

2 EL CRECIMIENTO DEL PÚBLICO LECTOR

El historiador tiene ante sí la posibilidad de escoger varias fechas diferentes para datar la aparición de un público lector en Gran Bretaña, de acuerdo con las interpretaciones variables que contiene esa expresión. La lectura regular, aunque sólo fuera de los diarios, recién llegó en el siglo xx a una mayoría de nuestro pueblo, mientras que la lectura regular de libros conquistó una escasa mayoría recién en nuestra generación. No obstante, en el siglo xix hubo una gran expansión de la lectura, a veces de dimensiones espectaculares, mientras que en el siglo xviii también hubo un importante desarrollo que creó el periodismo regular y a la vez modificó la base social de la literatura. Si nos remontamos aun más atrás, encontramos un crecimiento real aunque desparejo en el siglo xvii y luego debemos desandar el camino de ese desarrollo hasta la introducción de la imprenta en la década de 1470. De hecho, sin embargo, si adoptamos una definición mínima y buscamos la reproducción regular de cierta cantidad de ejemplares de un libro, debemos retrotraernos, en este país, al menos hasta el siglo viii. En Roma había existido la práctica de organizar la producción múltiple mediante un sistema de copiado grupal al dictado, y se ha afirmado que de este modo una edición de entre quinientos y mil ejemplares podía estar lista un día después de la entrega de la obra. Un método similar de publicación se adoptó, sin duda, en los *scriptoria* de los monasterios, y esa producción está documentada en York en los tiempos de Alcuino. Aunque muy lenta de acuerdo con los criterios modernos (la edición en un día dependía de que hubiera miles de esclavos disponibles y, de ser veraz el dato, habría sido excepcional), es fácil subestimar la cantidad de libros que se ponían en circulación de ese modo, y si bien gran parte

del trabajo de copia se destinaba desde luego a finalidades profesionales inmediatas, existen pruebas de que algunos libros se vendían fuera de los monasterios y más adelante fuera de las universidades, que se habían unido a aquéllos en la producción. Sin lugar a dudas, en los siglos xiv y xv, antes de la introducción de la imprenta, había libros manuscritos que eran vendidos por mercaderes en las ferias, por buhoneros y, en Londres, por tenderos, sobre todo almaceneros y merceros. Parece lícito concluir que el público lector principalmente profesional, compuesto por clérigos, eruditos y estudiantes, doctores y abogados, creció de manera constante a lo largo de la Edad Media y a ellos se unió, en los últimos siglos, una pequeña pero significativa cantidad de lectores generales. Es interesante señalar que cuando Caxton comenzó a imprimir, algunas de sus publicaciones más destacadas correspondieron al campo de la literatura general y la lengua vernácula, lo cual, si bien apunta a importantes tendencias futuras, también puede verse como una respuesta a una demanda conocida del anterior período de los manuscritos. Por desdicha, sabemos muy poco del desarrollo, en esa época, de un tipo de lectura muy diferente no sólo del repertorio medieval constituido por las Escrituras, los Padres cristianos y los autores seculares latinos y griegos, sino también de los libros escolares, las traducciones en lengua vulgar y los poemas, historias y romances. No obstante, la popularidad del *chapbook*,* el libro de chistes, la balada y el pliego suelto data al menos del siglo xvi, y esto presupone un público lector, aunque poco numeroso e irregular, de tipo general. Los cálculos sobre el alfabetismo en esos días varían desde un porcentaje superior a la mitad, según da a entender Tomás Moro (“mucho más de cuatro partes de la totalidad dividida en diez no sabían aún leer en inglés”), hasta el “ni la centésima parte del reino” de Gardiner. En 1518, Copeland escribió lo siguiente, como dramática réplica al pedido de un autor de que le imprimiera su libro:

Ante vuestra insistencia gustoso lo imprimiré
Pero la edición, creo, no podrá sino ser pequeña.
Ya nadie reserva libros: su tiempo ha pasado, supongo;
Dados y naipes, con el correr de la cerveza y el vino,
Chaquete, quillas y bolos son lo que se vende hoy.
Los hombres dejan a sus hijos entregarse a esa prostitución
Y rechazan por completo la compra de libros.

En verdad, si comparamos los precios que los libros tenían por entonces con los ingresos de sacerdotes y maestros, es fácil entender esta queja, profética de tantas otras futuras. Desde entonces, casi no ha

* Libritos o folletos que contenían cuentos populares, versos, baladas, etc., vendidos por buhoneros y mercachifles. (N. del T.).

habido generación en la cual algunas de las personas directamente involucradas no hayan repetido el “ya nadie reserva libros: su tiempo ha pasado, supongo”. No obstante, había suficientes libros en circulación, y al parecer en demanda, para hacer que Colet, en la St. Paul’s School, “proscribiera y excluyera” obras que “mejor sería llamar borraradura [*blotterature*] que literatura”. La aparición en esos momentos de este juicio hoy familiar nos hace sentir en presencia, al menos, de los comienzos de la existencia de un público lector y los problemas desde entonces asociados a él.

En realidad, la historia del público lector, en cualquier nivel que no sea el meramente técnico, se complica a lo largo de todo su desarrollo a causa de dos problemas de valor, muy arduos y a menudo confundidos, que en muchos casos afectaron incluso la posibilidad misma de documentar los hechos. Por un lado existía el temor de que, con la ampliación del círculo de lectores, los niveles descendieran y la literatura se viera amenazada por la “borraradura”. En relación con ello, pero con la intervención de otros prejuicios, existía el temor esencialmente político de que, si el hombre común leía, las amenazas recaerían tanto sobre la calidad como sobre el orden (a veces uno en representación del otro). Con demasiada frecuencia, los sentimientos intensos sobre la amenaza a la calidad condujeron a descripciones muy poco realistas de la historia concreta de la lectura, del tipo diluviano de “luego apareció Defoe” o “luego apareció *Tit-Bits*”. Al mismo tiempo, en ciertos períodos diferentes autoridades ejercieron abiertamente su poder para impedir o limitar el crecimiento de la lectura o impedir o limitar la educación de la que ese crecimiento es la resultante natural. Ninguna cuestión es más central en la historia de nuestra cultura, porque el argumento sobre la calidad y el argumento sobre la democracia están en este caso tan profundamente entrelazados que parecen inseparables, y esto llevó una y otra vez, en la discusión cultural, a un callejón sin salida que ha sido hondamente desalentador y desconcertante. Debemos tratar de estudiar otra vez los documentos, haciendo a un lado las fórmulas.

A lo largo de estos primeros siglos de formación de un público lector, la distinción entre lectura deseable e indeseable es fundamentalmente doctrinal, en relación con la religión. Como hemos visto en nuestro estudio de la educación, durante varios siglos se instó reiteradamente a distinguir entre autores cristianos beneficiosos y autores “paganos” envilecedores o perturbadores. A fines de la Edad Media hubo una significativa ruptura con esta distinción y el espíritu renacentista transfirió cada vez más autores griegos y latinos de la categoría “pagana” a la categoría “clásica”. No obstante, dos fuerzas limitaron y en parte cancelaron este progreso: en primer lugar el largo período de controversias religiosas, durante la Reforma y la Contrarreforma, que llevaron a nuevas definiciones de lo deseable y lo indeseable, desde el

punto de vista de la ortodoxia y la herejía; segundo, la recuperación protestante de la antigua distinción entre obras que perfeccionan y obras que distraen o corrompen la mente. En el primer caso, una proclamación de 1538 estableció en Inglaterra una censura sobre los libros, fueran de producción nacional o importados, y una ley de 1543, “para el progreso de la verdadera religión y la abolición de la contraria”, prohibió la lectura de cualquier Biblia inglesa a artesanos, jornaleros, hombres de armas por debajo del rango de alabardero, agricultores, labriegos y todas las mujeres que no fueran de rango noble u honorable. Entretanto, en el campo de la literatura secular había una campaña permanente contra piezas teatrales y romances, que no eran una lectura seria (una distinción que ha sobrevivido hasta nuestros días en la interpretación de las estadísticas de las bibliotecas públicas), en contraste con los libros sobre modales y comportamiento, manejo de la casa, viajes, historia natural y asuntos públicos (por lo común, no contemporáneos). Las intervenciones y juicios de estas características influyeron, desde luego, en el desarrollo de la lectura, pero en definitiva no lo determinaron. Gran cantidad de libros de ficción y romance podían pasar por obras de viajes, historia o modales, y los mismos elementos, junto con un comentario y una crítica contemporáneos que en otros aspectos estaban sofocados, fueron la base del comercio popular de *chapbooks*, pliegos sueltos y baladas. Aun en el período isabelino, el respeto por el manuscrito y la aversión al mercado editorial tuvieron importantes efectos sobre la circulación de literatura, y fueron muchos los partidarios de esta actitud de la corte, así como los adversarios puritanos de la ficción, que complicaron la cuestión del público lector y sus pautas. No obstante, la publicación de las obras de Shakespeare, Jonson y otros señala un avance temporario: en este caso se trataba de alta literatura, apoyada tanto en la tradición clásica como en la tradición popular, y sin duda permanente, a pesar de la objeción puritana a las piezas ociosas, la objeción cortesana a la vulgaridad del comercio de libros y la objeción académica a la idea de que las piezas teatrales inglesas pudieran considerarse como verdaderas obras literarias. Ésta fue también la gran época de las traducciones, y de hecho la calidad de los libros al alcance del público lector inglés creció de manera constante, aunque ese crecimiento afectó la mayoría de las definiciones contemporáneas de las “normas”. Es irónico considerar cuántas de las obras por las cuales hoy honramos ese período habrían sido condenadas por importantes sectores de la opinión como prueba de la ociosidad y vulgaridad de los tiempos.

De hecho, el ascenso de la lectura y la calidad fue continuo. Los precios oscilaban desde los veintiséis chelines de las obras de Holinshed hasta los cuatro o seis peniques de las obras de Shakespeare (este último era, sin embargo, el precio de dos cenas). La cantidad de editores

había pasado de dos o tres a comienzos del siglo xvi a trece en 1558, treinta y cuatro en 1563, cuarenta en 1577 y no menos de noventa y siete entre 1590 y 1595. Más adelante la protección comercial por medio del otorgamiento de patentes redujo el número de casas editoras, pero en 1649 éstas eran por lo menos sesenta en Londres, y en 1660 había la misma cantidad; en la década de 1690 se inició otra expansión bastante rápida, sobre todo en las provincias. Es difícil calcular la producción real de libros con exclusión de las baladas y panfletos, pero la tendencia es evidente cuando vemos que aparecieron trece títulos en 1510, veintiocho en 1530, ochenta y cinco en 1550 y quizá ciento cincuenta en 1581, una cifra que se mantuvo en general hasta el período de la Guerra Civil y la Mancomunidad, cuando volvió a darse un crecimiento acelerado. Con la Restauración hubo una caída y la producción anual promedio se estabilizó en alrededor de cien títulos hasta mediados del siglo xviii. Al mismo tiempo, la tirada de las ediciones pasó de una cantidad máxima de unos mil quinientos ejemplares en el siglo xvi (con excepción de las gramáticas y los libros de oraciones, que llegaban a los tres mil) a un promedio de dos mil, que se mantuvo hasta bien entrado el siglo xviii. De *Paradise Lost* [*El Paraíso perdido*] se vendieron mil trescientos ejemplares en dos años, y del muy popular *Emblems and Hieroglyphikes* de Quarles, cinco mil en el mismo lapso. Entretanto, podemos calibrar las dimensiones del público lector más general si tenemos en cuenta que uno de los muchos y populares “almanaques con pronósticos” vendió un promedio de más de dieciséis mil ejemplares entre 1646 y 1648, mientras que el público comprador de baladas, pliegos sueltos y *chapbooks* debe de haber rondado al menos las veinte mil personas. En estas primeras etapas de la formación del público lector podemos ver un patrón que luego se repetiría en una escala mucho más grande: el firme crecimiento de un público aficionado a la literatura, la filosofía y obras similares, y el crecimiento más rápido de un público interesado sobre todo en una lectura más ocasional y efímera. Sin embargo, en materia de calidad la distinción no es absoluta, porque una proporción de la lectura ocasional, en especial cuando se trata de panfletos, opúsculos y baladas, marca por un lado el traslado de las diversiones tradicionales populares al mundo del impreso, y por otro, un aumento de los intereses sociales y sobre todo políticos, que llega a su clímax durante la Guerra Civil.

Luego de la Restauración, la situación resulta sumamente difícil de analizar. Las pruebas imperfectas con que contamos en una serie de campos sugieren, por una parte, la continuidad del patrón general de expansión: lento crecimiento del público serio, crecimiento más rápido del público ocasional, pero también una aparente limitación de la difusión a la creciente clase media. La actitud hacia la educación popular fue indudablemente diferente en el nuevo período, y parece

probable que el alfabetismo general no aumentara e incluso declinara en el lapso que va desde la Restauración hasta fines del siglo XVIII. El crecimiento de un nuevo tipo de público lector de clase media comienza a ser notorio a partir de la década de 1690, en relación directa con el mayor tamaño e importancia de una clase media compuesta por mercaderes, comerciantes minoristas, tenderos y empleados administrativos y burocráticos. Nuevas formas de lectura, expresadas en el diario, el periódico y la revista, explican la importante expansión, y detrás de ellos llega la novela, en estrecha conexión con este tipo de público desde sus comienzos. Las sesenta casas editoras londinenses de la Restauración se convirtieron en setenta y cinco hacia 1724 y entre ciento cincuenta y doscientos hacia 1757. En la década de 1740, el *Gentleman's Magazine* vendía tres mil ejemplares por número, y los principales diarios mostraban cifras similares. La venta de novelas se incrementó: por ejemplo, *Joseph Andrews* [*La historia de las aventuras de Joseph Andrews*] vendió seis mil quinientos ejemplares en trece meses, *Roderick Random*, cinco mil en un año, y *Sir Charles Grandison*, seis mil quinientos en apenas unos meses. Estas transformaciones afectaron toda la estructura de relaciones entre escritores, librereros y lectores, y en 1725 Defoe podía señalar lo siguiente:

La escritura [...] comienza a convertirse en una rama de muy considerable magnitud del comercio inglés. Los librereros son los maestros fabricantes y empleadores. Los distintos escritores, autores, copistas, escritores subordinados y todos los demás que se desempeñan con pluma y tinta son los trabajadores empleados por los susodichos maestros fabricantes.

Goldsmith transformó esta observación en un conocido juicio cualitativo, el de “esa fatídica revolución por la cual la escritura se ha convertido en un oficio mecánico”.

De manera más pronunciada que en el período anterior, la difusión de la imprenta podía considerarse como una amenaza a la literatura y el aprendizaje, y las condenas a los periódicos ligeros, los diarios y las novelas fueron frecuentes. También en este caso, sin embargo, emitir un juicio resulta difícil cuando se considera la perspectiva histórica. Los diarios y periódicos, a pesar de que muchas veces eran malos, parecen ser, como nuevas formas, una ganancia cultural absoluta, mientras que una parte de las novelas deben verse como un aporte literario fundamental, comparable por su importancia al gran drama isabelino, que por su parte se había apoyado en una buena cantidad de obras de inferior calidad.

No obstante, si bien esta expansión prosiguió, en la producción general de libros hubo sorprendentemente pocos cambios. Hasta bien pasada la mitad del siglo, la cantidad anual de títulos se mantuvo en las

cifras del siglo XVII, y una edición de dos mil ejemplares del *Dictionary* de Johnson tardó más de cuatro años en venderse. Cuando observamos los precios, la situación se torna más clara. Los volúmenes de la *Iliada* de Pope se vendían a seis guineas en total; un tomo de la *History* de Clarendon, a treinta chelines, y el *Thesaurus* de Hickes, a cinco libras. Las novelas, por su parte, se vendían a tres chelines encuadernadas o a dos chelines y tres peniques sin encuadernar, por volumen, de modo que *Tom Jones* [*Tom Jones*] podía comprarse por dieciocho chelines o trece chelines y seis peniques, mientras que *Robinson Crusoe* [*Vida y aventuras de Robinson Crusoe*], en una forma diferente, se conseguía a cinco chelines. A estos precios, la compra de libros, como es obvio, era socialmente limitada, y es significativo que el público del siglo XVIII dependiera, en una medida considerable, de sistemas de compra asociada. Las bibliotecas privadas, por lo común vinculadas a sociedades literarias o filosóficas, estaban principalmente consagradas a la historia, la filosofía, la poesía, la teología y la ciencia. En muchas ciudades se crearon clubes del libro, que hacían compras más generales. En el caso de la ficción, las bibliotecas circulantes, que de manera característica se impusieron ante todo en los balnearios termales, se difundieron con rapidez, aunque la suscripción, a un precio mínimo de diez chelines y seis peniques, volvía a ser un factor restrictivo. Aun los diarios y periódicos, cuyos precios se expresaban en peniques, se leían masivamente en cafés y clubes. Estos factores determinaron la velocidad de expansión del público de clase media, pero si la educación popular hubiera sido mejor, habría sido posible una ampliación más general con los mismos recursos. Tal como eran las cosas, la demanda de almanaques, *chapbooks*, baladas, pliegos sueltos y panfletos no parece haberse reducido, y es muy posible que se incrementara. Los panfletos costaban entre tres peniques y un chelín, los *chapbooks* y los pliegos sueltos, entre uno y seis peniques, y las baladas, entre medio y un penique; hoy conocemos al menos un panfleto del cual se vendieron ciento cinco mil copias en 1750. Numerosas novelas aparecían en episodios en diarios y *chapbooks*, y es probable que en Londres y las ciudades más pobladas el público lector (y el público al que se le leía) fuera razonablemente grande.

En el último tercio del siglo surgen nuevos factores. Los comienzos de una expansión más general son visibles en los metodistas, vigorosos organizadores de lecturas populares y editores de opúsculos con ese objeto, y en el más amplio movimiento de escuelas dominicales. El mayor interés en la política produjo una situación aproximadamente comparable a los años previos a la Guerra Civil. En 1776 se vendieron sesenta mil ejemplares de las *Observations on the Nature of Civil Liberty* de Price, y en 1791, *Rights of Man* [*Los derechos del hombre*], de Paine, alcanzó los cincuenta mil ejemplares en algunas semanas aunque su precio era de tres chelines; su edición más barata tuvo en

verdad una difusión muy amplia, si bien la cifra calculada de un millón quinientos mil ejemplares es difícil de creer. Parece evidente que la extensión del interés político amplió de manera considerable el público lector, al sumar una nueva clase de lectores pertenecientes a grupos apenas afectados por la expansión anterior. La producción anual de libros aumentaba ahora pronunciadamente y promedió los trescientos setenta y dos títulos entre 1792 y 1802, en comparación con la cifra de cien en que aún se mantenía en la década de 1750. En materia de precios, en este período se dio una curiosa situación: después de 1780 aumentaron de manera muy marcada y entre los editores se hicieron más populares las pequeñas ediciones a precios altos que las ediciones más grandes con los precios de mediados de siglo. Por otro lado, las primeras reediciones regulares baratas datan de la misma época: el *Poets*, el *British Theatre* y el *Shakespeare* de Bell, a apenas seis peniques, seguidos por otras colecciones de reediciones corrientes, incluyendo obras de ficción. El desarrollo de la publicación en episodios, popular a lo largo de todo el siglo, fue un notable avance, y si bien los editores ortodoxos siguieron subiendo los precios, muchos recién llegados, que se valían de todos los medios, desde la reedición de colecciones respetables hasta la piratería y los cortes, ampliaron constantemente el público lector de libros, hasta hacer que éste fuera proporcional al crecido público de diarios y periódicos.

