

WILKIE COLLINS

EL PÚBLICO, ESE DESCONOCIDO

Edición, traducción y prólogo de
Miguel Martínez-Lage

Libros del Tiempo Ediciones Siruela

El público, ese desconocido*

¿Componen los clientes de las casas editoriales, los miembros de los clubes del libro y de las bibliotecas de préstamo público, junto con los que compran y toman prestados periódicos y revistas, componen, me pregunto, la gran masa del público lector que existe en Inglaterra? Hubo un tiempo en el que si alguien me hubiese formulado esta pregunta, yo por lo menos habría contestado con toda certeza que sí.

Ahora estoy mejor informado. Lejos de componer la masa de los lectores ingleses, el público que acabo de mencionar representa nada más que una minoría.

Este pasmoso descubrimiento me fue llegando de manera paulatina. Hice mis primeros avances en esta dirección cuando salía a caminar por Londres, y de manera especial se me hizo patente en los barrios de segunda y de tercera. En tales ocasiones, siempre que

* «The Unknown Public», primera edición en *Household Words*, 21-VIII-1858, págs. 217-222. En la reimpresión en el volumen *My Miscellanies* lleva por antetítulo «Curiosidades literarias, 1». [N. del E.]

pasaba por delante de una pequeña papelería, o por delante de un pequeño estanco, de una forma mecánica empecé a tomar constancia de determinadas publicaciones que ocupaban sempiternamente los escaparates. Estas publicaciones parecían ser todas de pequeño formato, en octavo: parecía que constasen tan sólo de unas cuantas páginas sin encuadernar, y todas ellas llevaban una imagen en la mitad superior de la portada y algo de texto en cuerpo apretado en la mitad inferior. Por un tiempo reparé tan sólo en eso, nada más. Ninguno de los caballeros que se arrogan el derecho de guiar mi gusto en materia de literatura había encauzado jamás mi atención hacia estas misteriosas publicaciones. Mi revista preferida, lo creo firmemente, sigue sin tener a día de hoy constancia de su existencia. Mi emprendedor librero –que trata de llamarme la atención sobre toda clase de libros que no quiero leer, acaso porque ha comprado la tirada entera de un título por hallarla a un precio razonable– nunca ha probado suerte con uno de esos volúmenes endeble, sin encuadernar, en octavo, que he visto en las pequeñas tiendas de barrio. Día tras día, semana tras semana, esas misteriosas publicaciones aparecían afantasmadas en mis paseos, fuera por donde fuese, y yo seguía desatento, y no me detenía para apreciarlas con detalle. Me fui de Londres y viajé por media Inglaterra. Aquellas desatendidas publicaciones me siguieron por todos lados. Estaban en todas las localidades, grandes y pequeñas. Las vi en fruterías, en marisque-rías, en tabaquerías, en tiendas de caramelos. Ni siquiera las aldeas –las aldeas pintorescas, aldeas de olo-res fuertes– estaban libres de su presencia. Allí donde

la osadía especuladora de un paisano lo llevó a abrir un comercio, allí donde los apetitos y las necesidades de otros mortales le impedían que lo cerrase, allí, o al menos así me lo parecía, entraba en el acto el pequeño volumen en octavo, sin encuadernar, para acomodarse llamando la atención en el escaparate, insistiendo en que todo el que por allí pasara lo mirase. «Cómprame, llévame prestado, mírame, róbase. Desafecto forastero, haz lo que quieras, ¡pero no me dejes de lado!»

