuerte como marimacho.

Rita Felski sostiene que en las obras novelescas de Flaubert (*Madame Bovary*) y Zola (*Nana*, *Au Bonheur des Dames*), “[c]onsumption is presented as an act of tacit female aggression; women’s economic exploitation of their husbands and lovers not only allows them to indulge in hedonistic self-pleasuring but becomes their primary form of retaliation against male authority and their own lack of power in the public domain” (77). Pero aquí la represalia es aún más significativa de cierta agencia, ya que la Marquesa solo se comporta así para corregir al esposo, y transformar la situación doméstica. No le resulta en absoluto “natural,” y es así que su propia hermana comenta su artificio: “Ese cambio no me parece natural en ella. Es un esfuerzo que le cuesta mucho...” (32). Su cambio no proviene del subconsciente ya que ella es perfectamente sabedora de lo que hace y el resultado que buscaba.

En *Un matrimonio a la moda*, el telón cae a partir de la voz femenina que evoca otra muestra de la agencia de la Marquesa:

- MARQ. Mañana partiremos. ¿No es así? (*a su mujer.*)
 MARQU. ¿Mañana? No...esta noche misma. Y verás qué contentos, qué dichosos vivimos, no en el lujo y la opulencia, no inventando placeres frívolos, sino en medio de otros que satisfacen más al corazón y que llenan de dulzura el alma. La beneficencia, la amistad, esos son los más puros goces; y no buscaremos nuestros amigos en una clase sola; amaremos al que lo merezca, al que posea las virtudes
 [. . .]
 MARQ. ¡Margarita! ¡Margarita!
 MARQU. Y ya ves, querido mío, lo que cuesta ser hombre a la moda. Tú lo has pagado con tu fortuna...¡dichoso el que no lo paga con su felicidad y su honor! (66-7)

La marquesa emplea el futuro simple—verás, buscaremos, amaremos—en su último parlamento, lo que para el lector de la obra resulta ser revelador de su determinación y su agencia. Como Guiomar en *La familia a la moda*, que también tiene la última palabra en la obra de Gálvez de Cabrera, la Marquesa cierra la obra con una muestra de su sabiduría. Al emplear la primera persona plural, también le quita la palabra al esposo, que solo llega a exclamar el primer nombre de su esposa que es la que domina el discurso. Aquí no podemos hablar de un *Deus ex machina*, pero quizás se puede alterar este latinismo al decir que se trata de un “*Femina ex machina*,” ya que es la ingenuidad femenina de una mujer recta y noble de espíritu cuya voz y palabra llegan a superar la voz masculina. Ahora el Marqués busca la aprobación de su esposa.

En *Un matrimonio a la moda*, Navarrete presenta a una mujer protagonista que no se deja hacer víctima de sus circunstancias: ni de la frivolidad de su esposo o los personajes que la envuelven, ni de las cadenas de la sociedad madrileña que exige que cambie su forma de ser para adaptarse. La Marquesa, a diferencia de la coqueta, representa la mujer ideal. Como agente de su vida no solo corrige los malos hábitos de su esposo sino también las creencias de los demás personajes que la siguen como modelo ejemplar. Mientras que esta agencia se define dentro de una sociedad patriarcal donde el mismo autor defiende la

posición superior de la mujer—en el hogar—es desde luego evidente del protagonismo femenino del cual hay tanta carencia en el teatro decimonónico español. Al apoderarse de las finanzas de la familia, tal y como Guiomar en *La familia a la moda* de Gálvez de Cabrera, la Marquesa—mujer que aparece más joven e idealizada que Guiomar—dispone de su dinero como quiere, lo que demuestra que es una agente del matrimonio y no un mero objeto de su esposo y la sociedad a la que éste pertenece. Al deshacerse de sus joyas, la Marquesa rechaza de manera directa la frivolidad que simbolizan. Se usa el dinero que se gana para salvar la finca de Granada, lugar de importancia nostálgica para ella ya que representa una vida más sencilla y también el lugar donde nació el Marqués; no es un lugar de asociación patriarcal donde murió el padre, sino la madre, que también dio a luz allí.