Una vez más son evidentes las tendencias básicas del crecimiento de un público lector, pero el período recién comenzado trajo un aumento tan pronunciado en el ritmo de la expansión general que el problema de la proporción se agudizó. La verdadera ruptura que abrió paso a una expansión muy rápida no se produjo hasta la década de 1830. En materia de lectura, la crisis política afectó profundamente y en muchos aspectos a la generación de la Revolución Francesa y Peterloo. La expansión del siglo XVIII prosiguió por los caminos conocidos, con un pronunciado incremento en la cantidad anual de títulos editados, que pasó de trescientos setenta y dos entre 1792 y 1802 a un promedio de quinientos ochenta entre este último año y 1827. Una gran parte de este aumento correspondía a la ficción y estaba directamente relacionada con el éxito de las bibliotecas circulantes. La edición anual de novelas creció vigorosamente en la década de 1780 y continuó aumentando con mucha velocidad. Sin embargo, también los precios de los libros siguieron subiendo y el público lector no creció en la misma proporción que la cantidad de títulos. La tirada habitual de las ediciones variaba de un promedio de setecientos cincuenta ejemplares para las obras más serias a unos mil doscientos cincuenta para una novela destinada a las bibliotecas circulantes. El autor más popular, Scott, vendió once mil ejemplares de *Marmion* en un año, a treinta y un chelines y seis peniques, y diez mil de *Rob Roy*, al mismo precio, en una quincena. Estas

cifras representan sólo un modesto progreso con respecto a las novelas populares de mediados del siglo XVIII, mientras que la venta anual de diarios, durante esos mismos sesenta años, había pasado de siete millones a más de veinticuatro millones de ejemplares. En el campo situado entre los libros y los diarios prosiguió el éxito de los episodios o publicaciones por entregas, y las colecciones reeditadas baratas continuaron apareciendo, aunque todavía en una escala muy limitada. Los autores radicales siguieron expandiendo el público: de *Black Book* de John Wade se vendieron los diez mil ejemplares de una edición, mientras que Cobbett vendió doscientos mil ejemplares de su *Address to the Journeymen and Labourers* en dos meses. Pero justamente en este terreno se tomaron medidas activas contra la expansión, con el argumento de los peligros políticos que planteaba una lectura demasiado difundida. Los pesados impuestos aplicados a los diarios fueron complementados por una serie de enjuiciamientos destinados a eliminar toda la prensa radical. Una respuesta diferente al mismo peligro fue la edición de opúsculos baratos con objetivos de “perfeccionamiento”, ideados para contrarrestar el éxito de Cobbett y otros y beneficiados en esta primera etapa con grandes subsidios. Entretanto, en el nivel verdaderamente popular seguía aumentando la venta de almanaques, baladas y pliegos sueltos, y las cifras de edición más notables de todo el período son las correspondientes a los productos de James Catnach, cuyos relatos de asesinatos y ejecuciones llegaron a su clímax con el millón ciento sesenta y seis mil ejemplares de “Últimas palabras y confesión en la agonía” del asesino de Maria Marten. Si consideramos la situación general ya iniciada la década de 1830, encontramos un espectro de materiales de lectura básicamente similar al existente en el primer período de la imprenta, pero con dos cambios críticos: una disparidad creciente entre la circulación real de literatura por un lado y los pliegos sueltos por otro, y un nuevo repertorio medio de novelas, revistas y diarios destinados al público de clase media, aún en expansión. La siguiente fase importante del desarrollo se produjo en la década de 1830 en ese nuevo repertorio.

Los diarios enseñaron el camino con la primera utilización de la prensa de vapor, y en esa década los periódicos dominicales del tipo de las gacetas policiales, muy similares a los antiguos pliegos sueltos, tomaron la delantera y nunca la perdieron frente a los diarios principalmente políticos creados en el siglo XVIII. Llegaron después las revistas baratas, aunque los radicales fueron reemplazados por los educadores públicos y ambos, en la década de 1840, por una serie de publicaciones dedicadas al “perfeccionamiento” de las familias. La ficción serial amplió su público y una edición de cuatrocientos ejemplares del primer número de *Pickwick* aumentó a cuarenta mil en el número quince, más o menos la misma circulación que el *Penny Magazine*. Más

adelante, tanto Dickens como Reynolds alcanzaron cifras de cien mil ejemplares en la ficción por entregas. La incorporación de la prensa de vapor para la impresión de libros, durante las décadas de 1830 y 1840, permitió el crecimiento de las reediciones baratas de ficción y no ficción, y hubo una marcada disminución de los precios tras el desarrollo de nuevos métodos de encuadernación, con cartones y tela en reemplazo del cuero. La edición anual de títulos pasó de quinientos ochenta en la década de 1820 a más de dos mil seiscientos a mediados de siglo, y el precio promedio de los libros nuevos cayó de dieciséis chelines a apenas un poco más de ocho chelines. Un gran porcentaje del aumento en la cantidad de títulos correspondía a la ficción, mientras que buena parte de la reducción de los precios promedio se debió a las colecciones baratas, mientras que muchos otros precios sufrían en realidad un incremento.

A lo largo de este mismo período la población creció rápidamente. En las islas británicas, la cantidad de habitantes pasó de alrededor de siete millones en 1750 a once millones en 1801, casi veintiún millones en 1851 y treinta y siete millones en 1901. Es probable que hasta fines del siglo XVIII la proporción alfabetizada de esta población sólo creciera lentamente, y el crecimiento siguió siendo gradual con el pausado y desparejo desarrollo de la educación elemental decimonónica. Hubo, sin embargo, un aumento indudable, y podemos obtener ciertas indicaciones sobre la tendencia en un campo limitado en el cual se llevaron estadísticas nacionales desde 1837. La capacidad de firmar el registro matrimonial es, desde luego, una magra señal de la aptitud de leer un libro, pero estamos en un período en el cual era mucho más corriente enseñar a leer que a escribir, y el índice del cambio puede ser de alguna importancia. Una muestra presenta los porcentajes de las personas que sabían firmar:

<i>Año</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>
1839	66,3%	50,5%	58,4%
1873	81,2%	74,6%	77,9%
1893	95,0%	94,3%	94,65%

La historia de la educación elemental ya nos ha enseñado que no hubo una repentina apertura de las compuertas de la alfabetización como resultado de la ley de educación de 1870. La historia básica del alfabetismo en el siglo parece ser la de una firme expansión, encabezada por las ciudades (aunque con disparidades entre las nuevas y las viejas) y los varones, y por sí sola esa expansión significó también el desarrollo constante de una capacidad real de lectura, a medida que se prolongaba la duración de la escolaridad. Si bien la tendencia afectó al público lector

(dio alguna base, por ejemplo, a la prensa radical y dominical), es erróneo creer que la ampliación general de éste, en esa época, tiene una relación simple con la cuestión del alfabetismo. A mediados de siglo, el público lector ampliado, no sólo de libros sino también de revistas y diarios, estaba aún bastante por debajo de la estimación más baja posible de la cantidad total de personas que sabían leer. La verdadera historia tiene que ver mucho más con la aparición de un material de lectura más barato para la parte ya alfabetizada de la población. Si hacemos un cálculo aproximado de la situación en 1830 y 1860, traducimos las ventas en público lector y expresamos éste como un porcentaje de la población adulta, encontramos los siguientes resultados. En 1830, el público lector de diarios es aproximadamente el 1%, el de periódicos dominicales está apenas por encima de esa cifra, el de revistas ronda el 3% y el de pliegos sueltos ocasionales, un 10%. En 1860, el público lector de diarios subió al 3%, el de periódicos dominicales, al 12%, y el de revistas, a casi el 20%. Todas estas cifras están muy por debajo de la proporción realmente alfabetizada de la población, en cualquiera de los dos períodos. Si consideramos los libros, encontramos un índice similar de crecimiento de las ediciones concretas, aunque la cantidad de títulos había aumentado enormemente. Mientras que *The Lady of the Lake* había vendido veinte mil ejemplares en un año, *In Memoriam* vendió veinticinco mil en los primeros dieciocho meses, y los *Lays of Ancient Rome*, cuarenta y seis mil en una edición barata. En ficción, *Uncle Tom's Cabin* [La cabaña del tío Tom] vendió, en 1852, ciento cincuenta mil ejemplares en los primeros seis meses, pero se trata de un caso excepcional. Si bien Dickens y Reynolds pueden haber alcanzado los cien mil ejemplares en la forma serial, el cálculo que hacía Thackeray sobre el número de sus propios lectores era de quince mil, y un notable éxito como *Adam Bede* [Adam Bede], de George Eliot, vendió durante el primer año tres mil trescientos cincuenta ejemplares de la edición original y once mil de una edición más barata. Al parecer, el público lector de libros aún era, a mediados de siglo, una minoría diminuta aunque sin duda creciente, como porcentaje de la población y en números reales. Sin embargo, con la expansión general en marcha, la relación entre lo que podemos llamar el público literario y el público lector más general comenzó a cambiar de manera significativa. Siempre había habido diferencias; el "almanaque con pronósticos" se había vendido diez veces más que *Paradise Lost*, así como *News of the World* se vendía ahora diez veces más que *Adam Bede*. Pero la disparidad de las cifras reales empezaba a ser pasmosa, y los conocidos argumentos sobre la calidad, con el desarrollo de un público lector "masivo", se hicieron más perentorios.

En realidad, como hemos visto, en esa etapa no había un público "masivo". En la forma más popular de lectura, el diario, no hubo un

público mayoritario hasta nuestro siglo: los periódicos dominicales alcanzaron ese nivel antes de la guerra de 1914 a 1918 y los diarios, apenas terminada ésta. No obstante, al final del primer período de gran expansión, en la década de 1850, los perfiles de la nueva situación editorial eran suficientemente claros. Desde la década de 1830, pero ahora a velocidad creciente, el público lector empezaba a alcanzar una dimensión suficiente para atraer a un nuevo tipo de especuladores. La descripción de Defoe de la escritura como una “rama muy considerable del comercio inglés”, y de su organización en las formas características de la industria capitalista, había sido una previsión exacta de una situación que sólo se reveló en todas sus dimensiones cuando el mercado alcanzó un tamaño verdaderamente grande. Bell en los diarios, Catnach en los pliegos sueltos y Lloyd en la ficción barata fueron los precursores de una nueva clase de organización. El problema de la distribución era crucial, y en los libros, hacia mediados del siglo XIX, el éxito de las bibliotecas circulantes había hecho que los gustos y exigencias de sus propietarios tuvieran una influencia importante sobre lo que se publicaba. Al mismo tiempo, como su público estaba formado por las personas que podían darse el lujo de pagar una suscripción anual de una guinea (en un momento en que el ingreso promedio de la clase media baja era de noventa libras, y las entradas de la clase media variaban entre ciento cincuenta y cuatrocientas libras), las bibliotecas circulantes tendieron a mantener altos los precios y a limitar la expansión. Varios factores se combinaron para superar esta situación y revolucionar la distribución no sólo de revistas y diarios, sino de libros. El sistema ferroviario es el más evidente, porque en los quioscos de diarios de las nuevas estaciones, sobre todo los de W. H. Smith, se podía tener un novedoso acceso al público. La barata Parlour Library, y luego la Railway Library, inundaron estos nuevos puestos de venta con sus lomos amarillos y brillantes portadas ilustradas en colores, y las publicidades en la contratapa. Se eliminaron los últimos impuestos a los diarios, los anuncios publicitarios y el papel. La maquinaria para la impresión se perfeccionó rápidamente y nuevos procesos de fabricación de papel (esparto desde 1860, pulpa de madera desde la década de 1880) se desarrollaron con éxito. El nivel general de ingresos crecía y las clases media media y baja, en particular, se expandían con rapidez en una sociedad y una economía cambiantes. Éste fue el período de las oportunidades, pero si bien los especuladores lo aprovecharon, los editores de libros tradicionales, atados en gran medida al viejo público de las bibliotecas circulantes, reaccionaron con mucha lentitud. Aún en 1880, Matthew Arnold señalaba:

Quando nuestra nación sea más civilizada y el verdadero amor a la lectura alcance mayor preponderancia, el sistema que mantiene sin cambios el

exorbitante precio actual de los libros nuevos en Inglaterra, el sistema de las bibliotecas de préstamo que alquilan los volúmenes, será considerado, tal como efectivamente es, excéntrico, artificial e insatisfactorio en el más alto de los grados. Se trata de una maquinaria para multiplicar y proteger la mala literatura y mantener el costoso precio de los buenos libros.

En vez de existir una disponibilidad inmediata de los nuevos textos de calidad a los bajos precios que eran posibles por entonces, el mercado estaba dominado por

una literatura barata, de aspecto espantoso e innoble, como las chillonas novelas que se exhiben ostentosas en los anaqueles de nuestras estaciones de trenes y que parecen destinadas, como tantas otras cosas producidas para el uso de nuestra clase media, a personas con un bajo nivel de vida.

Para entender los problemas de la expansión será útil recordar, sin duda, en ese juicio hoy familiar, que Arnold adjudica un bajo nivel a la “clase media”. En efecto, el argumento esencial *debe* separarse de su confusión habitual con el desdén vicario por un grupo social “inferior”. Todo el argumento sobre la “literatura barata” ha quedado comprometido por su uso como una forma de distinción de clase, mientras que el verdadero problema es siempre la relación entre la inexperiencia y el modo de abordarla. Ciertamente, en un aspecto limitado, las personas de clase media harían bien en recordar que esos problemas no aparecieron con la alfabetización de la clase obrera, y que por entonces los nuevos grupos de clase media cometían los mismos errores y eran explotados con igual evidencia. Nunca veremos como corresponde este problema si lo convertimos en la ridiculización verdaderamente interminable de los recién llegados (la cultura más corrupta hoy existente en Gran Bretaña es esa amplia franja que se ríe de la cómica clase obrera, desde *Mrs Dale's Diary* hasta *Take it from Here*,* desde el *Daily Telegraph* hasta el *Daily Mirror* y desde la revista del montón del West End hasta las piezas festivas en las cuales jóvenes educados hablan con divertidos acentos “comunes”). Estar en contra de las personas que enfrentan esos nuevos problemas es una trivial evasión de las verdaderas cuestiones que Arnold (aunque a veces fue culpable del mismo error) definió y se esforzó por resolver.

En la segunda mitad del siglo XIX la industria editorial —esa “rama del comercio inglés”— crecía muy rápidamente. La época marcó el inicio de un nuevo período importante en la expansión de las revistas, mientras que en materia de libros las colecciones de reediciones baratas de literatura convencional terminaron por ocupar su lugar junto a los

* Populares programas radiales emitidos por la BBC desde 1948. *Mrs Dale's Diary* era una radionovela que presentaba a una típica familia de clase media encabezada por un médico, mientras que *Take it from Here* era una comedia sabatina. (N. del T.)

lomos amarillos. Las bibliotecas circulantes con libros de precios elevados declinaron lentamente, y hacia fines de siglo bibliotecas más baratas y con un público más amplio —en particular Boots, desde 1900— comenzaron a reemplazarlas. Las bibliotecas públicas, de pausado crecimiento desde mediados de siglo, agregaron un factor de importancia en aumento.

Hacia 1900 ya se habían descubierto y fijado las formas modernas características de organización del público lector, y tanto sus ventajas como sus limitaciones eran evidentes. La historia pasó a ser ahora la de una expansión dentro de esas formas. La gran expansión de diarios y revistas se estudiará por separado. En cuanto a la edición de libros, la producción anual subió de dos mil seiscientos títulos en la década de 1850 a 6.044 en 1901 y 12.379 en 1913. Tras caer durante la Primera Guerra Mundial y una vez terminada ésta, se recuperó hasta llegar en 1924 a 12.690 títulos (incluidas 3.190 reediciones), y en 1937 ascendió a 17.137 (con 6.347 reediciones). El promedio anual cayó una vez más durante la Segunda Guerra Mundial pero volvió a ser de 17.072 títulos (incluidas 5.334 reediciones) hacia 1950, y en 1958 llegó a 22.143 (con 5.971 reediciones). Los costos también aumentaron y el cambio más notable en años recientes ha sido la cantidad creciente de libros de bolsillo, sobre todo reediciones pero, como dato interesante, con la inclusión de un porcentaje de obras nuevas. Éste es un desarrollo de gran importancia para el proceso de expansión en su conjunto.

Las bibliotecas circulantes comerciales siguieron creciendo en diferentes niveles, y se ha calculado (porque no hay cifras completas) que hoy lanzan casi doscientos millones de volúmenes por año. Los libreros serios todavía están inseguros, pero se han encontrado nuevos puntos de venta para los libros de bolsillo, desde las tabaquerías hasta los garajes, que se suman a los puestos de diarios en las estaciones ferroviarias y las cadenas de tiendas. El servicio de bibliotecas públicas llegaba al 62,5% de la población en 1911 y al 96,3% hacia 1926. Hoy es accesible a casi todo el mundo, aunque con muchas desigualdades entre diferentes tipos de comunidades. Las cifras de ediciones de libros para bibliotecas públicas aumentaron con firmeza, hasta alcanzar los trescientos doce millones de volúmenes en 1948-1949 y cuatrocientos treinta y un millones en 1957-1958. Si tomamos en cuenta la distribución de todos los tipos de libros, en nuestros días se leen anualmente unos quince volúmenes por persona, o veinte si sólo se considera la población adulta. El promedio, desde luego, oculta usos individuales muy desiguales, pero es probable que en la década de 1950 hayamos tenido, por primera vez, un público lector de libros mayoritario (en comparación con los lectores de periódicos dominicales, que fueron mayoritarios hacia 1910, y el público lector de diarios, que lo fue poco después de 1918).

Con esta expansión, fue inevitable que se intensificara la discusión

sobre la calidad: la vieja distinción entre literatura y “borroneadura”. Pero esto sólo puede comprenderse en términos de análisis histórico y con referencia al desarrollo de todos los sectores de la sociedad. El peor error consiste en suponer que nuestros antepasados —la fecha puede variar, pero siempre son antepasados— no tenían esos problemas. Las pruebas muestran que esto es lisa y llanamente falso; ha sido un problema de toda la expansión. La investigación más relevante es la que indaga en el carácter cambiante tanto de la literatura como de la “borroneadura”, en diferentes sociedades y modos de vida. Por un lado debemos recordar que dos formas condenadas en su época como bajas y ociosas —el teatro popular isabelino y la novela de los siglos XVIII y XIX— están hoy abundantemente representadas en nuestra literatura canónica. Preservar la calidad no significa del todo, en modo alguno, preservar las formas tradicionalmente sancionadas. El diario y el periódico también representan ganancias sustanciales en sí mismos, a pesar de muchos y muy malos ejemplos. Por otro lado, tenemos esa masa de obras muy bien descritas por Coleridge como “caracterizadas por la facultad de conciliar las dos propensiones contrarias pero coexistentes de la naturaleza humana, a saber, la indulgencia hacia la holgazanería y el odio a la ociosidad”.

La lectura a la manera de una droga fácil es la condición permanente de una gran parte de la escritura efímera. Pero la cuestión, empero, es la de las circunstancias en las cuales la droga resulta necesaria. Creo que hay tiempos —momentos de enfermedad, tensión, crecimiento perturbador como el de la adolescencia, y simple cansancio luego del trabajo— que se pasan con alto con demasiada facilidad en las condenas generalizadas de la “lectura como adicción”. Dudo que exista una sola persona culta que no haya usado los libros —cualquier libro— de esta manera. El tipo de atención exigida por la literatura sería sólo es posible de diversos modos, tanto social como personalmente. Las condiciones de la variación social deberían imponer nuestro principal foco de atención: la asociación del viaje en tren con un aumento de ese tipo de lectura es obviamente significativa. Más difícil de analizar resulta la evidente distinción entre modos de vivir que estimulan la atención y permiten el descanso y modos que no producen ni una ni otro, sino únicamente una inquietud descentrada que en cierto sentido es necesario apaciguar. Éstas son cuestiones radicales sobre la sociedad en su conjunto, y mi punto de vista es que en nuestra organización social hay razones profundas que explican la preponderancia singular de ese humor: en particular, la dificultad de vivir cabalmente una inquietud hasta alguna de sus fuentes, porque encontramos muchos canales obstruidos. Estos problemas no pueden resolverse en el campo exclusivo de las publicaciones, pero dentro de ese ámbito limitado todos podemos ver la diferencia entre las drogas relativamente inocuas y las drogas nocivas;

las evidencias aducidas por Q. D. Leavis y en época más reciente por Richard Hoggart son de gran importancia, siempre que se tome en cuenta todo su contexto social. La misión de la educación es descubrir, enseñar y discutir esa diferencia, así como la diferencia más grande entre la literatura y lo efímero. La tarea de la sociedad (una tarea descuidada, con excepción del campo mucho menos importante de la "obscenidad", que ha sido exhaustivamente enturbiado) es crear y mantener las condiciones en que ese crecimiento necesariamente arduo puede proseguir, sobre todo por medio de la creación y el fortalecimiento de instituciones basadas en algún principio más adecuado que el de la ganancia rápida, con un ritmo fijado por los especuladores. Los cambios que hemos descrito, y la idea resultante de que las formas de producción y distribución no son permanentes, pueden al menos allanar el camino a nuestra consideración de la siguiente etapa.