Bajo esta compulsiva insistencia, no pasó mucho tiempo hasta que empecé a pararme delante de los escaparates de las tiendas y a mirar con atención este espécimen de lo que para mí era una nueva especie de producción literaria, un espécimen que todo lo invadía. Trabé conocimiento con uno de ellos en medio de los desiertos de Cornualles; a otro lo traté en una populosa vía pública de Whitechapel; topé con un tercero en un lóbrego pueblecillo perdido del norte de Escocia. Visité los adorables paisajes del sur de Gales; el modesto ferrocarril no había penetrado en ellos, pero el audaz volumen en octavo, con su ilustración de cubierta, ya había encontrado aquellos recónditos lugares. ¿Quién iba a resistirse a este perpetuo llamamiento, a esta inevitable vocación, a esta espléndida exigencia de que se le diera noticia y se le patrocinase? De mirarlos en los escaparates de las tiendas pasé a entrar en las propias tiendas a comprar especímenes de esa langosta fugitiva que son estas pequeñas publicaciones –para examinarlas estrictamente, de la primera a la última página– y, por último, para iniciar mis pesquisas en torno a estas publicaciones y en toda

clase de parajes donde me pareció que tenían que estar bien informados al respecto. El resultado no es otro que el descubrimiento de un Público Desconocido, un público que podrá contarse por millones. Es el misterioso, insondable, universal público de las novelas que aparecen en las revistas de a penique*.

Ahora mismo tengo delante de mí cinco de estas revistas, representadas por un ejemplar de muestra de cada una de ellas, adquirido al azar. Son muchas más, aunque estas cinco representan bien a los miembros mejor establecidos y de más éxito que ha dado la familia literaria. El mayor de ellos es un robusto mozalbate de quince años; el menor es un bebé de tres meses. Las cinco se venden al mismo precio, a un penique; las cinco se publican con regularidad semanal; las cinco contienen más o menos la misma cantidad de texto. La tirada semanal de la más exitosa de las cinco ahora se anuncia públicamente, y se cifra (según informaciones fidedignas, sin que medie exageración ninguna) en torno al medio millón de ejemplares. Dando por sentado que las otras cuatro alcancen en

* Acaso convenga aclarar que empleo esta expresión, algo torpe [*penny-novel-journals*], para recalcar la diferencia que existe entre una revista de a penique y un periódico de a penique. Ahora me refiero a la «revista». El «periódico» es un asunto completamente distinto, con el cual este artículo no guarda ninguna relación. [N. del A.]

Collins amalgama en su neologismo trimembre los rasgos esenciales de estas publicaciones: su periodicidad, su bajo precio y el hecho de que traigan siempre una novela por entregas. [N. del T.]

conjunto una tirada de otro medio millón (con lo cual posiblemente nos situamos muy por debajo de una estimación ajustada), tenemos unas ventas semanales de un millón de ejemplares de un total de cinco revistas de a penique. Calculando que sólo haya tres lectores por cada ejemplar vendido, el resultado es que existe un público que consta de tres millones de lectores, un público desconocido para el mundo literario; desconocido, en calidad de discípulos, para toda la corporación de los que se dicen críticos; desconocido, en calidad de clientes, tanto en las grandes bibliotecas como en las grandes editoriales; desconocido, como público receptor, para los distinguidos escritores ingleses de nuestro tiempo. Un público de tres millones de lectores, que se encuentra fuera del alcance de la civilización literaria, es un fenómeno que bien vale la pena examinar, un misterio que seguramente al más agudo de todos nosotros no le resultará fácil de resolver.

En primer lugar: ¿quiénes son esos tres millones, ese Público Desconocido, según me he aventurado a llamarlos?

El público lector conocido, la minoría a la que ya nos referimos, es fácil de descubrir y de clasificar. Está el público religioso, que tiene libreros y literatura propios, tanto revistas y periódicos como libros. Está el público que lee en busca de información, que se dedica en exclusiva a los libros de historia, las biografías, los ensayos, los tratados, los libros de viajes y de exploraciones por tierras lejanas y cercanas. Está el público que lee en busca de entretenimiento, y que es afecto a las bibliotecas de préstamo público y a las pequeñas librerías de ferrocarril. Está, por último, el público que

no lee nada más que periódicos. Todos sabemos dónde echar el guante a las personas que representan cada una de estas clases. Vemos encima de sus mesas los libros que les gustan. Los vemos al salir a cenar, les oímos hablar de sus autores preferidos. Sabemos incluso, si es que estamos de veras versados en cuestiones literarias, qué barrios de Londres son los que habitan determinadas clases de personas con las que se puede contar de antemano con que sean lectores devotos de un determinado tipo de libros. En cambio, ¿qué sabemos de la inmensa mayoría que está al margen de la ley, de las tribus literarias perdidas, de los prodigiosos, de los aplastantes tres millones? Absolutamente nada.