Este estudio no ha intentado dar una proclamación definitiva sobre la representación de la mujer en la obra de Ramón de Navarrete—uno tendría que fijarse en un corpus entero de un autor cuyas obras transcurren desde artículos costumbristas hasta comedias a las cuales asistieron Isabel II y el rey Francisco de Asís de Borbón. Sin embargo, las observaciones que se encuentran en *Un matrimonio a la moda* acerca de la mujer en la época isabelina nos permiten ver lo complejo y lo contradictorio de su rol en la sociedad. Es a la vez una persona apoderada, una mujer-santa que goza de una posición superior a la del hombre en la esfera doméstica, pero también una mujer cuyas palabras y acciones son mitigadas por un autor masculino que niega la necesidad de una liberación de la mujer ya que para él no hay por qué liberarse de nada—ella es reina de la casa y de la pareja. De todos modos, es la Marquesa la que redefine el “matrimonio a la moda” para que se convierta en un matrimonio que le conviene a ella, un matrimonio a su modo de ver las cosas, a “su moda.”

University of Virginia

Notas

*Agradecimientos: Agradezco a David Gies el descubrimiento de la obra, y a Rachelle Phillips y a Carmen Moreno-Díaz por sus excelentes comentarios.

- ¹ Como escribe Enrique Rubio Cremades, Navarrete se había esmerado en brillar como novelista realista, hecho que se sabe gracias a sus artículos sobre este género en *El Semanario Pintoresco Español*, “pese a que en su época fuera más conocido y celebrado como periodista-cronista de la sociedad de buen tono y autor de célebres piezas teatrales, cuyas representaciones le dieron una gran popularidad” (285-86). Para más información sobre las obras novelescas de Navarrete, y una lista exhaustiva de sus obras literarias, véanse los artículos de Rubio Cremades y Rodríguez Gutiérrez.
- ² También era conocido por otros seudónimos como “*Leporello, Pedro Fernández, Mefistófeles, José Núñez de Lara y Tavira, Pedro Fernández y Asmodeo o Marqués de Valle Alegre*” (Rubio Cremades 285).
- ³ Según Teresa Pérez-Jofre, el Liceo Artístico y Literario de Madrid (1846–1856), cuya sede ocupaba la planta baja del Palacio de Villahermosa, “fue una de las más relevantes instituciones culturales del Madrid romántico, del que fueron socios los más importantes artistas [y] escritores [. . .] como Esquivel, Zorrilla, Pérez Villaamil, Gutiérrez de la Vega, Ramón Mesoneros Romanos, el Marqués de Molins, por citar algunos pocos” (s/p). El edificio hoy día es ocupado por la colección Thyssen-Bornemisza.

En la dedicatoria de *Un matrimonio a la moda*, Ramón de Navarrete la presenta al rey consorte, primo y esposo de Isabel II:

V.M. se ha dignado dispensar dos honras señaladísimas a la presente obra: la primera asistiendo al Liceo artístico y literario solo por ver su representación; la segunda dirigiéndome repetidas veces frases de aprobación tan expresivas y lisonjeras, que nunca se borrarán de mi corazón ni de mi memoria. Creo así que el único modo de manifestar mi profundo reconocimiento, es ofrecer a V.M. la humilde composición que fue objeto de tan insignes e inapreciables distinciones. Dígnese, pues, V.M. admitir este sencillo tributo de amor, de respeto y de gratitud. (3)

- ⁴ En España, fue el manual de comportamiento *El ángel del hogar* por María Pilar Sinués de Marco el que tradujo este concepto oficialmente al español, aunque ya con el estreno del *Don Juan Tenorio* de José Zorrilla en 1844 se puede observar el germen del lenguaje y vocabulario romántico que se reafirmará en la imagen de la mujer como ángel o santa de la casa y salvadora del hombre y de la familia a lo largo del siglo. Véanse Catherine Jagoe, et al., y Bridget Aldaraca.
- ⁵ En su análisis de textos sobre la mujer de la época isabelina, Collette Rabaté articula que, “[l]a expresión ‘ángel del hogar’ tiene en realidad su origen en la literatura inglesa de la época victoriana, ya que la emplea primero el escritor Coventry Patmore en el poema epónimo publicado en 1854. En España, esta metáfora cuaja rápidamente ya que connota la idea de abnegación, y exalta la triple misión de hija, esposa y madre” (174-75).

-
- ⁶ Como observa Russell Sebold, la palabra dandi aparece por primera vez en castellano en el manual de comportamiento masculino *El hombre fino al gusto del día: Manual completo de urbanidad cortesía y buen tono* (1829) de Mariano de Rementería y Fica, un texto adaptado de algunas obras francesas (209-10). Según Sebold, este tipo de manual versaba sobre las reglas y costumbres para los hombres y las mujeres de forma que estos pudiesen lucirse dentro de una sociedad de buen tono.
- ⁷ Para más información sobre representaciones de la economía doméstica en el teatro decimonónico, véanse los estudios más recientes de Buivan Kotancik (“Capital Values in Play”) y Gies (“*Gustos and gastos*”).
- ⁸ Véase la monografía de Penrose que analiza las representaciones de esta figura literaria del siglo XVIII y el homoerotismo en la literatura ilustrada.
- ⁹ Sobre las expansiones de Madrid y Barcelona durante el siglo XIX, véase el estudio de Cruz.
- ¹⁰ No se puede exagerar este vínculo entre la mujer y la naturaleza, ya que en obras como *El pelo de la dehesa* es el protagonista masculino, Don Frutos Redondo, quien personifica lo natural y lo rural.