3 EL CRECIMIENTO DE LA PRENSA POPULAR

El desarrollo de la prensa en Inglaterra, y en particular el crecimiento de la prensa popular, es de gran importancia en cualquier exposición de nuestra expansión cultural general. El período vital de desarrollo es significativo por sí mismo, desde la aparición de un público lector de clase media entre fines del siglo XVII y comienzos del siglo XVIII hasta su ampliación y virtual vigencia universal en nuestros días. Y el diario, como presencia constante en este período de crecimiento, es un elemento evidentemente decisivo para el análisis, tanto por esa continuidad como por ser el producto impreso de más vasta difusión.

Algunos de los hechos de ese desarrollo son muy difíciles de establecer; en el caso de unos pocos es, en rigor, imposible hacerlo, porque la documentación se perdió o no se llevaron registros. Pero hay datos suficientes para construir un patrón general, y la historia de los diarios los reproducen con bastante fidelidad. Cuando se trata del análisis, sin embargo, aparecen dos defectos generales. Todavía existe una omisión bastante extendida: no se intenta coordinar la historia de la prensa con la historia económica y social dentro de la cual debe necesariamente interpretarse. Aún más, hay una sorprendente tendencia a aceptar ciertas fórmulas sobre el desarrollo, que no parecen surgidas de los hechos de la evolución de la prensa sino impuestas a ellos. La expansión cultural general se ha interpretado de una manera particular, y la historia de la prensa se ajustó, a menudo contra los propios hechos, a esa interpretación general.

La más común de esas fórmulas es la que sostiene que antes de la aparición de *Tit-Bits* y *Answers* en la década de 1880 y del *Daily Mail* de Northcliffe, con un precio de medio penique, en 1896, no hubo prensa

popular barata en Inglaterra. La base de la nueva prensa, se dice, fue la ley de educación de 1870, gracias a la cual la gente común y corriente de Inglaterra aprendió a leer. En este punto, la fórmula tiene finales alternativos. O bien, como resultado de este proceso, pudo establecerse una prensa popular, piedra angular de una democracia viva, o bien, con el ingreso de las masas a la escena cultural, gran parte de la prensa se trivializó y degradó, mientras que antes, al servicio de una minoría educada, había sido responsable y seria.

Ahora bien, estos finales alternativos apenas tienen importancia y el debate entre ellos es verdaderamente irrelevante, porque lo cierto es que para cualquiera que conozca la historia de la prensa, una descripción semejante no tiene sentido. Es bastante interesante que pueda rastreársela hasta Northcliffe, que en 1883 dijo a Max Pemberton:

Todos los años, los internados producen cientos de miles de muchachos y muchachas ávidos de leer. A éstos no les interesa el diario corriente. No les preocupa la sociedad, pero leerán cualquier cosa que sea simple y suficientemente interesante. El hombre que inventó ese *Tit-Bits* ha logrado algo más grande de lo que imagina. Está apenas en los inicios de un proceso que va a cambiar todo el rostro del periodismo. Trataré de frecuentarlo.

Éste es el pensamiento franco de un especulador (y Gissing lo señaló como tal en *New Grub Street*). Como demostración de una actitud, es importante. Pero llegó a ser algo más. En *England 1870-1914*, un volumen de la colección de historia de Oxford, R. C. K. Ensor calificó el año 1870 como una divisoria de aguas y habló de una “etapa digna del periodismo inglés” que

imperó sin rivales hasta 1886, y en rigor más allá de esta fecha. No obstante, la semilla de su destrucción ya germinaba. En 1880, diez años después de la ley de educación de Forster [...] Newnes advirtió que la nueva enseñanza creaba una nueva clase de lectores potenciales, personas a quienes se había enseñado a descifrar los caracteres impresos sin aprender mucho más. Puso entonces en marcha *Tit-Bits*.

Luego de esto, la fórmula arraigó con firmeza en la mayoría de las mentes instruidas y encontró su casual camino a la letra impresa una innumerable cantidad de veces. Comprobamos que aun la Comisión Real sobre la Prensa dice en 1947:

La década de 1890 presenció la aparición de diarios vendidos a medio penique y dirigidos, no a la minoría muy culta y con inquietudes políticas, sino a los millones a quienes la ley de educación de 1870 había dado la capacidad de leer.

Pero si, como suele hacerse, iniciamos una investigación sobre la base de un supuesto como éste, presentado como un hecho cuando no lo es, es improbable que luego planteemos las cuestiones contemporáneas verdaderamente relevantes o lleguemos a un punto en que las lecciones reales de la historia puedan arrojar luz sobre nuestras urgencias actuales.

Es de esperar que los hechos resulten claros en la exposición que sigue. Pero al parecer vale la pena exponer ante todo, de una manera sumaria, los aspectos cardinales de la historia y las cuestiones que señalan. El diario fue la creación de la clase media comercial, principalmente en el siglo XVIII. Sirvió a esta clase con noticias importantes para la conducción de los negocios, y en ese carácter se estableció como una institución financieramente independiente. Al mismo tiempo, publicaciones periódicas y revistas satisfacían los intereses más amplios de la clase media en su conjunto: la formación de la opinión, la enseñanza de modales, la difusión de ideas. Desde mediados del siglo XVIII, esas funciones también fueron asumidas en parte por los diarios. Con referencia a la formación de la opinión, sucesivos gobiernos trataron de controlarlos y sobornarlos, pero terminaron por fracasar a causa de los fundamentos comerciales esencialmente estables de los diarios. Cuando uno de éstos, *The Times*, proclamó su plena independencia a principios del siglo XIX, comprobó que la tenía al alcance de la mano, y con la nueva imprenta mecánica (de vapor) como agente, podía lograr una fuerte posición y una amplia difusión en la clase media. La prensa diaria, encabezada por *The Times*, se convirtió en un estamento político, asentado sobre esos sólidos cimientos de clase media.

Antes de que se alcanzara ese punto, sin embargo, hubo otras señales evidentes de crecimiento. Entre las décadas de 1770 y 1830, pero sobre todo en los últimos veinte años de este período, se hicieron reiterados intentos, contra una severa represión gubernamental, de establecer una prensa con una base social diferente en la clase obrera que empezaba a organizarse. En su forma directa, esos intentos fueron derrotados, pero en los hechos se estableció, de otra manera, una prensa con un público popular. Ese logro fue el resultado de la institución del periódico dominical que, particularmente desde la década de 1820, adoptó un carácter y una función muy diferentes de los de la prensa diaria. Desde el punto de vista político, estos periódicos eran radicales, pero su principal material no era político sino una miscelánea de tipo básicamente similar a las formas anteriores de literatura popular: baladas, *chapbooks*, almanaques, historias de asesinatos y ejecuciones. Desde 1840 en adelante, el diario inglés de mayor venta no fue *The Times* sino uno u otro de estos periódicos dominicales baratos (de un penique).

En 1855, con la eliminación del último de los impuestos a los periódicos, la prensa diaria sufrió una transformación. Una prensa diaria metropolitana barata (de un penique), encabezada por el *Telegraph*, no tardó en desplazar de los primeros lugares a los diarios de un tipo más antiguo, liderados por *The Times*, y ganó rápida influencia en una clase media baja en expansión. Al mismo tiempo se establecía con firmeza una prensa diaria provincial. Con las mejoras en los métodos de impresión, la caída de los precios del papel de prensa y la distribución por ferrocarril, la circulación creció rápidamente hasta llegar a alrededor de setecientos mil ejemplares en 1880. Sin embargo, aún llevaba la delantera la prensa dominical, que hacia 1890 alcanzó una circulación de un millón setecientos veinticinco mil ejemplares, encabezada por un periódico que vendía casi un millón. En las décadas de 1870 y 1880, entretanto, se lanzó con éxito un nuevo tipo de vespertino, que tomaba de la prensa dominical gran parte de sus procedimientos periodísticos.

En la década de 1890, luego de un período de renovada expansión de los periódicos populares, la difusión de la prensa diaria a través de la clase media baja en rápido crecimiento, sobre todo en las grandes ciudades, se desarrolló notablemente gracias a un diario más barato, el *Daily Mail* de medio penique, una imitación deliberada de *The Times* para un público diferente. El cambio era económico y se basaba en la sustitución del viejo apoyo de la clase comercial por un nuevo ingreso, obtenido de la publicidad “masiva”. Hacia 1900, el público de los diarios había trepado (en una curva bastante gradual) a un millón quinientos mil, y en 1920 llegó a los dos millones. La prensa dominical todavía estaba a la cabeza, con su público más antiguo y un tanto diferente.

En 1920, luego de la demanda de noticias durante la guerra, el público de los diarios era de más de cinco millones de personas, mientras que los lectores de la prensa dominical superaban los trece millones. Este período de entreguerras fue el del verdadero inicio de la expansión de la prensa diaria hacia la clase obrera, aunque en 1937 su público no superaba todavía la cantidad de lectores de periódicos dominicales en 1920. También por entonces se produjo una transformación radical del contenido de los diarios, en una carrera por la circulación y, en consecuencia, por los ingresos procedentes de la publicidad “masiva” sin los cuales aquéllos habrían dado grandes pérdidas. El *Mail* fue superado por un nuevo tipo de diario, el *Express*, que llevó la mezcla de publicación política y revista miscelánea —mezcla claramente visible en la apariencia cambiante— a niveles sin precedentes hasta entonces. La expansión plena de la prensa diaria, hasta alcanzar algo así como la totalidad del público lector, se produjo durante la Segunda Guerra Mundial, y en 1947 la circulación superó los quince millones de ejemplares. La prensa dominical, entretanto, había crecido hasta más de veintinueve millones. Las curvas verdaderamente

pronunciadas, y la verdadera instauración de una prensa popular, se dieron en los periódicos dominicales entre 1910 y 1947, y en los diarios, entre 1920 y 1947. Por otra parte, esa instauración, para la prensa en su conjunto, se produjo en primer lugar de acuerdo con el contenido y los métodos tradicionales de los periódicos dominicales vigentes desde la década de 1820 y, segundo, en términos de las nuevas bases económicas de los diarios, que circulaban con pérdidas y las compensaban con los ingresos provenientes de la publicidad “masiva”. En el mismo período, no obstante, un nuevo tipo de periódico dominical (*Observer*, *Sunday Times*), imitador deliberado de los métodos de la prensa diaria más antigua, conquistó un público creciente, mientras los diarios supervivientes de un tipo anterior también hacían avances notables.

Durante la última década de la gran expansión, una nueva clase de diario, el *Daily Mirror*, desplazó del primer lugar al *Express* y hoy está claramente a la cabeza. Se trata en este caso de una aplicación aun más consumada de la técnica de combinar una hoja de noticias con una publicación miscelánea, e implicó otro cambio de apariencia. En método y contenido, el *Mirror* se basa en parte en el periódico dominical tradicional, y en parte en las técnicas de la nueva publicidad que es ahora el fundamento comercial del diario. En la década del cincuenta la expansión general perdió velocidad, con una cobertura efectiva de todo el público lector, y lo que sucedió entonces (y sigue pasando hoy, en la década del sesenta) fue una especie de polarización, con un éxito compartido entre la forma más extrema de diario misceláneo, por un lado, y los diarios más claramente supervivientes del estilo anterior, por otro. Los periódicos que representan etapas previas de la combinación entre diario y publicación miscelánea están perdiendo lectores.*

Ahora bien, las preguntas que nos hacemos una vez planteados estos puntos cruciales (que es preciso ampliar con la descripción más completa presentada a continuación) son las siguientes: en primer lugar, ¿cuál es la verdadera base social de la prensa popular tal como hoy está establecida? En contenido y estilo, esa prensa se desarrolló a partir de una vieja literatura popular, con tres factores transformadores vitales: primero, la enorme mejora de los métodos de producción y distribución causada por la industrialización; segundo, el caos social y la extensión de los derechos políticos, también obra de la industrialización y la lucha por la democracia, y tercero, la instauración, como una base de financiamiento de los diarios, de un tipo de publicidad cuya necesidad

* El énfasis en el carácter misceláneo tuvo en años recientes un notable efecto sobre los diarios tradicionales “de calidad”. Las revistas y suplementos de los periódicos dominicales están obviamente relacionados con los ingresos en concepto de publicidad, pero tal vez también con la situación modificada de los diarios debido a la difusión de la televisión. Entretanto, la polarización social y cultural, que refleja las divisiones de nuestro sistema educacional, es aún muy marcada en el conjunto de la prensa.

se debió a un nuevo tipo de organización económica y un público organizado de otra manera. En sí misma, la alfabetización no fue un factor transformador, aunque supongamos que la ley de 1870 fue el fundamento del alfabetismo popular, lo cual no es cierto. En 1850 había en Gran Bretaña suficientes adultos alfabetizados para comprar un número superior a la cantidad total de ejemplares que hoy vende por día el *Daily Mirror*. La alfabetización sólo fue un factor en función de los otros cambios. Por lo tanto, cuando se procura mejorar la prensa popular, si bien es juicioso esforzarse en pos de un mayor alfabetismo, sólo llegaremos al meollo de la cuestión si indagamos en la organización social de una sociedad industrial, su organización económica y el modo de financiar sus servicios, por ejemplo los diarios.

En segundo lugar, ¿cuál es el fundamento comunicacional de la prensa popular? El *Advertiser*, del siglo XVIII, y *The Times*, del siglo XIX, tenían como base la imagen de un tipo específico de lector, perteneciente a una clase identificable a la cual también pertenecían los propietarios y los periodistas. La prensa popular del siglo XX tiene como imagen una fórmula particular que, aparecida quizás en la década de 1840, se desarrolló rápidamente desde el surgimiento de la nueva publicidad en la década de 1890. Esta fórmula es la de la "masa" o las "masas", un tipo específico de agrupamiento impersonal, correspondiente a aspectos de la organización social e industrial de una sociedad capitalista e industrializada como la nuestra. La novedad esencial de la prensa popular del siglo XX es el descubrimiento y la explotación exitosa de esa fórmula, y lo importante, si bien es prudente considerar en detalle sus mecanismos, es preguntarse sobre la relación de la fórmula de las "masas" con la verdadera naturaleza de nuestra sociedad, con la expansión de nuestra cultura y con la lucha por la democracia social.

Estas preguntas son a la vez los medios de comprender nuestra prensa con cierta profundidad y de entender la naturaleza y las condiciones de nuestra cultura en expansión, de la cual aquélla es un indicador muy importante. Su planteo y la búsqueda de las respuestas en el campo que ellas abren son la verdadera consecuencia de nuestra historia concreta de la prensa. Mientras nos aferremos a las fórmulas existentes haremos las preguntas equivocadas o nos entregaremos al estéril debate entre quienes dicen de una u otra manera que la prensa es libre y quienes sostienen a todo trance que es trivial y está degradada. Debemos ir más allá de este callejón sin salida, y la historia de la prensa es la forma de hacerlo.

Me ocuparé ahora de la historia real, dividida en siete períodos: 1665-1760, la primera prensa de clase media; 1760-1836, la lucha por la libertad de prensa y la nueva prensa popular; 1836-1855, la expansión de la prensa popular; 1855-1896, la segunda fase de la expansión; 1896-1920, la tercera fase; 1920-1947, la expansión consumada, y la década

del cincuenta y las nuevas tendencias dentro de una expansión completada.

1. 1665-1760

La historia de la fundación de la prensa inglesa es, en sus primeras etapas, la historia del crecimiento de un público lector de clase media. La primera mitad del siglo XVIII es un período crítico en la expansión de la cultura inglesa, y el diario y el periódico se cuentan entre sus productos más importantes, junto con la novela popular y el teatro doméstico. La expansión es significativa, ya que abarcó un amplio espectro y muchos niveles diferentes. El desarrollo de la prensa refleja plenamente uno y otros y fija en este tipo de crecimiento un patrón de vital importancia a lo largo de su historia ulterior.

Nunca es posible hacer simplemente a un lado las necesidades culturales de una nueva y poderosa clase, pero el modo de satisfacerlas puede estar determinado por diversos factores legales, técnicos y políticos. Los factores que influyeron con mayor claridad sobre la prensa entre fines del siglo XVII y principios del siglo XVIII fueron, en primer lugar, el estado de las comunicaciones, sobre todo los servicios postales, y segundo, el paso de la licencia obligatoria del Estado para el funcionamiento de las imprentas a una actividad comercial dirigida al mercado. El control estatal sobre el negocio editorial era, a su vez, un notorio control político sobre los nuevos y eficaces medios de difundir noticias y opiniones.

En el siglo XVI y principios del siglo XVII había habido muchos intentos de utilizar la imprenta para esa obvia finalidad social, pero la censura política directa los había frustrado. De una manera u otra, los *Corantos*, *Diurnalls*, *Passages* e *Intelligencers* hicieron todo lo posible por hacerse un lugar, pero en todos los casos aún eran, en esencia, libros o panfletos. El establecimiento del correo público semanal en 1637 hizo posible una nueva técnica, la de las cartas de noticias, que circulaban por suscripción entre los libreros y, como eran escritas a mano por escribientes al servicio de esos mismos comerciantes, eludían las restricciones aplicadas a los materiales impresos. Este progreso en materia de libertad, sin embargo, era evidentemente regresivo desde el punto de vista técnico, y cuando la misma libertad encontró una técnica progresista, las cartas de noticias cayeron en desuso. Esto recién sucedería, sin embargo, cerca de fines de siglo.*

El avance técnico crucial, el desarrollo de una *hoja* de noticias en vez de un libro o un panfleto, se produjo de hecho bajo dirección oficial.

* Subestimé la importancia de los órganos noticiosos en el período de la Guerra Civil y la Mancomunidad. El origen social decisivo está allí pero, como sucede con tantas otras iniciativas de la época, la situación política y económica impidió su desarrollo y más adelante fue necesario encarar algo parecido a un nuevo comienzo.

Sucedió en 1665, cuando una *Oxford Gazette* fue “publicada por la Autoridad” en el nuevo formato de una sola hoja. Más adelante se convirtió en la *London Gazette*, ahora sólo una publicación oficial, pero ya un verdadero periódico. En la misma época, sin embargo, el control estatal de las imprentas se estableció sobre nuevas bases. La ley de licencias de 1662, sancionada con el objeto de impedir “abusos en la impresión de libros y panfletos sediciosos, traidores y no autorizados”, limitó el número de maestros impresores a veinte, y en 1663 se designó un inspector de la prensa (L’Estrange) con un virtual monopolio sobre las noticias impresas. Así, a la vez que se descubría la forma técnica apropiada, se vedaban con firmeza las condiciones para su explotación.

No obstante, era evidente que el equilibrio del poder político comenzaba a cambiar, y así como 1688 es una fecha política significativa, 1695 es importante en la historia de la prensa. En efecto, ese año el Parlamento decidió no renovar la ley de licencias de 1662 y de ese modo quedó plenamente dispuesto el escenario para la expansión. Además de la nueva libertad había ahora un mejor servicio postal, con envíos a todo el país los martes, jueves y sábados y un correo diario a Kent. La expansión no tardó en producirse, porque entre 1695 y 1730 se asentaron sobre sólidos cimientos tres tipos de prensa pública: diarios, semanarios provinciales y periódicos. En conjunto, estos nuevos órganos abarcaban todo el espectro del crecimiento cultural.

El primer diario, el *Courant*, apareció en 1702, y lo siguieron el *Post* (1719), el *Journal* (1720) y el *Advertiser* (1730). En ese mismo período comenzaron a publicarse muchos matutinos y vespertinos que salían tres veces por semana, los días de los envíos postales a todo el país. Simultáneamente se fundaban semanarios provinciales: dos en 1695-1700, ocho en 1701-1710, nueve en 1711-1720 y cinco en 1721-1730. En cuanto a los periódicos, la *Weekly Review* de Defoe comenzó a publicarse en 1704 y el *Tatler* de Steele en 1709. Casi de inmediato, sin embargo, se intentó implementar otra forma de control del Estado, con el establecimiento de un impuesto del timbre (de medio a un penique según el tamaño) y un gravamen a los anuncios (un chelín por cada aparición), no con fines de recaudación sino como el “modo más eficaz de eliminar los libelos”. La nueva forma de control es característica de la nueva situación: el reemplazo de las licencias estatales por un impuesto al mercado.