Yo, personalmente, y lo digo con pesar, tengo un amplísimo círculo de conocidos. Desde que emprendí la interesante tarea de explorar al Público Desconocido, he intentado descubrir entre mis queridos amigos y mis enemigos acérrimos (ambos figuran por igual en mi carnet de visitas) a uno que sea suscriptor de las revistas de a penique que traen novelas por entregas, y aún no he visto coronar con éxito mis intentos. He oído teorías esgrimidas sobre la probable existencia de las revistas de a penique que se encuentran en las reuniones de costura de las cocinas, en la trastienda de una barbería, en el grasiento encierro que se respira en los reservados de las casas de comidas. Pero aún no he encontrado nunca a ningún hombre, mujer o niño que pueda responder con llaneza y afirmativamente a esta pregunta: «¿Es usted suscriptor de una revista de a penique?». A ninguno que me pudiera enseñar la revista en cuestión. He aprendido hace ya algunos años a no tener esperanzas de encontrar a una

sola mujer, pasada cierta edad, que no haya recibido una propuesta matrimonial. Hace ya mucho tiempo que he desechado toda esperanza de encontrar a un hombre que haya visto a un fantasma en persona, a diferencia de ese otro tipo inevitable que tiene un amigo del alma que sin ningún género de dudas ha visto a uno. Son sólo dos, entre muchas otras aspiraciones de una vida derrochada, a las que definitivamente he renunciado. Ahora he de añadir una más a mi lista de ilusiones perdidas.

Por consiguiente, a falta de cualquier información positiva sobre el asunto, sólo es posible proseguir la presente indagación aceptando todas las pruebas contrarias que puedan ayudarnos a conjeturar, con mayor o menor exactitud, cuáles son la posición social, las costumbres, los gustos y la inteligencia media del Público Desconocido. Mediante una cuidadosa argumentación, procediendo por inferencias, aún podemos albergar la esperanza de que en este terreno acaso lleguemos a algo así como una conclusión segura, aunque no sea satisfactoria.

De entrada, se puede dar por sentado –a la vista de que el elemento básico en la confección de las cinco revistas que tengo delante de mí se compone de relatos– que el Público Desconocido lee en busca de entretenimiento, más que de información.

A juzgar por mi propia experiencia, yo me inclinaría a añadir que el Público Desconocido prefiere la cantidad antes que la calidad cuando gasta un penique por semana en literatura. Al comprar mis cinco ejemplares de muestra en cinco tiendas distintas, abordé intencionadamente al individuo que me en-

contré detrás del mostrador en cada una de las ocasiones, haciéndome pasar por integrante del Público Desconocido –digamos que era el número tres millones y uno–, deseoso de hallar a quien me guiase en el pago de un penique por recomendación del tendero mismo. Esperaba que con este proceder me fuera dado oír alguna crítica popular, y llegar asimismo a saber cuáles pueden ser las condiciones del éxito, en una rama de la literatura que para mí era completamente nueva. En ninguno de los casos recompensó mis esfuerzos ese resultado. El diálogo entre vendedor y comprador siempre adquirió un sesgo práctico del estilo que sigue:

Lector, número tres millones y uno: Quisiera llevarme una de las revistas de a penique. ¿Cuál me recomienda?

Vendedor emprendedor: A unos les gusta una, a otros les gusta otra. Todas son buenas por lo que vale un penique, eso sí. ¿Ésta la ha visto?