Obras Citadas

- Aldaraca, Bridget. *El Ángel del hogar: Galdós and the Ideology of Domesticity in Spain*. Chapel Hill: Dept. of Romance Languages, University of North Carolina, 1991. Impreso.
- Buivan Kotancik, Davina. "Capital Values in Play: Representations of Economic Figures in Nineteenth-Century Spanish Theater." Diss. University of Virginia. 2014. Red. 6 de octubre de 2014.
- Cleminson, Richard, y Francisco Vázquez García. *Hermaphroditism, Medical Science and Sexual Identity in Spain, 1850–1960*. Cardiff: U of Wales P, 2009. Impreso.
- Cruz, Jesús. *The Rise of Middle-Class Culture in Nineteenth-Century Spain*. Baton Rouge: Louisiana State UP, 2011. Impreso.
- Díaz-Marcos, Ana María. "Esclavos del figurín." *Estrenado con gran aplauso: teatro español, 1844–1936*. Ed. Marsha Swislocki y Miguel Valladares. Madrid: Iberoamericana, 2008. 81-98. Impreso.
- Felski, Rita. *The Gender of Modernity*. Cambridge, MA: Harvard UP, 1995. Impreso.
- Gálvez de Cabrera, María Rosa. *Safo; Zinda; La familia a la moda*. Ed. Fernando Doménech. Madrid, España: Asociación de Directores de Escena de España, 1995. Impreso.
- Gies, David T. "Gustos and gastos: Anxiety, Economy, Nation, and the Theatre in Nineteenth-Century Spain." *Bulletin of Spanish Studies* (venidero).
- . *The Theatre in Nineteenth-Century Spain*. Cambridge: Cambridge UP, 1994. Impreso.
- Jago, Catherine, Alda Blanco y Cristina Enríquez de Salamanca, eds. *La mujer en los discursos de género: textos y contextos en el siglo XIX*. Barcelona: Icaria, 1998. Impreso.
- Kirkpatrick, Susan. *Las Románticas: Women Writers and Subjectivity in Spain, 1835–50*. Berkeley: U of California P, 1989. Impreso.
- León, Fray Luis de. *La perfecta casada*. Madrid: Espasa-Calpe, 1980. Impreso.
- Montero Padilla, José. "Introducción." *El pelo de la dehesa*. Madrid: Cátedra, 1977. Impreso.
- Navarrete, Ramón de. "La Coqueta." *Los españoles pintados por sí mismos*. Madrid: Gaspar y Roig, 1851. 36-40. Impreso.
- . "El Elegante." *Los españoles pintados por sí mismos*. Madrid: Gaspar y Roig, 1851. 157-60. Impreso.
- . *Un matrimonio a la moda*. Madrid: Imprenta de C. González, 1851. Impreso.
- Penrose, Mehl Allan. *Masculinity and Queer Desire in Spanish Enlightenment Literature*. Surrey, England: Ashgate, 2014. Impreso.
- Pérez-Jofre, Teresa. "Historia del Palacio de Villahermosa." *Museo Thyssen-Bornemisza*. Red. 6 de octubre de 2014.
- Rabaté, Colette. *¿Eva o María?: ser mujer en la época isabelina (1833–1868)*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2007. Impreso.
- Rodríguez Gutiérrez, Borja. "Ramón de Navarrete y *Misterios del corazón* (1845): ciudad del lujo y del glamour." *Anales de literatura española* 24 (2012): 43-66. Impreso.
- Rubio Cremades, Enrique. "El crimen de Villaviciosa, de Ramón de Navarrete: entre la crónica de sociedad y el relato de misterio." *Anales de Literatura Española* 20 (2008): 285-301. Impreso.
- Sabater, Pedro. "La mujer." *El Semanario Pintoresco Español* 4 (1842): 115-16. Impreso.
- Sebold, Russell P. "Fígaro y el hombre fino." *De ilustrados y románticos*. Madrid: Ediciones El Museo Universal, 1992. 209-13. Impreso.

Valis, Noël. *The Culture of Cursilería: Bad Taste, Kitsch, and Class in Modern Spain*. Durham: Duke UP, 2002. Impreso.