En realidad, las presiones de la expansión absorbieron con bastante facilidad estas impositions. La prensa diaria, en particular, atendía una necesidad tan evidente de la nueva clase que prácticamente nada podría haber detenido su desarrollo. Un vistazo a sus contenidos permite apreciarlo con claridad, pues el interés comercial difícilmente podría haber obtenido un mejor servicio. En un principio, las noticias son sobre todo del extranjero, incluidas las correspondientes a los mercados y

embarques. Entre las noticias domésticas, uno de los ítems fundamentales es el de los “precios de los valores, la tasa de cambio y los nombres y descripciones de las personas que se han declarado en quiebra”. Se publican listas de exportaciones e importaciones y tras ellas aparecen algunos artículos misceláneos relacionados, entre otras cosas, con casamientos, muertes e investigaciones. Por último se presenta el material que, de hecho, sostendría el periódico del siglo XVIII: la masa de pequeños anuncios comerciales. Con el crecimiento del comercio, éste último ítem se convirtió durante un tiempo en la característica principal, y el *Advertiser* [“Anunciante”] de 1730 la señala de manera oportuna. Este periódico comenzó como una hoja estrictamente comercial y luego, cuando los anuncios menguaron, se amplió hasta incluir “las mejores y más recientes descripciones de todos los sucesos extranjeros y domésticos”. Se convirtió así en el principal periódico de mediados del siglo XVIII, y la prioridad que asignaba a los anuncios, presentados en la primera plana en lugar de las noticias, inauguró un formato de notoria importancia ulterior.

Al mismo tiempo, sin embargo, la prensa periódica atendía en muchos niveles los intereses más amplios de la clase en ascenso. Por lo común, los diarios se abstendían de hacer comentarios políticos, no porque los consideraran innecesarios sino porque podían presentarse con mayor propiedad en las publicaciones periódicas. La *Weekly Review* de Defoe es el primero de esos periódicos políticos, y tuvo muchos sucesores e imitadores. También existía, empero, la necesidad del comentario social, sobre los modales y la literatura culta y sobre el teatro. De ello se encargó el *Tatler*, que también fue vastamente imitado. Tras la primera etapa de consolidación de estos diferentes tipos de publicaciones, entre 1730 y 1760 se produjo una gran expansión, oportunamente marcada por la palabra “revista” [*magazine*], a partir del *Gentleman’s Magazine* de 1730, y continuada en escala ascendente por el *London Magazine*, el *Universal Magazine*, el *Town and Country Magazine*, el *Oxford Magazine*, el *Magazine of Magazines* y el *Grand Magazine of Magazines*. Estas publicaciones ilustran con mucha claridad las crecientes ambiciones culturales de la clase de lectores a quienes se dirigían. La calidad e intención de sus contenidos es variable: desde trabajos originales que pueden clasificarse con propiedad como literatura, pasando por un periodismo culto, hasta una obvia función de “compendio”. Se trata de lo que hemos aprendido a reconocer como característico de esa etapa de expansión de una cultura: una gama de publicaciones dirigidas a todos, desde quienes quieren un conocimiento de primera mano de los hechos, la literatura y la opinión hasta los interesados en adquirir ese conocimiento en una forma sumaria y conveniente, como un medio de obtener un rápido barniz cultural. En todo este campo hay un impresionante caudal de obras, aunque no

debemos idealizarlo. Hay mucha buena escritura, pero también mucha instrucción afectada y “predigerida” en materia de gustos y modales, así como cierta explotación de intereses concomitantes como el chisme y el escándalo acerca de personajes prominentes. No sólo está el *Tatler* de Steele sino el *Female Tatler* de la señora De la Riviere Manley (autora de *Secret Memories and Manners of Several Persons of Quality, of both Sexes*); no sólo los artículos de Johnson en el *Universal Chronicle*, sino también el *Grand Magazine of Magazines, or Universal Register*, que “contiene todo lo curioso, útil o entretenido de las revistas, gacetas y crónicas [...] del país y el extranjero”. Lo cierto es que cuando una cultura se expande, lo hace en todos los niveles de interés y seriedad, algunos de ellos a menudo más explotados que servidos.

Mientras tanto, los diarios cambiaban de contenidos, organización y ambición, y adquirían cada vez más las características que antes habían dejado en manos de la prensa periódica: comentarios, noticias generales y material de “interés para las revistas”, como anuncios teatrales, literatura liviana y reseñas. Esta expansión se produjo sobre la base de una sólida y creciente función comercial. Desde la década de 1740 había aumentado el volumen publicitario y un diario exitoso era una empresa comercial cada vez más rentable. Una señal de esta transformación es el surgimiento de un nuevo tipo de propiedad. Por lo común, los primeros periódicos estaban en manos de impresores, que habían recibido con beneplácito su impresión regular como una manera de mantener en pleno funcionamiento las prensas. En algunos casos, los diarios pasaban de desempeñar una función complementaria a convertirse en la principal actividad, una tendencia que en su conjunto recién alcanzó una forma acabada a comienzos del siglo XIX. En esta situación, el lanzamiento de sociedades anónimas para administrarlos, en las cuales los impresores dejaban de ser propietarios y se transformaban en agentes contratados, era un desarrollo comercial natural de la época. La primera de esas sociedades se constituyó en 1748 para administrar la *London Gazetteer*, y más adelante el cambio asumiría una importancia considerable.

La circulación seguía aumentando. De una venta total anual de dos millones doscientos cincuenta mil ejemplares en 1711 se pasó a siete millones en 1753. La cantidad de lectores era mucho más grande que las ventas, pues los diarios eran comprados más por cafés y establecimientos similares que por individuos particulares. El incremento del impuesto del timbre, en 1757, no contribuyó más que el gravamen original a refrenar la expansión. En realidad, había llegado el momento en que, gracias a una mayor prosperidad, los diarios podían aspirar a conquistar un estatus político más alto. Su importancia política ya era suficientemente reconocida para erigirlos en el objeto de un persistente soborno gubernamental: Walpole, por ejemplo, pagó más de cincuenta mil libras a diarios y panfletistas en los últimos diez años de su administración.

Pero también llegaba la hora de reivindicar seriamente la libertad de prensa, como institución política por derecho propio. En este aspecto, la cuestión clave fue la posibilidad de informar libremente sobre las sesiones parlamentarias, y en esto los periódicos estuvieron a la vanguardia. Cave comenzó a reproducir los debates parlamentarios en 1736, en el *Gentleman's Magazine*. Cuando en 1738 se dictaminó que esa actitud significaba una ruptura de privilegios, Cave siguió publicando informes como si fueran del “Senado de Liliput” y en 1752 reanudó los informes directos, citando sólo la primera y la última letra del apellido de los oradores. La batalla aún no estaba ganada, pero se había plantado un mojón. A lo largo de los siguientes setenta y cinco años, la libertad y el estatus político de la prensa iban a ser cuestiones dominantes en su desarrollo, puesto que el diario había irrumpido en el mercado abierto y prosperado: ahora procuraba, con todos aquellos cuya historia había sido similar, tener mayor participación en el gobierno del país.

2. 1760-1836

El primer número del *North Briton* de Wilkes, de 1762, es una adecuada introducción a la futura batalla por la independencia. En él, su director escribía lo siguiente: “La libertad de prensa es un derecho de nacimiento de los británicos, y se la estima con justicia como el baluarte más sólido de las libertades de este país”.

Hacia fines de esa década, la notable serie de cartas de Junius, publicadas en un diario del viejo tipo comercial, *The Public Advertiser*, se había tomado esa libertad. Luego, en 1771, y a instancias de Wilkes, varios periódicos comenzaron a publicar la totalidad de los informes parlamentarios, y el privilegio, aunque no formalmente abandonado, fue eficazmente puesto en tela de juicio. Esta victoria, sin embargo, tuvo hasta cierto punto el contrapeso de la interpretación judicial de Lord Mansfield de la ley del libelo, en un caso derivado de una carta de Junius. Como consecuencia de esa interpretación, correspondió a la corona y no a un jurado decidir si una publicación determinada era difamatoria; de tal modo, hubo varios procesos y sentencias a impresores de acuerdo con esos lineamientos, hasta que la ley del libelo de 1792 volvió a poner la decisión sustancial en manos de los jurados.

No obstante, si bien algunos impresores padecieron, a lo largo de esos años la prensa en su conjunto mostró su vigor. En 1769 y 1772 se fundaron respectivamente dos muy importantes diarios, el *Morning Chronicle* y el *Morning Post*. Con ellos, la prensa diaria de Londres consolidó las bases de su autoridad política. En 1785 los siguió *The Times*. Aunque en 1776 había vuelto a incrementarse el impuesto del timbre, la circulación siguió creciendo. La venta total anual de siete millones de ejemplares en 1753 pasó a doce millones doscientos treinta mil en 1776 y en 1811 alcanzaría los veinticuatro millones

cuatrocientos veintidós mil. En 1784 había ocho matutinos londinenses; en 1790 eran catorce. La distribución había mejorado, en primer lugar gracias a la aparición del carruaje postal en 1784 y luego, un año después, por la separación del reparto de diarios de la entrega de la correspondencia ordinaria. Como resultado de estas mejoras, en 1788 apareció el primer vespertino regular: el *Star*, con una circulación de dos mil ejemplares. En 1789 lo siguió el *Courier*, que llegó a vender siete mil ejemplares. Los principales matutinos de la época tiraban entre dos mil y tres mil ejemplares, lo cual les bastaba para ser rentables. Cuando el *Morning Post* sufrió una declinación temporaria en la década de 1790, la circulación cayó a trescientos cincuenta ejemplares antes de que se viera bajo la amenaza de cierre. Entretanto había aparecido el primer periódico dominical, el *Sunday Monitor*, en 1779; lo siguieron muchos imitadores efímeros y otros destinados al éxito, *The Observer* (1791), *Bell's Weekly Messenger* (1796) y *The Weekly Dispatch* (1801). La prensa se expandía en todas las direcciones, pero precisamente en ese momento los impuestos sufrieron un pronunciado aumento. En 1789 el impuesto del timbre se elevó a dos peniques y el gravamen a la publicidad, a tres chelines. El primero volvió a incrementarse en 1797, a tres peniques y medio. En 1789 se había prohibido la práctica de alquilar diarios, que, no obstante, no llegó a interrumpirse. Estas medidas causaron una caída temporaria de la circulación, aunque la demanda continuó creciendo. En la agitada atmósfera política que siguió a la Revolución Francesa, el gobierno mostró un profundo temor a la influencia política de la prensa. La *Anti-Jacobin Review*, de tendencia *tory*, señaló el problema y su contexto con la mayor claridad en 1801:

Durante mucho tiempo consideramos que el establecimiento de diarios en este país era un infortunio que lamentaríamos; pero, visto que han conquistado una influencia predominante gracias a la universalidad de su circulación, lo juzgamos como una calamidad que debe deplorarse muy profundamente.

El asunto no quedaría en la mera deploración. El sistema de subsidios había continuado y la contabilidad que ha llegado hasta nosotros muestra sustanciales erogaciones en 1782-1783, 1788 y 1789-1793. Durante este último período fueron nueve las publicaciones beneficiadas con subsidios, desde seiscientas libras por año para el *Morning Herald* y el *World* hasta cien libras para el *Public Ledger*, pasando por las trescientas recibidas por *The Times*. Los costos de producción del *Oracle* exhiben en 1794 un gasto anual de alrededor de 6.864 libras; los de *The Times* llegaron a 8.112 libras en 1797. Así, los subsidios mencionados constituían un aporte notable pero no necesariamente decisivo para las

finanzas de los diarios: se los recibía con beneplácito, desde luego, pero al mismo tiempo el *Oracle* podía obtener ganancias con una circulación diaria de mil setecientos ejemplares, y el *The Times* era efectivamente rentable con la venta de unos dos mil ejemplares por día. Las cifras recién indicadas excluyen los gastos generales en la columna de los débitos y los ingresos publicitarios en la de los créditos, pero es evidente que, tomada en su conjunto, la posición comercial de los diarios exitosos les permitía ser independientes si así lo deseaban. Al mismo tiempo, el gobierno tenía otros medios para ejercer su influencia. Se hacían pagos directos a los periodistas, que en el año fiscal terminado en junio de 1793 ascendieron a 1.637 libras. Luego, y hasta llegar a un punto culminante en la década de 1820, el gobierno tendió a limitar sus anuncios publicitarios a los diarios más dóciles. Cuando examinamos la situación en términos generales, parece obvio que si bien la influencia podía comprarse, se la compraba debido a la fuerza y el efecto de la prensa, y éstos —una pequeña circulación se multiplicaba gracias a la multiplicidad de lectores y era financieramente rentable gracias a los ingresos publicitarios que en conjunto habían sido el factor clave del desarrollo— harían posible conquistar una independencia real cada vez que se adoptara una postura determinada. Sin embargo, habría nuevas contramedidas. En 1815 el impuesto del timbre se incrementó a cuatro peniques y el gravamen publicitario a tres chelines y seis peniques. Como un resultado directo de estas imposiciones, se introdujo un importante nuevo factor en el desarrollo de la prensa. Abandonando las noticias y concentrándose en la opinión, Cobbett vendía su *Political Register* sin timbrar, y a un precio de dos peniques alcanzaba la extraordinaria venta de cuarenta y cuatro mil ejemplares semanales (casi medio millón de lectores reales). Wooler fundó su *Black Dwarf* en 1817 y llegó a vender doce mil ejemplares. En esos años críticos empezaba a surgir un nuevo tipo de prensa popular, de espíritu plenamente independiente y dirigida a nuevas clases de lectores. El marcado ascenso de la temperatura política creaba una prensa política completamente autónoma, y detrás de Cobbett y Wooler en ese nuevo espíritu, si no en la opinión, se ubicaron las nuevas y atrevidas publicaciones trimestrales (la *Edinburgh Review*, de 1802, y su rival, la *Quarterly Review*, de 1809, vendían catorce mil ejemplares cada una en 1818), los semanarios radicales (*News*, de 1805, y *Examiner*, de 1819) y la creciente actitud independiente de *The Times* (Barnes se convirtió en su director en 1817). El espíritu de independencia provenía de todas esas fuentes, pero Cobbett y Wooler lo ampliaban a un nuevo público. El gobierno no demoró en contraatacar: la circular de 1816 y dos de las seis leyes de 1819 apuntaban directamente a suprimir la opinión de la prensa (“libelos blasfemos y sediciosos”); si bien no aplastaron el poder de la nueva prensa popular, al menos lo debilitaron seriamente. Lord

Ellenborough explicaba con claridad la actitud del gobierno: “Este proyecto de ley [la ley del impuesto del timbre para diarios, de 1819] no se dirigió contra la prensa respetable sino contra una prensa de paupérrima calidad”.

Desde entonces siempre ha habido una importante escisión fáctica entre la “prensa paupérrima”, que expresa nuevos tipos de opinión política y social, y la “prensa respetable”, que busca la independencia financiera y editorial dentro de los términos de la “opinión respetable”. Es fácil escribir la historia de la prensa desde el punto de vista exclusivo de la última, pero la historia de la prensa radical independiente también tiene una importancia fundamental. Contra la represión abierta, Cobbett, Wooler, Carlile, Hetherington y muchos otros lucharon dura y eficazmente, y la prensa cartista representó un trascendente éxito temporario. Pero la base económica de esos diarios fue y nunca dejó de ser profundamente problemática. Si se sigue el hilo conductor a través de Blatchford y Lansbury hasta el *Daily Worker* y el *Tribune* de nuestros días, se ve una historia de constantes presiones financieras enfrentadas por un esfuerzo voluntario persistente o mal pago, no sólo de periodistas sino de cobradores y vendedores que prestan servicios a una causa y no a una empresa comercial. Los recursos de la “prensa respetable”, en ingresos publicitarios y distribución organizada, casi nunca estuvieron al alcance de este tipo de diarios, no obstante lo cual surgieron constantemente nuevas iniciativas, en relación directa con las etapas del cambio político. Sin esa prensa disidente, la historia no sólo del periodismo sino de la política y la opinión sería muy diferente.

Lo cierto es que la organización económica de la prensa en Gran Bretaña se planteó primordialmente en función de la clase media comercial que fue el primer objetivo de los diarios. Cuando los diarios así organizados se dirigieron a un público más amplio, ganaron nuevos lectores en términos del mercado y no por medio de la participación o una genuina relación comunitaria. Con el surgimiento del nuevo público, en la época de Cobbett, se hicieron evidentes los inicios de esta prolongada historia. La comunidad en su conjunto no hacía los diarios; intereses particulares los hacían para ella. La prensa radical discrepaba por motivos políticos, mientras que la prensa “respetable” avanzaba hacia la independencia comercial, no sólo del gobierno sino, en definitiva, de la sociedad.

Los años transcurridos entre 1820 y 1850, cuando la prensa radical independiente hizo sus primeros esfuerzos sostenidos, fueron testigos del paso de *The Times* a una nueva posición. Opuesto al gobierno en el caso de Peterloo y alineado con el bando popular en la controversia de la reina Carolina,^{*} se presentó con firmeza como el principal órgano

de la reforma “respetable”, con un público coherente y creciente de clase media. Sus ventas habían alcanzado los siete mil ejemplares hacia 1820, y en la controversia de Carolina crecieron temporariamente hasta más de quince mil. Francamente eliminados sus rivales más radicales, el diario prosperó sobre la base de su sólida organización comercial, con un creciente apoyo publicitario de la clase a la que representaba en el plano político. El hecho de que fuera *The Times* el que tomara la delantera, y no algún otro diario del mismo tipo general, se debe a la combinación de la independencia que permitían esos cimientos económicos con el deseo crucial de alcanzarla, expresado en la adopción de una política reformista en los años críticos que van desde 1815 hasta 1832. Hay otra razón, técnica esta vez. Desde su creación, *The Times* había estado estrechamente conectado con las mejoras en la imprenta (se lo fundó, de hecho, para publicitar la nueva prensa “logográfica”). Ahora, en ese período decisivo, se mantuvo siempre a la cabeza en el plano técnico. La primera máquina impresora de vapor del mundo imprimió el diario en 1814 (luego de experimentos iniciados en 1807). De doscientos cincuenta pliegos, la velocidad de impresión por hora se elevó a mil cien y luego a mil ochocientos (novecientos por ambas caras), y ulteriores mejoras en los talleres de *The Times* llevaron esa cifra a cuatro mil pliegos por ambos lados en 1827. En épocas anteriores, el crecimiento de la circulación se había visto limitado justamente por el factor de la velocidad de impresión. Así, su jerarquía comercial, su política de reforma de clase media y su superioridad técnica dieron a *The Times* un liderazgo decisivo. Los factores estaban interrelacionados, porque en sus elementos comerciales, políticos y técnicos el diario era el órgano perfecto del público lector de clase media que había creado la prensa periódica y en esos momentos la llevaba a participar en el gobierno del país.

Es preciso señalar brevemente algunos otros aspectos del desarrollo de la prensa en este período. El más importante es el crecimiento de los periódicos dominicales, a cuyos inicios ya hemos hecho mención. Hacia 1810 su circulación estaba bastante por encima de la de los diarios y llegaba, en las principales hojas, a los diez mil ejemplares, que *The*

de más de cincuenta mil trabajadores partidarios de reformas políticas y económicas. Atacados por las tropas de caballería, hubo once víctimas fatales y más de cuatrocientos heridos. El acontecimiento se conoce como la “masacre de Peterloo”. La “controversia de la reina Carolina” alude a Carolina de Brunswick, casada con el príncipe de Gales en 1795 y abandonada por éste luego del nacimiento de su primera hija. Desde entonces pasó largas temporadas en Italia y volvió a Inglaterra en 1820, cuando su marido, que aún la rechazaba, subió al trono con el nombre de Jorge IV. Fue acusada de adulterio y la Cámara de los Lores inició su procesamiento, pero sus apariciones públicas despertaban tanto entusiasmo popular que el juicio fue desestimado. Murió en 1821. (N. del T.)

^{*} Peterloo es el lugar de Manchester donde en 1819 se congregó una manifestación

Times recién alcanzaría en la década de 1820. La mayoría de los periódicos más importantes eran partidarios de la reforma y ejercían una influencia política significativa. Al mismo tiempo, sin embargo, encabezados por el *Dispatch*, comenzaban a dar bastante espacio a una descripción detallada de asesinatos, violaciones, seducciones y sucesos similares, y también al deporte (carreras, lucha libre y boxeo profesional). A partir de 1815 esta tendencia es claramente marcada, y una típica primera plana de la década siguiente, tomada del *Bell's Life in London*, afirma que su contenido “combina, con las noticias de la semana, un rico repositorio de moda, ingenio y humor, además de los interesantes incidentes de la vida real”, lo cual significaba en la práctica una columna de noticias extranjeras, el informe en otra columna sobre una vivaz reunión electoral, media columna de noticias internas generales, la descripción de algunos “amenos casos” de corpulencia y una miscelánea que incluía los pormenores de dos asesinatos, un intento de fuga de la prisión y un robo. El estilo de las informaciones es directo y sólo hay pequeños titulares. Desde el aumento del impuesto del timbre, todos los periódicos habían usado letras pequeñas y pegadas y evitaban cualquier desperdicio de espacio. Por consiguiente, eran muy difíciles de leer, incluso si se los compara con los diarios del siglo XVIII. Debería señalarse, de paso, que hubo repetidos intentos de declarar la ilegalidad de los periódicos dominicales, pero a despecho del gran peso de los sentimientos en esa materia, todos fracasaron. Si bien hay que tener en cuenta las circunstancias de la polémica en este contexto, parece probable que esos periódicos dominicales llegaran a personas más pobres que la prensa diaria “respetable”.

