

## INTRODUCCIÓN

**E**N este volumen se estudian dos colecciones breves, editadas en Madrid, inscritas en el mercado de las colecciones de novela corta o de gran divulgación. Son homónimas y se titulan *El Cuento Nuevo*, pero no son épocas de una misma serie, sino publicaciones independientes, distanciadas en el tiempo: una, salió en los años 1918-1919; otra, entre 1934-1935.

Del primer *El Cuento Nuevo*, con un total de treinta y tres entregas, se encuentran algunos títulos en bibliotecas y bases de datos, aunque —que sepamos— ningún repertorio completo. Hemos trabajado a partir de las colecciones de Alberto Sánchez Álvarez-Insúa, Abelardo Linares y con ejemplares propios y de bibliotecas (Biblioteca Nacional de España y Biblioteca de Humanidades, Universidad de Sevilla). De la segunda, solo conocemos diez títulos<sup>1</sup>. La colección de Linares guarda estos diez números; también hemos repasado los ejemplares de la Biblioteca Nacional de España.

Entrando en el contexto editorial, ambas *El Cuento Nuevo* recuerdan, por el título, a la pionera *El Cuento Semanal*, de 1907, y remiten a la difícil delimitación entre cuento y novela o relato corto característico de la prensa y las colecciones populares o de consumo de principios del siglo XX (Ezama Gil, 1992). Según los índices preparados por Sánchez Álvarez-Insúa (1996a, 1997) y Alonso y Robin (2007), hubo preferencia por el término «novela» frente a «cuento» en un mayor número de revistas. Entre las que eligen el sustantivo «cuento» están *El Cuento*

---

1. Matizamos las cantidades indicadas por Sánchez Álvarez-Insúa (1996a: 103), treinta y seis y seis números respectivamente. En realidad, en la segunda, cambia la cantidad en el estudio introductorio y afirma que «alcanza una decena de números» (40). Alonso y Robin (2007: 180) repiten igual cifra, en el caso de la editada en 1918-1919; de la posterior, «Al menos 5 números publicados».

*Ilustrado, El Cuento Decenal, El Cuento Popular, El Cuento de la Suerte, Cuentos picantes, El Cuento Azul*, etc. En realidad, y como es sabido, estos títulos no significan un menor número de páginas. Por ejemplo, *El Cuento Nuevo* (1918-1919) ofrece unas veinticuatro o veinticinco páginas y *El Cuento Nuevo* (1934-1935), unas treinta; *La Novela Corta* tiene hacia treinta páginas, y *La Novela Semanal* consta de sesenta, pero su caja de texto es más pequeña. Elegir «cuento» tendría solo un valor comercial y apelaría al horizonte de expectativas del lector, recurriendo a dos criterios de esas colecciones: brevedad y entretenimiento. El adjetivo «nuevo» pretende añadir atractivo al producto, prometiendo la diversión de lo inédito, subrayando –como objeto de consumo– lo peculiar y distintivo de su mercancía (pareciéndose a títulos como *La Novela de Actualidad* o *La Novela Nueva*). Asimismo, insiste en la originalidad de los títulos. Algunas empresas extendieron contratos de exclusividad con sus autores, pero la demanda de relatos breves era muy alta y algunos sucumbieron a entregar el mismo, o a adaptarlo, en varias revistas del circuito, lo que defraudaría al público, haciendo peligrar la venta. No fue una costumbre infrecuente y es conocido el caso de Emilio Carrere y sus «refritos». También Diego San José o Alberto Insúa jugaron a duplicar textos. San José lo contaba así: «Metí la pluma en todas las novelas cortas que a la sazón se publicaban y, era tanta la demanda, que llegué a cultivar el “refrito” como Carrere, cambiándolas de título [...]» (2018: 317). En su publicidad, la empresa del primer *El Cuento Nuevo* promete relatos inéditos y asegura que los escritores los han compuesto «expresamente» para la colección. San José volvió a colocar los dos relatos que presenta en *El Cuento Nuevo* (*Hacia la Corte del Buen Retiro* y *La dama duende en Madrid*) en los números 249 y 266 (1920 y 1921) de *La Novela Corta*.

Los novelistas ganaron más por sus historias en función de su prestigio y si aportaban cuentos originales; al menos así era en otras colecciones. En 1910, *El Cuento Semanal* pagaba doscientas pesetas «a la generalidad de los escritores Bueno, Castro, Palomero, Bello, etc.» y, si el cuento no era de estreno, «naturalmente los autores nos hacen una rebaja» (Menéndez Pelayo, 2012: 5)<sup>2</sup>. Buen precio a la altura de comienzos de la década, que explica el interés de tantos autores por introducirse en este mercado y mantenerse en él.

---

2. La cita procede de una carta remitida por el director de *El Cuento Semanal*, Francisco de Agramonte, a Enrique Menéndez Pelayo. Agramonte propone al montañés pagarle ciento cincuenta pesetas por su relato; finalmente le pagó doscientas.

En 1934, cuando Ángel Villatoro rescataba el nombre de la cabecera para la segunda colección, el adjetivo «nuevo» tenía otras implicaciones. Metonímicamente, la novedad pasaba del texto a su autor, y su nombre era entonces lo «nuevo». Nuevos por noveles, en muchos casos, y nuevos, sobre todo, frente a «los viejos», a los consagrados, a «los escritores de hace veinte años [que] defienden sus puestos con tesón, ya que no con calidad de labor y aprovechándose de su situación ventajosa, no se resignan a desaparecer cerrando el paso a los nuevos valores», en palabras de Florentino Hernández Girbal, primer colaborador de *El Cuento Nuevo* (1 septiembre 1934: 1). El grupo humano que formó esta colección logró convivir en perfecta armonía, sin rencillas, a pesar de que ideológicamente mantuvieran posiciones opuestas en un momento muy complicado de la historia de España.

\* \* \*

Con respecto a la estructura de este volumen, atendemos de manera independiente a la descripción de cada colección y a la lectura de sus cuentos. Asimismo, elaboramos un catálogo completo por separado, pero usando un mismo modelo de ficha. Sin embargo, optamos por ofrecer de manera conjunta la breve biografía y comentario de la producción de los autores, por orden alfabético, así como los índices de autores y títulos. Incluimos, después, una selección de cuentos de las dos colecciones y, para terminar, una galería de imágenes, con el total de las cubiertas y portadas.