–Sí.

–¿Ha visto ésa?

–No.

–¡Pues mire, mire, que por lo que vale un penique...!

–Ya, pero... ¿y las historias que trae ésta? ¿Son tan buenas como las que trae esa otra?

–Bueno, verá... Es que a unos les gusta una, a otros les gusta otra. Unas veces vendo más de una, otras veces vendo más de otra. Tome las de todas las semanas del año* y se dará cuenta de que no cambian ni un ápico.

* El tendero le dice a Collins: «Take ‘em all the year round...». *All the Year Round* fue la cabecera, propiedad de Charles Dickens

ce, que yo vea, la una de la otra. Lo mismo trae la una que la otra, lo mismo una que otra parecida. Todas son buenas, por lo que vale un penique. Dios bendiga su alma, caballero, y lléveselas todas y ya lo verá. Todas son buenas, por lo que vale un penique, elija la que más rabia le dé.

Nunca logré ir un paso más allá de esto, por mucho que lo intentase. Y eso que he visto que los tenderos, hombres y mujeres por igual, siempre están dispuestos a hablar de muchos otros temas. En cada una de estas ocasiones, lejos de llevarme ninguna colleja por el hecho de estar interrumpiéndoles en sus quehaceres, me encontré detenido en la tienda por razones de tipo social, después de haber hecho mi adquisición, como si fuera un viejo conocido. He recibido toda clase de informaciones curiosas sobre infinidad de temas, con la salvedad de una buena revista de a penique que ya llevaba en el bolsillo. ¿Conoce el lector los hechos singulares relacionados con el Everton Toffey? Es como el agua de Colonia. Sólo existe una genuina receta para fabricar aquél en todo el mundo. Ha sido herencia de una familia desde la antigüedad más remota. Se puede ir aquí, allá y acullá, y comprar lo que uno cree que es el Everton Toffey (o el agua de Colonia), pero no hay más que un lugar en todo Lon-

(1859-1895), en la que publicaría Collins algunas de sus novelas brillantes después de haber publicado estos artículos en *Household Worlds*, a la que sucedió. Es altamente probable que el título («Todos los días del año») esté tomado de esta anécdota y, a su vez, de un verso de *Otelo* que figuraba en la cabecera de la revista.
[N. del E.]

dres, como no hay más que un lugar en toda Colonia, en el que se pueda adquirir el artículo genuino, lejos de imitaciones. Esa información me la dieron en una tienda en la que vendían revistas de a penique. En otra, el propietario me explicó su nuevo sistema para fabricar ballenas de corsé. Se ofreció a proporcionar a mi esposa algo que realizase su musculatura sin pellizcarle las carnes; aun es más, era de esos tenderos que luego no cobran al cliente salvo que nosotros dos nos diéramos por satisfechos. Era un hombre parlanchín e inteligente; me supo hablar de mil cosas, no sólo de ballenas, tanto que di por hecho que me podría proporcionar la información de la que andaba yo necesitado. Pero en esto volví a llevarme una decepción. Tenía un cúmulo perfecto de revistas de a penique encima del mostrador; las tomó a puñados y gesticuló con ellas lleno de bríos; después las depositó con fuerza en el mostrador y las amontonó a la vez que me dijo que «todo el montón se habrá vendido esta misma noche»; sin embargo, cuando lo tuve acorralado, se limitó a repetir la fórmula consabida: «Una buena revista de a penique, ¡más no le puedo decir! Dios lo bendiga, caballero; eche un vistazo a cualquiera de ellas, ya verá usted lo que vale una revista de a penique».

Tras haber llegado mediante inferencias a las dos conclusiones, esto es, que el Público Desconocido lee por entretenimiento y que prefiere la cantidad en sus lecturas, antes que la calidad, me habría resultado difícil avanzar hacia nuevos descubrimientos de no ser por la existencia de una muy notable ayuda en mis indagaciones, que resulta ser común a todas las revistas de a penique.