El otro desarrollo importante de este período se dio en las revistas. A las publicaciones trimestrales de éxito se unieron revistas mensuales como *Blackwood's* (1817) y el *London Magazine* (1820), así como un nuevo tipo de semanarios, ampliamente considerados como “escandalosos” en casos como el de *John Bull* (1820), que pronto alcanzó una circulación de diez mil ejemplares. Hubo nuevos semanarios literarios con buena recepción y luego, a principios de la década de 1830, las extraordinariamente exitosas revistas baratas *Chamber's*, *Penny* y *Saturday*, aparecidas en 1832, que llegaron a tener una circulación de entre cincuenta mil y doscientos mil ejemplares, lo cual significó una expansión decisiva hacia una nueva clase de lectores. Sin embargo, aunque destinadas a la clase obrera, estas nuevas revistas parecen haber sido compradas principalmente por integrantes de la clase media y la clase media baja, que aún estaban sedientos de publicaciones impresas. En 1830 se decía que una familia de clase media con un ingreso de doscientas a trescientas libras anuales no podía darse el lujo de comprar un diario gravado con impuestos y a siete peniques el ejemplar, y sin duda a ellas se dirigían sobre todo las revistas de un

penique. La expansión de la prensa diaria a este público debió esperar hasta las siguientes disposiciones legislativas importantes sobre la prensa, que dieron inicio a un nuevo período.

3. 1836-1855

En 1836 el impuesto del timbre se redujo de cuatro a un penique, mientras que tres años antes el gravamen a la publicidad había bajado de tres chelines y seis peniques a un chelín y seis peniques por aparición. Estos cambios motivaron una considerable expansión, tanto de la prensa diaria, ahora dominada por *The Times*, como, de manera más notable, de los periódicos dominicales.

Aunque en momentos excepcionales de la década de 1820 la circulación de *The Times* había llegado a más de quince mil ejemplares, su tirada promedio en 1830 rondaba los diez mil. Subió un poco en 1831, pero hacia 1835 era significativamente más baja que cinco años antes. La importancia política del diario ya estaba consolidada, pero su siguiente fase de expansión recién comenzó luego de la reducción impositiva de 1836, y más particularmente en la década de 1840. De once mil ejemplares en 1837 trepó a treinta mil en 1847, y siguió creciendo hasta llegar a casi sesenta mil en 1855. Lo sorprendente de estas cifras, a primera vista, es que el aumento de la circulación no fuera aun más grande, ya que en esos momentos *The Times* no tenía ningún competidor a su altura: los otros diarios todavía vendían menos de diez mil ejemplares. La clave es el precio, porque a cuatro o cinco peniques un diario quedaba limitado a un espectro de ingresos aún estrecho. El *Daily News* (1846) alcanzó una circulación de veintidós mil ejemplares a dos peniques y medio, pero no se capitalizó lo suficiente y retrocedió.

Entretanto, sin embargo, oculta al interés normal por el crecimiento de *The Times*, la expansión que buscamos se producía en la prensa dominical. Ya en 1837 dos periódicos de los domingos, el *Dispatch* y el *Chronicle*, vendían alrededor de cincuenta mil ejemplares por número, y en la década de 1840 hubo un notable aumento general enmarcado en un clima ferozmente competitivo. Los dos periódicos típicos son *Lloyd's Weekly* (1842) y *News of the World* (1843). Hacia 1855, ambos tenían una circulación que rondaba los cien mil ejemplares. La circulación dominical total estimada en 1850 era de doscientos setenta y cinco mil ejemplares, en comparación con los sesenta mil de la prensa diaria. Estamos sin duda ante la primera fase de expansión de la prensa comercial moderna.

Ya hemos mencionado los contenidos de los periódicos dominicales en la década de 1820; los nuevos periódicos de dos décadas más tarde eran sus verdaderos sucesores, tanto en su tono predominantemente radical como en la selección de las noticias. Al principio, sin embargo, para evitar incluso el timbre de un penique, *Lloyd's Weekly* no publicaba

noticias reales sino historias en episodios y noticias ficticias, con grandes ilustraciones. Hacia 1843, empero, se había adaptado al estilo anterior y establecía así una característica “apariencia de periódico dominical”. Podemos dar algunos ejemplos. Tomamos uno del número del 27 de febrero de 1842 de *Bell's Penny Dispatch*, subtítulo *Sporting and Police Gazette, and Newspaper of Romance*. El principal titular reza “Audaz conjura e intento de violación”, y está ilustrado por un gran grabado y apoyado por un relato pleno de detalles. Éste era un formato habitual, aunque debe señalarse que el primer número de *News of the World* presenta la leyenda (discontinua) “Extraordinaria acusación de suministro de drogas y violación” como un titular muy pequeño y sin ilustraciones.

De hecho, la procedencia de esta clase de periodismo no debe buscarse muy lejos. Hay una larga historia de *chapbooks* y baladas que contenían este tipo de material, sobre todo el relacionado con asesinatos, ejecuciones y fugas. Estos materiales habían sido excepcionalmente populares en el siglo XVIII, y las ilustraciones grabadas, acompañadas por titulares, eran características de su formato. Continuaron vigentes en el siglo XIX y también se expandió la circulación de ficciones comparables, pero llegó un momento en que el diario, con sus ingresos publicitarios, sus noticias y opiniones políticas y la superioridad de sus técnicas, se convirtió a todas luces en el medio más eficaz de comprar y vender el mismo material. Así como los periódicos del siglo XVIII habían absorbido una parte del “interés de las revistas”, estos diarios decimonónicos hicieron suyo el atractivo del *chapbook*, la balada y el almanaque, y a un precio mucho más bajo. Se trata de una tendencia recurrente en la historia del periodismo: la absorción de materiales antes comunicados de maneras muy variadas en una hoja de finalidades generales, de producción barata y fácil distribución. La economía del negocio de la prensa diaria había fijado su rumbo desde el comienzo, y resulta evidente que esos factores de concentración y bajo costo eran muy adecuados en una cultura en constante expansión. Una vasta gama de intereses se incorporaba a una forma letrada, y el pionero de cada etapa de crecimiento era el material impreso más barato y más amplio.

4. 1855-1896

En 1855 se eliminó el último penique del impuesto del timbre, mientras que dos años antes había desaparecido finalmente el gravamen a la publicidad. Estos cambios se produjeron en un momento en que la prensa ya estaba en expansión y comenzaban a explotarse con amplitud nuevas técnicas de recolección de noticias y distribución. El efecto combinado de estos factores fue una nueva y notable fase de desarrollo general. Antes de examinarla, sin embargo, deberíamos tratar de

estimar de algún modo, en términos sociales, hasta dónde había llegado ya esa expansión y considerar la influencia de otros factores sociales, como la alfabetización, que sin duda la afectarían.

Es preciso trazar una clara distinción entre la prensa diaria y la prensa dominical, si pretendemos entender con alguna exactitud ese proceso de expansión. Los comienzos de los periódicos de los domingos nos dan la idea de que éstos atraían a una clase de lectores que no eran los de la prensa diaria. Desde el inicio mismo de su publicación demostraron que nunca formarían parte de la “prensa respetable”, y en las primeras décadas del siglo XIX solía identificarse a sus lectores como miembros de las “clases bajas”. No obstante, un periódico dominical típico de la década de 1820 se vendía a siete peniques, a la par con los diarios, y a ese precio ni siquiera personas de clase media lo habrían comprado con regularidad. La clave en este caso, como en la anterior historia de la prensa diaria, es la compra por instituciones. En la época se abrían nuevos cafés en los cuales se podía tener acceso a casi un centenar de diarios y revistas, y el precio típico para leer uno de ellos, en un horario más extenso gracias a la luz de gas, era de un penique. Los diarios también se compraban colectivamente e incluso se leían en voz alta en los talleres, pero las tabernas y las barberías se convertían cada vez más en los principales lugares de lectura. Tanto en unas como en otras la mañana del domingo era el momento más popular y eso explica, sin duda, el hecho de que la prensa dominical encabezara la expansión en la primera mitad del siglo XIX; un liderazgo, es preciso señalarlo, que se ha mantenido hasta nuestros días. Aun cuando los precios de los diarios bajaron y más personas pudieron comprarlos individualmente, los periódicos dominicales conservaron su posición de privilegio, dado que aparecían el único día en que la mayoría de la gente tenía un verdadero tiempo libre. Las cifras ya mencionadas para 1850 —una circulación total de doscientos setenta y cinco mil ejemplares para las publicaciones de los domingos y de sesenta mil para los diarios— muestran con suficiente nitidez la disparidad entre los dos públicos; por otra parte, la diferencia en la cantidad de lectores probablemente fuera más grande, ya que en la época, con toda seguridad, se compraba y leía colectivamente un porcentaje más alto de periódicos dominicales. Cuando se recuerda, además, que la distribución aún se concentraba casi en su totalidad en Londres, parecería que a mediados de siglo una prensa dominical que puede calificarse legítimamente de popular estaba establecida con solidez en la capital, y que la historia de la expansión en su conjunto debe reescribirse desde ese punto de vista. Durante el resto del siglo, la prensa diaria se extendió sobre todo hacia una clase media en aumento. La historia de la prensa popular, en el siglo XIX, es la historia de la expansión de la prensa dominical, dirigida a un público muy diferente.

Entre 1816 y 1836, el período del impuesto del timbre de cuatro peniques, hubo un aumento del 33% en la venta de diarios. Entre 1836 y 1856 ese incremento fue del 70%. En los veinticinco años posteriores a 1856 las ventas crecieron por lo menos un 600% y comenzó la gran expansión. Como consecuencia directa de la derogación del impuesto en 1856, aparecieron dos nuevos elementos: una prensa diaria metropolitana barata y una extensa prensa diaria provincial. Mientras ambas crecían y prosperaban, los periódicos dominicales y los diarios más caros también alcanzaban grandes cifras de circulación.

Al margen de la influencia de las eliminaciones impositivas, durante ese período las condiciones para la expansión fueron excepcionalmente favorables. Aún había mejoras regulares en las técnicas de impresión: la velocidad de cuatro mil pliegos por hora de 1827 aumentó a veinte mil en 1857. El precio del papel volvía a caer: una resma que había costado veintiún chelines en 1794 costaba cincuenta y cinco en 1845, pero hacia 1855 había bajado a cuarenta. El arancel al papel se eliminó en 1860 y *a posteriori* hubo mejoras considerables en las técnicas de fabricación: el precio de esta materia prima fundamental siguió bajando. Las mejoras generales en el comercio condujeron a una creciente demanda de espacios publicitarios, aunque la mayoría de los diarios fueron lentos para aumentar sus tarifas y aprovechar plenamente la situación. En materia de recolección de noticias, el telégrafo eléctrico existía desde 1837 y se había utilizado con regularidad desde 1847, pero recién en la década de 1870 empezó a explotárselo en toda su dimensión. La distribución por ferrocarril comenzaba a ser muy accesible y hacia 1871 ya estaba establecida la práctica de entrega en consignación a los puestos de venta de diarios de las estaciones. Todos estos factores se conjugaban dentro del espíritu general de la economía, en la que predominaban la confianza y la expansión.

La derogación del impuesto del timbre se convirtió en ley el 20 de junio de 1855, y ese mismo día apareció el diario que durante cuarenta años encabezaría el crecimiento de la prensa cotidiana: el *Daily Telegraph*. Al cabo de tres meses se vendía a un penique, y hacia 1860 había alcanzado una circulación de ciento cuarenta y un mil ejemplares. El *Morning Star*, a un penique, apareció en 1856, y el *Standard* bajó su precio a esa misma cifra en 1858. Con el *News* y el *Standard* como principales competidores, el *Telegraph* llegó a casi doscientos mil ejemplares en 1870, a doscientos cincuenta mil en 1880 y a trescientos mil en 1890. Desde la década de 1870, nuevas máquinas imprimían ciento sesenta y ocho mil pliegos por hora.

El *Daily Telegraph*, que marcó el ritmo de este crecimiento de la prensa diaria barata, había sido concebido para dirigirse a “un público completamente nuevo que nunca vio los semanarios y mensuarios”: era “el diario del hombre sentado en la fila superior de asientos del

autobús”.* En cuanto al estilo, tenía algunas diferencias evidentes con respecto al *Times* de los primeros tiempos victorianos, pero no era, desde luego –ni siquiera en la prensa cotidiana–, el primer diario en adoptar un estilo ligero de periodismo. Los pioneros en esta materia habían sido el *Morning Post* y el *World*, en la década de 1780, y debemos recordar que el mismo *Times* victoriano tenía modales mucho más graves que en cualquier otro momento anterior de su trayectoria. Con referencia al *Telegraph*, Labouchère señaló que “cuando personas por completo alejadas de la literatura son propietarias de diarios, sacrifican naturalmente todo decoro en pos del deseo de hacer de su periódico una especulación remunerativa”.

Los dueños del *Telegraph* eran los Levy, una familia de imprenteros, pero la inferencia de Labouchère de que la separación de la literatura y el periodismo era algo nuevo es imposible de aceptar. La separación entre escritores y periodistas es clara, a pesar de superposiciones ocasionales, antes de fines del siglo XVIII, y la figura del propietario impresor siempre había sido común. Lo indudable es que Levy tenía un nuevo tipo de rol en mente: “lo que queremos es una nota humana”, decía a quienes ingresaban al *Telegraph*, y no debe suponerse que la política fuera el único interés de sus lectores. Al observar el resultado, Matthew Arnold lo denominó “nuevo periodismo”.

En términos de contenido, no era verdaderamente nuevo. Pero en esa época, sin duda, la consideración prestada al delito, la violencia sexual y las extravagancias humanas se abría paso desde los periódicos dominicales hasta estos diarios, y también otros más antiguos como el *Morning Post*. Ya en 1788, este último había escrito:

Desde hace bastante tiempo los diarios, hasta cierto punto, se han distanciado por completo de las elegancias de la literatura y se ocupan sólo de la malicia o, al menos, de la cháchara del día. En esta materia, sin embargo, no debe culpárselos mucho más que a sus patrocinadores, el público.

El *Morning Post* victoriano había alcanzado respetabilidad, pero bajo la dirección de Borthwick (1852-1908) publicó ciertamente informes delictivos muy completos. El “nuevo periodismo” es complejo, porque la expansión producía algo novedoso: distintos niveles de seriedad dentro de la prensa diaria. En algún sentido, el período iniciado en 1852 significó el desarrollo de un nuevo y mejor periodismo, que hacía mucho más hincapié en las noticias que el periodismo faccioso de la primera mitad del siglo. En una etapa que era testigo de la consolidación del

* En el original, *knifeboard of the omnibus*: el *knifeboard* era una fila longitudinal de asientos espalda contra espalda en el piso superior de algunos autobuses victorianos. (N. del T.)

sentimiento desde la clase media hacia arriba –una unidad de sentimiento suficientemente fuerte para contener conflictos partidistas constitucionales–, la mayoría de los diarios pudieron abandonar su frenética actividad panfletista y servir a ese público con noticias y una diversidad regulada de opiniones. Por otra parte, este cambio del clima político desplazó en gran medida la política del lugar de privilegio que tenía en la prensa barata de la primera mitad del siglo y permitió el nuevo énfasis en una miscelánea noticiosa más general. *The Times* y algunos de los diarios más antiguos sirvieron a las clases establecidas con un nuevo periodismo más objetivo; el *Telegraph* y los diarios más recientes se dirigieron a una nueva clase media baja en ascenso con un nuevo periodismo en el cual la vivacidad se aplicaba no sólo a la política sino a otros tipos de noticias. La reacción corriente de los lectores de *The Times* fue igual a la respuesta ulterior ante el *Daily Mail* de medio penique: “vivaz, pero crudo y vulgar”. Debe insistirse una vez más en que ningún león del nuevo periodismo habría tenido nada que enseñar a los periodistas del siglo XVIII en materia de crudeza y vulgaridad, pero, dada la velocidad de la expansión, el énfasis era hoy muy evidente. “Extraordinario descubrimiento de una mujer hombre en Birmingham”, anunciaba el *Telegraph* en 1856; “Feroz ataque a una mujer”, en 1857, y así sucesivamente, una y otra vez. Burnham (un descendiente de la familia Levy que siguió vinculado al *Telegraph*) escribe lo siguiente en su historia del diario: “Al revisar los archivos, el biógrafo honrado no puede discutir que el *Daily Telegraph* medraba con el delito”.

Artículos como la descripción en tres columnas del ahorcamiento de una mujer nos recuerdan que un viejo y popular tema de la literatura barata comenzaba ahora a hacer pie en la prensa diaria.

En esa época hubo también un cambio notorio en el estilo de informar, debido al uso ahora habitual del telegrama. El estilo anterior era, en sus mejores ejemplos, el de los libros; en los peores, lo que los manuales de lengua aún llaman “jerga periodística” (que, de manera significativa, sobrevivió más tiempo en los diarios locales, que recurren mucho menos a los telegramas). El deseo de concisión, para ahorrar dinero en los cables, llevó a redactar oraciones más cortas y a hacer mayor hincapié en las palabras clave. A menudo se ganaba en simplicidad y ausencia de material de relleno; con frecuencia, se perdía con la simplificación de las cuestiones complicadas y la tendencia distorsiva de la palabra clave enfática. Desde entonces, el equilibrio en estos problemas siempre fue crucial para el estilo periodístico.

En otro aspecto el *Daily Telegraph* fue un pionero. Compartía con *The Times* y otros la organización de petitorios públicos, pero tenía preeminencia en la organización de funciones públicas (como la reunión de treinta mil niños en Hyde Park para el jubileo de 1887) y era el primero en artimañas autopublicitarias, como la campaña para conservar

al elefante Jumbo en 1882. Por otro lado, desde el punto de vista tipográfico aún era conservador: vale decir, adhería a la apariencia de diario “denso” que se había establecido en los costosos días del papel timbrado y ya había sido abandonada por la prensa dominical. La diagramación más despejada y los titulares bastante más grandes de la prensa norteamericana de la época (aproximadamente comparables a las páginas de noticias de *The Times* de mediados del siglo XX) solían condenarse y sin duda se ignoraban. El verdadero temor de la prensa diaria barata era que la incluyeran en la misma categoría de los periódicos dominicales.

Entretanto, desde 1855 se arraigaba una floreciente prensa diaria provincial. Sólo ese año se fundaron diecisiete nuevos diarios de ese tipo, y el desarrollo de las agencias noticiosas los liberó cada vez más de la dependencia de la prensa londinense. Los más exitosos alcanzaron una circulación de más de cuarenta mil ejemplares. Aunque esto es poco para la época, la difusión de tantos de esos diarios representa una considerable expansión adicional del público de la prensa. Debido a su situación provincial, escapaban a la competencia por diferentes niveles de público que empezaba a surgir en la prensa diaria de Londres. En procura de captar a todos los lectores de su zona, seguían una política general, sin favorecer ninguna tendencia en particular. No es un azar que varios de ellos se hayan transformado en algunos de los mejores diarios de nuestro tiempo.

Las fuerzas que favorecían la existencia de diarios baratos cobraron mayor impulso en las décadas de 1870 y 1880. Un diario poco exitoso de medio penique (el *London Halfpenny Newspaper*) había aparecido en 1861, pero desde 1855 hubo en las provincias diarios de un precio similar que obtuvieron una buena recepción. En Londres, el vespertino *Echo* salió en 1868 a ese mismo precio; esta nueva etapa de la prensa barata comenzó justamente en los vespertinos, durante las décadas de 1870 y 1880. Con el aumento del interés en los deportes y sobre todo en el fútbol, el diario vespertino tenía una nueva función, y los nuevos vespertinos londinenses de la década de 1880 (*Evening News*, 1881; *Star*, 1888) terminarían por encontrar en ella uno de sus principales atractivos. En un comienzo, como diario político financiado por los conservadores, el *Evening News* tuvo poca repercusión, pero en la década de 1890 Northcliffe lo convirtió en una hoja exitosa. Por entonces había un modelo de éxito, el *Star*, que en materia de método es un hito. Técnicas como la entrevista, los subtítulos de columnas y los titulares al estilo norteamericano habían sido introducidas por la *Pall Mall Gazette* de Stead (fundada en 1865 y dirigida por Stead desde 1883), y el *Star* de O'Connor llevó aun más lejos estos y otros rasgos del nuevo periodismo. O'Connor prometía:

Tendremos diariamente un solo artículo de cierta longitud, y de ordinario se limitará a media columna. Los otros temas del día se tratarán en notas breves, precisas y con un lenguaje sencillo. Creemos que el lector del diario desea otra lectura que la mera política, y le daremos una abundante literatura completamente apolítica, a veces humorística, a veces conmovedora; anécdotas, estadísticas, el furor de las modas y las artes de la casa, y de vez en cuando un relato breve dramático y pintoresco. En nuestras columnas de informaciones desecharemos el estilo trillado del periodismo obsoleto; y los hombres y mujeres que se destacan en el foro, el púlpito o el tribunal serán presentados tal cual son—vívidos, palpitantes, ruborizados o llorosos— y no simplemente a través de las palabras muertas que pronuncian.

La descripción es idónea, pero la política de O'Connor es un hito y no una revolución. Las tendencias que hemos señalado en los matutinos baratos se extendían ahora al nuevo producto, el diario vespertino de bajo precio. La novedad esencial del *Star* consistía en confirmar *tipográficamente* la nueva distribución de intereses surgida en la segunda mitad del siglo. Desde ese momento, el nuevo periodismo comenzó a parecer lo que era.

El primer número del *Star* vendió ciento cuarenta y dos mil seiscientos ejemplares; el *Daily Telegraph* aún rondaba los trescientos mil. Pero la circulación verdaderamente grande era todavía la de la prensa dominical. En 1855 la circulación total de los periódicos dominicales había aumentado a alrededor de cuatrocientos cincuenta mil ejemplares; el principal de ellos tiraba ciento siete mil. Hacia fines de este período, la circulación total era de aproximadamente un millón setecientos veinticinco mil ejemplares, y el periódico de mayor venta, el *Lloyd's Weekly News*, llegó a novecientos mil en 1890 y a un millón en 1896. Como antes se destacó, el crecimiento de una prensa de gran circulación fue encabezado, desde la década de 1820, por la prensa dominical, y la existencia de tiradas como las mencionadas, antes de Northcliffe, es un factor crucial al evaluar la naturaleza de la "revolución de Northcliffe". Los contenidos de estos exitosos periódicos dominicales son los que cabría esperar de su tradición. Los asesinatos de Jack el Destripador, por ejemplo, contribuyeron en mucho a llevar el *Lloyd's Weekly News* a la cumbre. Además, los periódicos del domingo daban las noticias de toda una semana y, de tal modo, eran bienvenidos por un público que, a pesar de la expansión ya señalada, todavía no compraba el diario todos los días.

5. 1896-1920

Cuando revisamos con mayor detenimiento la expansión del período 1855-1896, resulta evidente que el avance más rápido se produjo entre 1855 y 1870 y luego hubo una desaceleración. La circulación de los diarios se triplicó entre 1855 y 1860 y volvió a duplicarse entre este

último año y 1870. Entre 1870 y 1880 la expansión está apenas por debajo del 30%; entre 1880 y 1890 es de alrededor del 12%. Por otra parte, el mayor crecimiento en la circulación de la prensa diaria provincial se dio entre 1870 y 1890, y la prensa vespertina se expandió de manera notable desde 1880 en adelante.

Hay algunos factores explicativos dentro de la propia industria, en particular la creciente importancia de un nuevo tipo de publicidad. La prosperidad comercial de los viejos diarios había dependido de una gran cantidad de pequeños anuncios, del tipo que hoy llamamos "clasificados". En otros medios, sobre todo los carteles callejeros, el estilo publicitario había empezado a cambiar desde la década de 1830, pero la actitud de la prensa siguió siendo cautelosa. Los directores, en particular, mostraban mucha renuencia a romper la diagramación en columnas regulares de sus páginas, y por lo tanto se negaban a aumentar los tipos de adorno. Los anunciantes trataron de eludir de muchas maneras esta actitud pero tuvieron poco éxito, y las presiones sobre los diarios para que se adaptaran a las técnicas tomadas de los carteles (que terminarían por cambiar realmente la cara del periodismo) recién comenzaron a dar resultados en la década de 1880. El cambio se produjo en primer lugar en las revistas ilustradas, con una multitud de desnudos inocentes y figuras similares que anunciaban píldoras, jabones y los otros pioneros de los nuevos métodos publicitarios. Finalmente, con Northcliffe a la cabeza, los diarios abandonaron la norma de las columnas y admitieron grandes tipos e ilustraciones. En 1897 se señaló que "el mismo *The Times*" permitía "anuncios con una tipografía que tres años atrás habría sido considerada exclusivamente apta para las carteleras callejeras", mientras que la primera plana del *Daily Mail* ya contenía hileras de dibujos de mujeres bastante tímidas en combinación, correspondientes a avisos de las nuevas grandes tiendas. La Cortesía, el Servicio y la Integridad adquirirían la dignidad de abstracciones en tipografía grande.

Detrás de estas modificaciones había cambios importantes en la economía. El grueso de los productos de las primeras etapas del sistema fabril se vendía sin una amplia publicidad, que se había desarrollado principalmente en relación con novedades y productos marginales. Los anuncios existentes, de artículos básicos, los ponían sobre todo los tenderos: los clasificados que los diarios siempre habían publicado. En este período comparativamente simple, la publicidad en gran escala y la identificación de los bienes por la marca sólo eran necesarias en los márgenes o en cosas auténticamente nuevas. En la segunda mitad del siglo esa gama se amplió (la marca es especialmente notable en los nuevos productos alimenticios patentados) pero recién en la década de 1890 se produjo un profundo cambio de énfasis. La gran depresión que en general dominó el período entre 1873 y mediados de la década de

1890 (aunque rota por recuperaciones ocasionales y firmezas localizadas) señala el punto de inflexión entre dos humores, dos tipos de organización industrial y dos enfoques fundamentalmente diferentes de la distribución. Luego de la depresión y su gran caída de los precios, hubo un temor más general y creciente a la capacidad productiva, una marcada tendencia a reorganizar la propiedad industrial en unidades y asociaciones más grandes y un deseo renovado de organizar y, cuando fuera posible, controlar el mercado. La publicidad asumió entonces una nueva importancia y se aplicó a una gama más amplia de productos, como parte del sistema de control del mercado que, en su momento de mayor desarrollo, incluyó aranceles y áreas preferenciales, cupos a los monopolios, campañas comerciales, fijación de precios por los fabricantes e imperialismo económico.* Hubo una expansión concertada de la publicidad de exportación, y en el ámbito interno las mayores campañas publicitarias vistas hasta entonces acompañaron la fusión de varias empresas tabacaleras en la Imperial Tobacco Company, para oponerse a la competencia norteamericana. En 1901 se ofreció una “fabulosa suma” por las ocho páginas del *Star*, y cuando la oferta fue rechazada se utilizaron cuatro de ellas para presentar “el más costoso, colosal y convincente anuncio en un diario vespertino que haya contemplado el mundo”.

El sistema de venta de espacios se modificó: de las viejas tiendas del siglo XVIII que “recibían” avisos para los diarios pasó a los sistemas de agentes y comisionistas y el establecimiento de agencias publicitarias independientes de considerables dimensiones, para terminar finalmente, en los diarios, con los gerentes de publicidad de jornada completa que progresaron con mucha rapidez de un estatus subalterno a una jerarquía superior. Los agentes publicitarios presionaban a los diarios para que publicaran sus cifras de venta. Northcliffe, tras algunas vacilaciones iniciales sobre la publicidad (quería dirigir *Answers* sin ella), fue el primero en advertir sus posibilidades como una nueva base para las finanzas periodísticas. Así, publicó sus propias cifras de venta, desafió a sus competidores a hacer otro tanto y creó en sustancia la estructura moderna de la prensa como una industria y una expresión de relaciones de mercado con el “público lector masivo”.

De todos modos, si se pretendía alcanzar una gran circulación, los costos de producción de los diarios debían crecer. Northcliffe encontró la fórmula y los ingresos en la nueva situación publicitaria. Pudo

* Esta exposición de la historia social y económica esencial de la publicidad es un breve sumario de lo que en su origen fue un capítulo de este libro: lo eliminé para que pudiese presentarse en un simposio sobre la publicidad, que en definitiva no se concretó. Publicaré el capítulo en un próximo libro, con las necesarias pruebas en su respaldo, porque sin este tipo de análisis histórico la discusión sobre la actividad publicitaria carece de una dimensión fundamental.

entonces hacer avances técnicos muy rápidos en materia propiamente periodística. En 1896 lanzó el *Daily Mail* de medio penique con nuevas y costosas maquinarias (las nuevas rotativas habían elevado la velocidad de impresión a doscientos mil pliegos por hora, y la linotipia, que empezó a utilizarse en la década de 1890, decuplicó la velocidad de un diagramador manual) y también con nuevos mecanismos para la venta rápida (hacia 1900 creó una imprenta independiente para el mismo diario en Manchester). Las mejoras implicaban un recorte considerable del precio del ejemplar para alcanzar una gran circulación, y la nueva escala de los ingresos por publicidad fue un factor decisivo para impulsar las inversiones necesarias. La verdadera “revolución de Northcliffe” no es tanto una innovación periodística concreta como un cambio radical en la base económica de los diarios, vinculado al nuevo tipo de publicidad.

Como Pearson, que en 1900 fundaría el *Daily Express*, Northcliffe se había iniciado en el negocio de las publicaciones periódicas. En este campo había habido dos fases de crecimiento desde las revistas de un penique de la década de 1830: en primer lugar, la aparición de las revistas ilustradas, desde la década de 1840, que alcanzaron tiradas de doscientos mil y más ejemplares; en segundo lugar, el desarrollo de semanarios deliberadamente livianos, en las décadas de 1860 y 1870 (*Vanity Fair*, 1868; *World*, 1874). En 1881 comenzó una nueva etapa con el *Tit-Bits* de un penique de Newnes y sus imitadores ulteriores, *Pearson's Weekly* y el *Answers* de Northcliffe. En esencia, éstos representan un énfasis de la tendencia “miscelánea” vigente en los diarios desde 1855 y en los periódicos dominicales desde la década de 1820, pero ahora completamente separada de las noticias en el sentido habitual. Con frecuencia se ha señalado como un elemento negativo el carácter “fragmentario” [*bittiness*] de estos semanarios, y el efecto de este método sobre la información de noticias serias es sin duda deplorable. Pero el énfasis pertinente debe recaer, en definitiva, sobre la similitud de su función con la de anteriores publicaciones periódicas, en determinadas etapas de la expansión cultural: las revistas de mediados del siglo XVIII, las revistas de un penique de la década de 1830. Hay un pronunciado acento de “educador popular”, sobre todo en Northcliffe, y el descenso de la calidad, pese a ello, es un síntoma significativo de la historia cultural general: en particular, de la mayor distancia que separaba a sus promotores de la educación y la literatura reales. La existencia de “niveles” culturales marcados y verdaderas distinciones culturales de clase es mucho más notoria en la década de 1880 que en los períodos anteriores. Por otra parte, muchas de las personas que se ocupaban de la educación popular real en la Inglaterra victoriana la habrían atendido, en una etapa anterior, por medio de la prensa. Pearson, Newnes y Northcliffe eran especuladores en sentido estricto.

La circulación de sus periódicos crecía gracias a ardides publicitarios deliberados: algunos de ellos explotaban el desarrollo desigual de los servicios (como el seguro gratuito para sus lectores inaugurado por Newnes, que iba a ser un gran motivo de venta de la prensa popular hasta la década de 1930); otros adoptaban la forma de juegos (cazas del tesoro de soberanos,* una libra por semana durante toda la vida por ganar un torneo de adivinanzas, etc.). Por lo menos dos de estos últimos pronto serían declarados ilegales, pero para entonces el truco ya había surtido efecto: no sólo conseguía lectores sino también dinero para nuevas inversiones en este tipo de prensa. Por ejemplo, el *Answers* de Northcliffe vendió doce mil ejemplares de su primer número y al cabo de un año tiraba cuarenta y ocho mil. Luego apareció el juego de una libra por semana durante toda la vida, más adelante considerado ilegal, y con él las ventas treparon en el segundo año a trescientos cincuenta y dos mil ejemplares. Reiteremos que el avance no está tan señalado por la novedad periodística, en sentido estricto, como por la aparición de un nuevo tipo de política de ventas y publicidad. La multiplicación por diez de los beneficios de Northcliffe le permitió expandirse: en un principio a otras publicaciones periódicas, *Comic Cuts*, *Forgetmenot* y *Home Chat*, luego a la compra del *Evening News* y por último, gracias al éxito de estas nuevas empresas, al *Daily Mail*.

En 1896 el principal diario, el *Telegraph*, vendía alrededor de trescientos mil ejemplares: luego de su rápida expansión inicial había llegado a una etapa de relativa estabilidad. Northcliffe, con su diario de medio penique basado en una concepción económica diferente, llevó esa expansión a su fase siguiente. Al principio, la venta promedio del *Mail* era de unos doscientos mil ejemplares, y en 1898 superó los cuatrocientos mil. Hacia 1900 había alcanzado los novecientos ochenta y nueve mil y se había iniciado un nuevo período decisivo. Debemos subrayar aquí que, en comparación con los periódicos dominicales, el *Mail* tenía un método relativamente tradicional: había avisos en la primera plana y la diagramación de la página principal de noticias era similar a la de los nuevos vespertinos, con titulares de una sola columna, subtítulos de columnas y un aligeramiento general de la página. El diario no era ni pretendía ser muy diferente de los matutinos existentes; sus cambios eran cuestión de grado. Su éxito y su predominio en la prensa en el período siguiente son notablemente similares, en términos analíticos, al crecimiento anterior de *The Times* durante ese mismo siglo. Puesto que, en primer lugar, se basaba en una concepción clara del fundamento económico de un diario, un gran volumen publicitario en interacción con la circulación; segundo, estaba técnicamente a la cabeza, tanto en métodos de producción como de distribución; y tercero, sostenía un

curso de acción política popular: en el *Mail*, el sentimiento imperial correspondía al sentimiento reformista en *The Times*. Así como éste llegó a su primera cima con la controversia sobre el proyecto de ley de reforma, el *Mail* la alcanzó con la Guerra de Sudáfrica. El público de *The Times* había sido la clase media comercial; el público del *Mail* estaba compuesto, primordialmente, por la clase media baja de pequeños comerciantes, oficinistas y artesanos. Como consecuencia del éxito del *Mail*, el público comprador de diarios se duplicó entre 1896 y 1906 y luego, con sus competidores, volvió a duplicarse al estallar la guerra en 1914. La expansión es asombrosa, pero es preciso recordar que aun después del nuevo incremento durante los años de guerra, que por razones obvias provocaron un considerable aumento de la demanda, los compradores de diarios todavía eran, en 1920, sólo cinco millones cuatrocientos treinta mil, en comparación con los más de quince millones de 1947. La expansión en gran escala de la prensa diaria hacia el público de clase obrera recién se produjo en los años de entreguerras y en el transcurso del conflicto de 1939-1945. A lo largo de toda esta etapa la prensa dominical se mantuvo a la delantera con una marcada ventaja. En efecto, durante el período 1896-1920, que parece estar dominado por el crecimiento del *Daily Mail*, la mayor expansión vuelve a darse en los periódicos de los domingos. Hacia 1920 éstos vendían trece millones de ejemplares, casi dos veces y media el público total de los diarios, y una cifra que estos últimos sólo alcanzarían durante la Segunda Guerra Mundial. La historia de la prensa diaria, vespertina y semanal popular es, en todos los aspectos, una expansión de estos tipos de publicaciones hacia un público ya conquistado por la prensa dominical. No obstante, este hecho se ignora en casi todas las discusiones sobre la historia de la prensa, en beneficio de la idea de un nuevo público que no había leído nada hasta la entrada en vigencia de la ley de educación de 1870.

La verdadera novedad de este período, es preciso reiterarlo, fue un cambio en la economía de la publicación de diarios. El *Daily Mail*, que encarnaba la nueva concepción, tuvo sobre los diarios existentes, concebidos sobre la base de ideas más antiguas, un efecto muy sorprendente. *The Times*, por supuesto, ya había sido superado por el *Telegraph*, y esto parece atestiguar, en términos sociales, el énfasis creciente en la división de la clase media en un sector alto y un sector bajo; el *Telegraph* se dirigía a este último, cuantitativamente más numeroso. Desde 1870 la circulación de *The Times* había caído; hacia 1908 tiraba menos ejemplares que en 1855 y fue comprado por Northcliffe, luego de una lucha con Pearson. El *Telegraph*, superado a su vez por el *Mail*, perdió lectores lentamente: en 1920 éstos se habían reducido a ciento ochenta mil. Entre los otros diarios populares de un penique, el *Standard* sufrió una pronunciada caída y dejó de publicarse

* Libras esterlinas de oro. (N. del T.)

en 1917, mientras que el *News* también declinó hasta que bajó su precio a medio penique. Estos hechos son significativos en cuanto muestran que el *Mail* no abarcaba sólo al nuevo público de los diarios sino a una parte sustancial del público anterior.

Tras los pasos de Northcliffe, Pearson creó un diario de nuevo tipo (*Morning Herald*, más adelante *Daily Express*) en 1900. El otro miembro del trío de editores de semanarios de un penique, Newnes, había hecho un intento y fracasado con un diario de ese precio, el *Daily Courier*, en 1896. Desde el punto de vista del método periodístico, el *Express* era más novedoso que el *Mail*: tuvo noticias en la primera plana desde el comienzo (según la moda de los exitosos vespertinos baratos) y fue el primero en introducir titulares a toda página. Luego Northcliffe lanzó otro diario, el *Daily Mirror* (1903), que fracasó en su plan original de diario para mujeres pero tuvo éxito cuando redujo su precio a medio penique y se convirtió en el primer diario con fotografías. Desde 1911 en adelante, el *Mirror* tuvo una circulación aun más grande que el *Mail* y alcanzó el millón de ejemplares (fue el primer diario en hacerlo) en 1911-1912.

El cambio en la economía de la publicación de diarios condujo entonces a cambios en los métodos de propiedad, con consecuencias de largo alcance. Ocasionalmente, en períodos anteriores, el mismo impresor o propietario había sido dueño de dos o tres diarios de escasa circulación, pero la regla, en todo momento, había sido la propiedad de una sola publicación, ya fuera por un impresor, una familia de impresores o una sociedad anónima. Ahora, en torno del nuevo tipo de propietario especulativo, se reunían o lanzaban grupos enteros de diarios y periódicos. El capital se acumulaba gracias a una primera empresa exitosa en el campo de los semanarios de un penique y luego se invertía en nuevas publicaciones periódicas, que a su turno eran la base para lanzar nuevos diarios o comprar algunos ya existentes. Así, el *Answers* se capitalizó hasta poner en marcha el *Daily Mail* y luego éste hizo lo mismo, para transformarse en el primer diario que acudía al público inversor. Hacia fines de 1908 Northcliffe no sólo tenía su grupo de periódicos sino el *Daily Mail* y el *Daily Mirror* como nuevas empresas, y había comprado *The Times*, dos periódicos dominicales (*Observer* y *Dispatch*) y un vespertino (*News*). Pearson, al mismo tiempo, disponía de su grupo de publicaciones periódicas; luego lanzó el *Daily Express* y adquirió el *Standard* y el *Evening Standard* (incluida la *St James's Gazette*). Otros empresarios similares esperaban entre bastidores, y entre las nuevas publicaciones fundadas en general según estos lineamientos se contaron el *Sunday Pictorial* (Rothermere, 1915), el *Sunday Graphic* (luego *Illustrated Sunday Herald*, Hulton, 1915, quien ya era dueño del *Sporting Chronicle*, el *Sunday Chronicle*, el *Daily Dispatch* y el *Daily Sketch*) y el *Sunday Express* (Beaverbrook, 1918).

Así, en la expansión general, y condicionada por el nuevo tipo de publicidad “masiva”, se produjo la verdadera “revolución de Northcliffe” en la prensa, que llevó al diario de su estatus como empresa privada independiente a su pertenencia a un nuevo tipo de asociación capitalista. Así se sentaron concretamente las verdaderas bases de la prensa popular del siglo xx.

6. 1920-1947

Entre 1896 y 1920 había habido una expansión del público lector y una concentración de la propiedad. Después de 1920, el incremento del número de lectores prosiguió, la concentración de la propiedad se manifestó en nuevos ámbitos de la prensa a la vez que se moderaba un poco en otros y, por primera vez en toda la historia de la actividad periodística, comenzó a declinar el número real de publicaciones. Estos aspectos positivos y negativos de la expansión son los factores básicos del período que examinaremos a continuación.

La expansión del público lector se produjo en dos etapas: 1920-1937 y 1937-1947. En la primera, el principal crecimiento se da en la prensa diaria nacional, promovido, como es sabido, por extraordinarias medidas no periodísticas, del tipo iniciado por el *Daily Telegraph* y rápidamente desarrolladas por Newnes, Pearson y Northcliffe: la organización de las funciones y campañas, el ofrecimiento de seguros y (en este caso particularmente llevada adelante por Southwood para el *Daily Herald*) la oferta de muchas clases de bienes a los lectores. Como todos los diarios populares rivalizaban entre sí en el uso de estas formas características de publicidad comercial, el efecto fue una ampliación general del público lector y no el liderazgo de un solo diario, como había ocurrido habitualmente en anteriores períodos de crecimiento. De un total diario de cinco millones cuatrocientos treinta mil ejemplares en 1920, los matutinos nacionales pasaron a 8.567.567 en 1930 y 9.903.427 en 1937. En 1920 había dos diarios con una tirada de un millón de ejemplares o más; en 1930, eran cinco, y en 1937 dos superaban los dos millones y tres estaban por encima del millón. El *Mail* siguió en la delantera hasta 1932, cuando quedó detrás del *Express* y el *Herald*. Hacia mediados de la década del treinta la expansión había llegado a todas las clases sociales, aunque no de manera pareja. En esos momentos compraban en abundancia los grupos de entradas superiores a las quinientas libras por año, y el grupo con ingresos entre doscientos cincuenta y quinientas libras lo hacía con bastante asiduidad, pero en la categoría situada entre las ciento veinticinco y las doscientas cincuenta libras la compra era característicamente menor, mientras que en el grupo por debajo de las ciento veinticinco libras era relativamente escasa. La comparación con los periódicos dominicales aún es significativa: en 1930, éstos vendían un total de catorce millones

seiscientos mil ejemplares contra 8.567.567 de los diarios; en 1937, quince millones setecientos mil contra 9.903.427. Se advertirá, sin embargo, que la velocidad de expansión de los dominicales entre 1920 y 1937 es mucho más lenta que la de los diarios: un aumento del 20% en las ventas totales, contra un 80% en el caso de los segundos. Entretanto, en la prensa provincial no hay ningún crecimiento y sí una leve caída.

El período había comenzado con considerables dificultades para la prensa. El papel de prensa, que se vendía a diez libras la tonelada en 1914, costaba cuarenta y tres libras en 1920 y veintidós en 1922; hacia 1935 volvió a su precio de diez libras. En los primeros años de altos costos dejaron de publicarse varios diarios, y el costo creciente de la competencia por la circulación reforzó esta tendencia. Entre 1921 y 1937 la cantidad de matutinos nacionales cayó de doce a nueve, y los dominicales nacionales se redujeron de catorce a diez. Los matutinos provinciales pasaron de cuarenta y uno a veintiocho en el mismo lapso, mientras que los vespertinos cayeron de ochenta y nueve a setenta y nueve. A esta declinación en el terreno provincial —aunque sin ser su causa primaria— se asociaba la ampliación del control de los conglomerados a grandes áreas de la prensa de las provincias. La propiedad en cadena de matutinos provinciales aumentó del 12,2% en 1921 al 46,35% en 1937, y en el caso de los vespertinos pasó del 7,86% al 43,01%. También aumentó la propiedad monopólica de la prensa dominical, de 28,64% a 47,11%, pero en la prensa diaria nacional el control de los principales conglomerados disminuyó durante este período del 50% al 22%.

En lo concerniente al estilo, entre 1920 y 1937 el *Daily Express* fue el líder de la prensa popular. Había una pronunciada influencia de la práctica periodística norteamericana, en términos de estilos de titulares y diagramación de la página, pero también una asimilación de dos estilos ingleses ya existentes: el de los diarios ilustrados como el *Mirror* y el de los periódicos dominicales con formato de revistas. El *Express* del 5 de agosto de 1914 tiene un titular a toda plana en tipografía bastante pequeña y una primera página con la diagramación habitual de columnas rectas y pequeños encabezados que no son mucho más que subtítulos, con la salvedad de que arriba de cada nota pueden aparecer dos o tres de ellos. Hacia 1937 (el cambio radical se produjo a fines de la década del veinte) los titulares son mucho más grandes, hay muchas ilustraciones más y la página está diagramada a la manera del rompecabezas espaciado hoy familiar. De un total de siete columnas, el *Express* de 1914 tiene cinco columnas y tres octavos de noticias impresas comunes; el *Express* de 1937 tiene tres columnas y media. Hacia 1937, los otros diarios de este tipo son una virtual imitación del *Express* desplegado, con la salvedad de que el *Mail* todavía contiene avisos en la primera plana. Entretanto, hacia la misma época, los diarios ilustrados, *Mirror*

y *Sketch*, sólo dedican alrededor de un tercio de sus primeras planas a las noticias impresas habituales.

En el lapso transcurrido entre 1937 y 1947, a pesar de la escasez de papel de prensa durante la guerra, hubo otro notable florecimiento de la prensa en su conjunto. Las ventas totales de diarios pasaron de 9.903.427 ejemplares en 1937 a 15.449.410 en 1947, mientras que las ventas de los periódicos dominicales tuvieron un aumento aun más sorprendente, de quince millones setecientos mil a veintinueve millones trescientos mil. También se produjo un crecimiento de los vespertinos de Londres, de 1.806.910 a 3.501.599. El patrón de este crecimiento sufrió algunas modificaciones, porque entre los diarios hubo dos que tomaron una ventaja decisiva, el *Express* y el *Mirror*, ambos con cerca de cuatro millones de ejemplares, mientras que sus competidores avanzaron mucho más lentamente. En la prensa dominical hay un patrón comparable, con un incremento del *News of the World* de menos de cuatro millones a casi ocho millones de ejemplares, y otras dos publicaciones (*People* y *Pictorial*) que superaron los cuatro millones. Es imposible, desde luego, decir cuándo se completa una expansión de este tipo, pero parecería que los diarios conquistaron una exhaustiva popularidad en el período 1937-1947, cuando personas de todas las clases los compraban en abundancia y con regularidad, aunque las ventas agregadas sólo estuvieran un poco por encima de la mitad de las cifras de la prensa dominical. Al mismo tiempo, tras llegar a este punto culminante de la expansión, todos los tipos de publicaciones comenzaron a tropezar con nuevas dificultades. Durante la guerra y en los años que la siguieron, el gran aumento del papel de prensa había sido compensado con diarios de mucho menos páginas. Ahora, cuando las limitaciones de tamaño estaban a punto de desaparecer, se iniciaba un nuevo tipo de competencia: ya no se trataba de expandir el público comprador en su conjunto, sino de conquistar proporciones crecientes del público existente. Entre 1920 y 1937 la expansión había estado marcada por cierta caída de la cantidad de diarios; entre 1937 y 1947 las condiciones fueron relativamente estables. La próxima etapa iba a ser testigo de una renovada presión en procura de la concentración.

Para terminar, debe señalarse como hecho significativo de este período que los diarios de un tipo anterior (*The Times*, *Telegraph*) obtuvieron una ganancia agregada en su porcentaje de captación del público diario total y que también el nuevo tipo de periódico dominical (*Observer*, *Times*) hizo avances importantes. En particular, estos diarios de "calidad" aumentaron de manera sustancial su circulación en la expansión producida entre 1937 y 1947: no la redujeron ni quedaron al margen como en procesos similares anteriores, sino que incrementaron lentamente su participación en el desarrollo expansivo general. Éste es sólo un signo de la nueva etapa que había alcanzado la expansión.

7. El presente

En Gran Bretaña hay seiscientos nueve ejemplares de diarios por cada mil habitantes –la cifra más alta del mundo– y en promedio un 88% de la población adulta lee uno de ellos, 65% un vespertino y 93% un periódico dominical. Si lo expresamos de otra manera y traducimos las ventas en público lector, con una cifra promedio de tres lectores por ejemplar (lo cual constituirá un cálculo bajo en períodos anteriores y una estimación un poco alta en el último), y luego expresamos la cantidad de lectores como un porcentaje de la población adulta variable, podemos ver cómo ha actuado la expansión hasta su etapa actual. La prensa diaria creció de 1% en 1800 a 1,2% en 1850, 11,5% en 1875, 18% en 1900, 19% en 1910, 54% en 1920, 75% en 1930 y 120% en 1947. La prensa dominical pasó de 1,3% en 1800 a 5% en 1850, 19% en 1875, 33% en 1900, 60% en 1910, 125% en 1920 y 233% en 1947. Así, la prensa diaria se convirtió en una prensa mayoritaria durante la Primera Guerra Mundial e inmediatamente después, y alcanzó una distribución completa en el transcurso de la Segunda Guerra Mundial. La prensa dominical fue mayoritaria hacia 1910, tuvo una difusión total hacia 1920 y en 1927 alcanzó una cobertura total de más del doble.

Las ventas desde 1937 hasta la década del cincuenta son las siguientes:

	1937	1947	1957
Total de diarios	9.903.427	15.449.410	17.000.000
Total de periódicos dominicales	15.700.000	29.300.000	26.888.000

En términos puramente numéricos, parecería que en este nivel la expansión está en sus etapas finales.

Al mismo tiempo, la cantidad real de diarios ha caído de manera constante:

	1921	1937	1947	1959
Matutinos nacionales	12	9	9	9
Vespertinos londinenses	4	3	3	3
Matutinos provinciales	41	28	25	23
Dominicales	21	17	16	15
Vespertinos provinciales	89	79	75	75
Semanarios	1.485	1.303	1.162	900

Este campo en contracción ha destacado aun más la concentración de la propiedad. En la prensa diaria nacional, cuatro grupos controlan el 77% de la circulación total y los mismos cuatro controlan el 57% de la circulación dominical. Otros dos grandes grupos propietarios de periódicos dominicales controlan un 14% y un 24% respectivamente, lo cual hace que el 95% de esas publicaciones esté en manos de seis grupos.

Dos de estos mismos seis grupos controlan el 66,7% de la circulación de los vespertinos londinenses, y uno de ellos y otros de los seis tienen en su poder más del 30% de la circulación de vespertinos provinciales. La propiedad en cadena está muy difundida en el menguante terreno de los semanarios locales, mientras que en el ámbito de las revistas, recientes fusiones crearon dos grupos casi totalmente dominantes, que también son dos de los seis principales grupos periodísticos. El contraste entre una prensa mayoritaria y una propiedad minoritaria, dentro de un marco de opciones reales en disminución, ya es sorprendente y parece probable que se profundice aun más. Debería agregarse que los mismos grupos ya tienen importantes posesiones en la televisión comercial.*

¿Qué sucede, dentro de la expansión general, con los diferentes tipos de publicaciones? Si aceptamos la habitual clasificación aproximada que distingue entre “de calidad”, “popular” y “sensacionalista”, encontramos las siguientes tendencias (las cifras son porcentajes de las ventas reales):

	1937	1947	1957
Diarios de “calidad”	8,0	9,5	9,5
Diarios “populares”	71,7	62,4	55,5
Diarios “sensacionalistas”	20,3	28,9	35,0
Dominicales de “calidad”	3,5	3,5	5,5
Dominicales “populares”	82,0	76,5	71,0
Dominicales “sensacionalistas”	14,5	19,5	23,5

Estas cifras no respaldan la idea de un firme aunque lento desarrollo de una mejor prensa, en relación con una mejora de la educación. El crecimiento de los diarios de “calidad” es continuo y bastante firme, pero el hecho significativo es el aumento de la prensa sensacionalista, y esto es aun más importante cuando se advierte que en las revistas se ha producido un avance constante del mismo tipo de periodismo. En ese terreno el mercado se especializa de manera resuelta, en relación directa con los ingresos publicitarios, y la revista popular para toda clase de lectores sufre una ininterrumpida expulsión. Este proceso no tiene ninguna semejanza con el desarrollo de la prensa de una democracia culta. Se parece, antes bien, a un mercado crecientemente organizado de las comunicaciones, con la fórmula de las “masas” como principio

* Tal como estaba previsto, todas las tendencias mencionadas han continuado. Para una descripción más reciente, véase mi *Communications*, Harmondsworth, Penguin, 1962; una edición revisada será publicada próximamente por Chatto & Windus. He revisado la cifra de 1959 para los semanarios, que por razones técnicas de clasificación es difícil de evaluar pero que sin duda, tal como figuraba, era demasiado baja. Entretanto, cinco diarios o periódicos dominicales nacionales cerraron desde 1960, y alrededor de siete de cada ocho ejemplares de todos los matutinos nacionales están en control de tres grupos. Es probable que la contracción y concentración se profundicen, a menos que se encare alguna resuelta acción pública.

social dominante y las diversas funciones de la prensa cada vez más limitadas a descubrir un “motivo de venta”.

¿Cuál es, para terminar, la distribución social de los diferentes tipos de publicaciones? A continuación presentamos algunas cifras recientes, de acuerdo con las definiciones de clase social de los agentes publicitarios (casi todas las cifras de lectores se recolectan hoy en relación con la publicidad, que muestra con suficiente claridad el principio dominante) y por grupos de edad:

	AB	C1	C2	DE	
<i>Por clase social</i>	5.580.000	6.570.000	11.692.000	13.783.000	
	%	%	%	%	
<i>Mirror</i>	16	28	44	39	
<i>Express</i>	36	36	32	28	
<i>Mail</i>	25	20	13	12	
<i>Herald</i>	4	9	18	17	
<i>Sketch</i>	9	12	13	11	
<i>Chronicle</i>	11	12	12	11	
<i>Telegraph</i>	25	11	3	2	
<i>The Times</i>	10	2	1	1	
<i>Guardian</i>	7	3	1	1	
<i>Observer</i>	19	8	2	2	
<i>Sunday Express</i>	47	33	21	17	
<i>News of the World</i>	24	36	55	58	
<i>Pictorial</i>	20	34	49	41	
<i>Por grupo de edad</i>	16-24	25-34	35-44	45-64	65 y más
	%	%	%	%	%
<i>Mirror</i>	42	43	41	32	20
<i>Express</i>	32	32	35	33	26
<i>Mail</i>	14	15	15	17	16
<i>Herald</i>	14	12	14	16	13
<i>Sketch</i>	13	13	13	11	7
<i>Chronicle</i>	8	9	11	13	14
<i>Telegraph</i>	5	7	8	7	8
<i>The Times</i>	3	3	2	3	2
<i>Guardian</i>	3	3	2	2	1
<i>Observer</i>	6	7	6	5	4
<i>Sunday Times</i>	6	6	6	6	5
<i>Sunday Express</i>	24	27	28	25	23
<i>News of the World</i>	54	47	46	30	42
<i>Pictorial</i>	48	53	44	33	21

Tampoco en este caso encontramos un proceso simple de evolución deseable ni las sencillas afiliaciones de clase utilizadas en la discusión popular. Si se proyectan las inclinaciones de los grupos de edad, debe suponerse que las tendencias señaladas continuarán. Desde el punto de vista de la clase, vale la pena notar que el principal diario de los ricos y las personas de posición acomodada no es *The Times* (superado en realidad por el *Daily Mirror*) ni el *Telegraph* (con cifras aproximadamente iguales a las del *Mail*) sino el *Express*, que de todos los diarios “populares” es el más cercano al estilo sensacionalista. De manera similar, en los periódicos dominicales el *Observer* sólo es superado en esta clase por el *Pictorial* y tanto el *Observer* como el *Sunday Times* están por debajo del *News of the World* y, muy cabalmente, del *Sunday Express*. Si los ricos y prósperos defienden de hecho (como a veces se afirma) la cultura tradicional y los intereses de la “minoría muy culta y con inquietudes políticas” contra la vulgaridad de las masas intrusas, en su compra de diarios parecen hacerlo de una manera sumamente extravagante.

¿Todo se resume en esto, en definitiva: que la larga historia de la prensa en Gran Bretaña debía alcanzar su consumación en una cantidad declinante de diarios, en la propiedad de pocos grupos muy grandes y en la aceptación (distinta según los grupos sociales pero evidente en todos) de los peores tipos de periodismo? El proceso, sin duda, es algo diferente de la incursión de las masas de 1870, o de las masas de 1820, si se quiere remontarlo más atrás. Es algo que sucede a toda la sociedad, y si queremos entenderlo será necesario considerar todos los elementos, no sólo el mal periodismo sino también las cuestiones de la propiedad y la relación con la publicidad. No resolveremos las cuestiones críticas con una comprensión de la historia; sin embargo, una adecuada percepción de ésta, en oposición a los mitos funcionales de costumbre, es la base de cualquier enfoque útil. Volveré a estos problemas en la tercera parte.

4 EL CRECIMIENTO DEL "INGLÉS ESTÁNDAR"

I

Es poco probable que alguien que haya vivido en Inglaterra subestime la importancia del discurso como indicador de clase social. Nuestras reacciones a él son, en todo caso, fundamentalmente importantes, porque ciertos sonidos, ciertas palabras, ciertos ritmos tienen para la mayoría de nosotros una profunda carga de sentimiento y memoria. La sensación de que deberíamos hablar como lo hacen otros miembros de nuestro grupo también es muy fuerte. A decir verdad, la posibilidad del lenguaje, con su vital comunicación de nuestra humanidad, se centra justamente en ese deseo y capacidad imitativos. Al mismo tiempo, ese proceso imitativo es dinámico, porque ningún lenguaje vivo está jamás fijo. Hay variaciones de hábitos discursivos dentro del más simple de los grupos, y la complejidad de la experiencia y los contactos con otros grupos modifican constantemente la cosa misma que imitamos. Como es a la vez una confirmación y un descubrimiento de nuestra cambiante experiencia de la realidad, el lenguaje debe cambiar si pretende vivir. No obstante, dentro de cualquier vida humana y de cualquier sociedad, nuestro apego a las maneras conocidas seguirá siendo significativo, y nuestra importante idea de pertenencia, a una familia, a un grupo, a un pueblo, se entrelazará vitalmente con la elaboración y audición de ciertos sonidos; la elaboración y la audición constituyen una gran parte de nuestro sentido social.

Existe entonces una necesaria tensión en el lenguaje, entre poderosos impulsos a la imitación y al cambio. Esta tensión forma parte de nuestros procesos básicos de crecimiento y aprendizaje. En la historia general del lenguaje, podemos ver dos tendencias marcadamente

opuestas: una extraordinaria evolución de lenguas independientes y un notable desarrollo, en ciertas condiciones, de lenguas comunes. Casi todos los idiomas europeos modernos, desde el galés y el inglés hasta el italiano y el ruso, junto con lenguas asiáticas como el indostaní y el persa, se desarrollaron y separaron, a través de la historia, a partir de una raíz común. Sin embargo, en ciertas sociedades simples hay una variación casi increíble dentro de regiones diminutas, de modo que aldeas separadas por diez o quince kilómetros a menudo apenas pueden entenderse entre sí, o en una isla de cien mil habitantes se hablan hasta cuarenta dialectos, con frecuencia mutuamente incomprensibles. Cuando un grupo desarrolla su modo de vida, que puede extenderse unos pocos kilómetros o abarcar medio continente, crea, como parte de ese desarrollo, sus propias formas de lenguaje. El factor mismo que da su cohesión social al grupo puede convertirse en el factor que lo aparta, en una medida importante, de grupos similares situados en otros lugares. Pero, por otra parte, y sobre todo hoy, cuando las comunidades son más grandes y desarrollan sistemas de comunicación muy mejorados, algunas lenguas (el inglés es un ejemplo notable) se expanden y florecen, actuando como base común para muchos grupos diferentes. Aun dentro de estos idiomas comunes, sin embargo, y junto con las vigorosas tendencias a expandir la comunidad de discurso, prosiguen los procesos de crecimiento y variación, de diferentes maneras en diferentes grupos que hablan la lengua común. Las variaciones pueden ser regionales o de clase; el caso del discurso de clase es particularmente importante, porque en él la tensión entre comunidad y variación puede alcanzar su nivel más sensible.

Una clase es un grupo dentro de una comunidad geográfica y no una comunidad por derecho propio. En ciertos casos extremos, una clase enfatizará tanto su distinción con respecto a la comunidad de la cual forma parte que, de hecho, usará otra lengua: ya sea una de las varias lenguas hieráticas, como el sánscrito, o, como sucedía en la Rusia decimonónica, un idioma extranjero, el francés, considerado como una señal de superioridad cultural. Más comúnmente, sin embargo, el discurso de clase será una forma del discurso corriente de la región, y las relaciones entre ese dialecto de clase y este último (que de ordinario podrá tener, a su vez, variantes subregionales) constituyen un complejo de gran importancia en el desarrollo de una lengua. En el caso del inglés, la sensibilidad de ese complejo es muy alta: una gran cantidad de ingleses sufren tensiones y angustias por su manera de hablar su propio idioma. Este problema tiene una conexión profunda con el desarrollo de la sociedad inglesa, pero aún no se lo entiende con mucha claridad. Por lo común hay una falta de perspectiva histórica y también existen muchos prejuicios, tanto teóricos como prácticos. No obstante, muchos magníficos eruditos e historiadores se ocuparon del inglés y,

con ciertas notables lagunas, los materiales para una mejor comprensión están a nuestro alcance. Me propongo revisar el material histórico a fin de tener una perspectiva y sugerir, luego de esa revisión, algunas aclaraciones necesarias. El período en que vivimos es de una excepcional importancia para el inglés y detrás de la historia y la teoría todos podemos sentir, con seguridad, las presiones de una compleja experiencia social.

II

En Inglaterra, luego de la conquista normanda, se hablaban dos idiomas diferentes –francés e inglés– y un tercero, el latín, era no sólo la lengua internacional del aprendizaje sino el idioma hablado y desarrollado por los eruditos. La división entre el francés y el inglés recorría líneas de clase; su mejor descripción es la del cronista conocido como Roberto de Gloucester, que escribió alrededor de 1300 y uno de cuyos párrafos traducimos:

Así, Inglaterra quedó en manos de Normandía, y los normandos de esa época sólo sabían hablar su propia lengua; hablaban francés como lo hablaban en su patria y hacían que sus hijos lo aprendieran de la misma manera, de modo que las personas de rango de este país que proceden de su sangre se aferran a la misma lengua que recibieron de ellos, puesto que si un hombre no sabe francés la gente lo tendrá en poco. Pero las clases inferiores aún se aferran al inglés y a su propio idioma.

Pero en 1204 la corona inglesa perdió Normandía y el francés de los normandos comenzó a desarrollarse por separado y con influencia del inglés. Por esa época el mismo inglés antiguo había cambiado, afectado por el franco normando. Gradualmente se desarrolló un nuevo idioma, producto de esas dos lenguas cambiantes, y tras el reconocimiento legal del inglés en 1362, el crecimiento de la lengua común fue enorme, hasta alcanzar una forma reconociblemente moderna alrededor de 1500 y una relativa estabilidad hacia 1700.

Los procesos sociales envueltos en esta historia son de gran interés. Podemos rastrear las reliquias menores de los prejuicios de clase en la duradera equiparación de las cualidades morales con los nombres de clase: *base* [bajo], *villain* [villano, siervo], *boor* [rústico, patán] y *churl* [rústico, palurdo] para los pobres; *kind* [benévolo], *free* [libre], *gentle* [caballeroso], *noble* [noble], pero también *proud* [orgullosa] y *dangerous* [peligroso], para los ricos. Un legado más importante, sin embargo, era el que afectaba todo el lenguaje del aprendizaje. Durante la separación, el inglés pasó a labios de los incultos y desvalidos. Así, la mayor parte del vocabulario del aprendizaje y el poder, junto con el grueso del vocabulario de un modo de vida más rico, provenían de fuentes normandas. La única fuente alternativa de importancia, en estos asuntos, era el latín, y hasta el siglo XIV éste se enseñó en las escuelas de gramática a través del

francés. Desde luego, una vez surgida la lengua común, todo el vocabulario estaba teóricamente al alcance de todos. Pero la prolongada persistencia de una educación restringida a una minoría, que aprendía latín y francés y hablaba su propia lengua, dio a esta clase limitada un acceso a los recursos de su idioma que, para la mayoría, siguió siendo mucho más dificultoso. Aunque una educación más generalizada puede resolver esta situación y extender el alcance de la verdadera lengua común, probablemente aún sea un dato importante el hecho de que, en inglés, gran parte del lenguaje del aprendizaje tenga este sello especial de clase.

Otra consecuencia de esta historia singular fue la división del inglés en muchos dialectos más que los existentes hasta entonces. El inglés antiguo había tenido tres o cuatro dialectos regionales importantes, pero dentro de ellos existían significativas tendencias centralizadoras. En cualquier lengua, el desarrollo de las grandes instituciones centrales —gobierno, derecho, aprendizaje, religión y literatura— conduce al surgimiento de un lenguaje razonablemente común entre hombres procedentes de distintos lugares de la región que toman parte en esas actividades fundamentales. Sin embargo, bajo el régimen normando, ese lenguaje central era ajeno, y la eliminación de las tendencias centralizadoras en el inglés provocó una mayor variación en los dialectos corrientes. Cuando surgió el inglés moderno como lengua de esas instituciones centrales, la relación del centro con las zonas remotas fue más compleja que hasta entonces. No obstante, las tendencias centralizadoras siguieron actuando y el discurso del centro se aceptó poco a poco como base de la nueva lengua común. El viejo dialecto de East Midland, con algunas influencias de otras regiones, se convirtió en el fundamento de la lengua común del centro. Se trataba, empero, menos del ascenso de un dialecto regional que de la emergencia de un dialecto de clase. El dialecto regional tenía la ventaja de ser hablado en una zona cercana a la capital, Londres, y las universidades de Oxford y Cambridge. Pero la nueva lengua común mostró desde el comienzo marcadas diferencias con el discurso de los residentes corrientes de esas ciudades. Si decimos que el mejor lenguaje era el de Londres, Oxford y Cambridge, nos referimos al discurso común evolucionado de todos los que habían acudido a esos centros para ocuparse del gobierno y el aprendizaje, y no el de las mayorías que habían nacido en ellos. Esta divergencia fue especialmente notoria en el lenguaje escrito, y la nueva lengua común se difundió por Inglaterra sobre todo a partir de las formas de este último, hablado por hombres que se habían formado en aquellos centros y regresado a sus lugares de origen. La existencia de una lengua común escrita, que al hablarse aún mostraba los resultados de la influencia regional, es la primera clave de la historia ulterior del dialecto de clase en Inglaterra.

En el proceso de surgimiento de una lengua común escrita persistieron pronunciadas variaciones discursivas regionales, incluso en el centro. Entre el siglo xvi y fines del siglo xviii, los ingleses en contacto con las instituciones centrales escribieron en una lengua común pero todavía, aunque en medida decreciente, la hablaban de diferente manera. En el Londres isabelino, las divergencias entre los hablantes cultos aún eran muy marcadas, pero ya empezaban a notarse los signos de incomodidad e inhibición con respecto a esta situación. Palsgrave hizo en 1530 la primera mención registrada de un *“true kynde of pronuntiacon”* [“tipo correcto de pronunciación”], y Puttenham escribió lo siguiente:

Por lo tanto, en estos días nuestro hacedor no seguirá *Piers plowman*, ni a Gower, ni a Lydgate y ni siquiera a Chaucer, porque su lenguaje ha caído hoy en desuso entre nosotros; tampoco tomará los términos de los hombres del norte, tal como los usan en la conversación cotidiana, sean nobles, caballeros o sus mejores clérigos, lo mismo da; tampoco, en verdad, ningún lenguaje utilizado más allá del río de Trent, aunque nadie puede negar que el suyo es el más puro anglosajón hasta la fecha, pese a lo cual no es tan elegante ni corriente como nuestro inglés del sur; no lo es, asimismo, el lenguaje de los hombres del remoto oeste. Adoptaremos, en consecuencia, el lenguaje habitual de la Corte y el de Londres y los condados circundantes hasta unas sesenta millas, y no mucho más. No digo con ello que en cualquier condado de Inglaterra no haya caballeros y otros que hablen, y especialmente escriban, un sureño tan bueno como el nuestro, los de Middlesex o Surrey, pero no así la gente del común de cada condado, a quienes los caballeros, y también sus clérigos instruidos, tratan en su mayor parte con condescendencia; mas en esto ya nos rigen los diccionarios ingleses y otros libros escritos por hombres doctos, y por lo tanto no es necesaria ninguna otra directiva a ese respecto.

Así era, en verdad, la forma de las cosas por venir, pero entretanto el mismo lenguaje escrito aún sufría cambios. Hubo una muy importante asimilación del vocabulario y la forma de las oraciones latinas, sobre todo en el siglo xvi y principios del siglo xvii, aunque más adelante algunos elementos de esta influencia fueron objeto de un rechazo decisivo. Y también hubo una influencia vivificante del discurso todavía diverso sobre las formas escritas: una influencia que llegó a su pináculo en la época de los dramaturgos isabelinos. La extraordinaria vigorización del inglés en ese período puede verse como la afluencia del discurso vivo y diverso al lenguaje escrito común, más restringido. Una vez consumada esa expansión, la tendencia a la uniformidad pudo prevalecer sobre los distintos puntos fuertes del discurso.

De manera significativa, Puttenham habla de diccionarios, pero la verdadera influencia de estos instrumentos comenzaría a ejercerse casi dos siglos después. La lengua aún estaba cambiando, aunque más

lentamente que en siglos anteriores, y los cambios en la estructura social de Inglaterra producirían entonces un efecto decisivo. El proceso de estandarización del lenguaje escrito siguió adelante con creciente seguridad, aunque la fuente del estándar era ahora motivo de discusión. Cuando Puttenham escribía, el estándar eran sin duda la Corte y la metrópoli, y a ello se agregaba el reconocimiento del papel de los “hombres doctos”. Pero la Corte, después de la Restauración, con un estilo teñido de influencias foráneas que estuvo de moda durante un tiempo, ya no era en realidad un centro y Swift, que admitía su anterior preeminencia, llegó a describirla como “la peor escuela de Inglaterra para esa tarea”. De manera similar, privado de la verdadera Corte, Thomas Sprat, en su *History of the Royal Society*, buscó una “Corte de Elocuencia imparcial de acuerdo con cuya censura todos los libros o autores deberían levantarse o caer”, pese a lo cual recomendaba

un modo de hablar preciso, despojado y natural; expresiones positivas; sentidos claros; una soltura connatural; llevar todas las cosas lo más cerca posible de la simplicidad matemática, y preferir el lenguaje de los artesanos, los aldeanos y los mercaderes al de los ingenios o los eruditos.

La estructura de clases de Inglaterra sobrellevaba por entonces cambios cruciales, en el comienzo de un período que puede sintetizarse como el esfuerzo de la naciente clase media por establecer su propio discurso común. Hacia el siglo XIX, luego de muchos e importantes cambios, ese objetivo se había alcanzado y por primera vez se escuchaba hablar del “inglés estándar”, expresión con la cual se aludía al discurso: algo muy diferente del “estándar” escrito establecido tanto tiempo antes. En rigor, el hecho de denominarlo “estándar”, lo cual no implicaba ya una lengua común sino un modelo, representa la plena toma de conciencia de un nuevo concepto del lenguaje de clase: ya no la mera conveniencia funcional de una clase metropolitana, sino los medios y el énfasis de la distinción social. Debemos examinar ahora la historia de ese proceso.

III

El final del siglo XVII y todo el siglo XVIII fueron testigos de un enérgico esfuerzo por racionalizar el inglés, encarado por una serie de grupos con diferentes motivaciones. La comisión de la Royal Society “para la mejora de la lengua inglesa” (1664) representa el esfuerzo de una nueva filosofía científica por aclarar el lenguaje para las finalidades de su propio discurso. Otro grupo, que va de Addison y Swift a Pope y Johnson, se preocupaba por la ausencia de un “estándar pulido” en la nueva sociedad. No obstante, detrás de estos grupos intelectuales estaba la presión práctica de una nueva clase media poderosa y consciente de sí

misma, que, como la mayoría de los grupos que alcanzan de improviso una posición social pero carecen de una tradición social, creían que la “corrección” era algo sistemático que simplemente debía adquirirse. El Londres del siglo XVIII abundaba en maestros de ortografía e instructores de pronunciación: daba la casualidad que muchos de ellos eran hombres ignorantes. Sin embargo, si todos hubiesen sido eruditos según los criterios de su tiempo, el resultado no habría sido muy diferente. La enseñanza académica de la gramática se encerraba en la ilusión de que las reglas gramaticales latinas eran la mejor guía posible para la corrección en inglés. Y el propio Johnson exponía con energía una doctrina igualmente falsa: que la ortografía de una palabra es la mejor guía para su pronunciación, “los oradores más elegantes [...] [son aquellos] que menos se desvían de las palabras escritas”. El nuevo “estándar”, por consiguiente, no era, como había sido la lengua común anterior, el resultado principal del crecimiento gracias al contacto y las relaciones reales, sino —en una medida considerable— una creación artificial basada en premisas falsas. Los hábitos de una lengua son demasiado fuertes para que maestros resueltos pero relativamente ignorantes puedan modificarlos por completo, pero la marca de su esfuerzo todavía nos acompaña, y la tensión que generaron aún es elevada.

La pronunciación común (diferenciada de las variaciones regionales) cambió considerablemente durante este período: en parte debido a cambios corrientes y en parte por la enseñanza de la “corrección”. Como hoy es bien sabido, la ortografía inglesa es en realidad muy poco confiable como guía para la pronunciación, no sólo porque, en el mejor de los casos, registra con frecuencia sonidos que ya son obsoletos, sino porque muchos de ellos, de hecho, ya lo eran cuando se fijó la ortografía; por otra parte, el paso del tiempo permitió la incorporación de ciertos errores lisos y llanos. *Iland* [isla], *sissors* [tijeras], *sithe* [guadaña], *coud* [pretérito y condicional de *can*, poder] y *ancor* [ancla] fueron transformadas, por hombres ignorantes de sus orígenes y confiados en fuentes falsas, en *island*, *scissors*, *scythe*, *could* y *anchor*, pero en estos casos, por fortuna, la pronunciación no se vio afectada. Sin embargo, falsas alteraciones similares, como *fault* [falta, culpa], *vault* [bóveda], *assault* [ataque] (que no necesitan la “l”), o *advantage* [ventaja] y *advance* [avance] (que no necesitan la “d”), perpetuaron sus errores no sólo en la ortografía sino en el sonido. El principio de seguir la ortografía modificó el sonido *offen* en *often* [a menudo], *forrid* en *forehead* [frente], *summat* en *somewhat* [un poco, en cierto modo], *lanskip* en *landscape* [paisaje], *yumer* en *humour* [humor], *at ome* en *at home* [en casa], *weskit* en *waistcoat* [chaleco] y así sucesivamente, en una lista que podría prolongarse hasta el tedio. Palabras como éstas se cuentan entre los puntos clave de la distinción entre el discurso “culto” e “inculto”, pero

lo que sucede es simplemente que los incultos, menos expuestos a las doctrinas de la “corrección”, conservaron la pronunciación tradicional.

Un divertido aspecto secundario de este proceso es el desarrollo, en la literatura y el periodismo, de una “ortografía de los incultos”. Uno de los principales entretenimientos de la clase media inglesa ha consistido en registrar la aberración de las personas que decían *orfo wot*, aunque pudieran deletrearlas con la ortografía convencional. El error radica en suponer que la ortografía corriente indica cómo hablar con propiedad. Podemos considerar un caso entre miles, tomado de una novela policial común y corriente (escrita por la esposa de un rector de Oxford), en la cual aparece un detestable rector del norte de Inglaterra:

Field se quedó parpadeando y frotándose los sabañones. Luego sonrió inexpresivamente. “Bueno, señor Link, tal vez tenga usted la oportunidad de mostrar en este mismo instante sus principios” (pronunció *oportunitat [channse/chance]* y *missmo [at wonnce/at once]*).

En este caso, la dificultad es saber cómo los habría pronunciado una persona agradable (sin sabañones). Si hubiera seguido la ortografía lisa y llana, su “oportunidad” [*“chance”*] podría haber sido tanto norteña como de cualquier otro lado, y su “mismo” [*“once”*] no habría sido inglés en absoluto. De hecho, inmersos en esta demostración están los valores entendidos de *chahnce* (para hacerlo enteramente seguro) y *wunce* (pero que corresponde a los niños y los ignorantes). Es difícil calcular cuándo la gente sabrá lo suficiente sobre su propio lenguaje para abandonar esta actitud, de modo que el mero prejuicio ya no siga haciendo graciosas reverencias por la calle. Entretanto, podemos tratar de descubrir cuándo empezó. En las obras isabelinas suelen indicarse los elementos foráneos, como los soldados galeses o los campesinos de Somerset, y en las piezas de la Restauración se advierten los esbozos de distinciones más finas, socialmente fundadas, ya sea en la pronunciación afectada de petimetres o en los “errores” de quienes no pertenecen al mundo elegante. Pero la verdadera transformación puede notarse en las novelas y obras del siglo XVIII, y en el siglo XIX ya se manifiesta, desde luego, de manera torrencial. Me parece interesante cotejar esa transformación con las cartas reales de mujeres aristócratas del siglo XVIII, que contienen frases y ortografías de oído como las siguientes:

between you and I [*entre yo y usted*], Sis Peg and me [*ñora Peg y yo*], most people thinks [*la mayoría de la gente creen*], sarve [*servir*], sartinly [*siertamente*], lerne [*learn*]/[*aprender*], schollards [*savios*], Frydy [*biernes*], Mundy [*lune*], byled [*erbido*], gine [*join*]/[*asociarse*], went down of his knees [*s'enrodilló*], jest going to be married [*apunto de casarse*], the weather has been wonderfull stormie [*el tiempo estuvo una maravilla de*

tormenta], he is reasonable well agane [*está bastante bien otra vez*], I don't see no likelihood of her dying [*no me parece (im)provable que se muera*].

Estas cartas también muestran un tono que la clase media ansiosamente correcta procuraba reformar:

Creo que se me va a hacer un revoltijo en las tripas entre aquí y russell street. (Anne, condesa de Strafford.)

Estuve en lo de su alteza de Shrewsbery, que me parece más redícula que nunca al charlar. Mientras entraban, le dijo a toda la compañía que tenía un humor de mil demonios porque en los dedos de los pies le estaban saliendo unas cosas como pulgares. (Anne, condesa de Strafford.)

Bailé con Lord Petre que es un sapo asqueroso, así que me dieron ganas de escupirle la cara. (Lady Sarah Lenox.)

Es femenina en el más alto grado, se ríe de todo corazón ante un chiste verde, pero nunca cuenta ninguno. (Lady Sarah Lenox.)

Podemos ver, por supuesto, que el estándar cambia dentro de esta misma clase, como la señora Behn lo comprobó a su propia costa. Entretanto, como un último gesto a la “ortografía de los incultos”, podríamos poner por escrito, en su manera ortodoxa, el discurso de un caballero educado de fines del siglo XVIII, según la pronunciación conocida de esa clase en ese momento:

Aye, he's an ojus feller, if he is a Dook. Her leddyship's more obleegin, I've offen taken a coop of tay in her gyarden, and admired her lalocs, which she thinks more of than goold. A umorous ooman, and her gyearls the prettiest in Lunnon. But to be in the Dook's neightbrood' summat dauntin. He talks only of his fortin and his futer, as if he was some marchant of cowcumbers or reddishes. And he wears a cyap and weskit like a sarvant's, and sits in his cheer like some chaney Injun. You know that kyind.

[Ay, es un tipo odioso, aunque sea un duque. Su señoría es más obsequiosa, a menudo tomé una taza de té en su jardín y admiré sus lilas, que ella estima más que el oro. Una mujer ocurrente, y sus hijas, las más bonitas de Londres. Pero estar en las cercanías del duque es un poco intimidante. Sólo habla de sus cuarenta y su futuro, como si fuera un vendedor de pepinos o rábanos. Y usa gorro y chaleco como un sirviente, y se sienta en su silla como un indio encadenado. Conoces a los de su tipo.]

Es interesante ver cuánto de todo esto se insinuaría hoy en el bosquejo de la vulgaridad hecho por la clase media elegante.

Más o menos entre 1775 y 1850, lo que luego se denominó pronun-

ciación “estándar aceptada” cambió de manera pronunciada. Uno de los cambios cruciales fue el alargamiento de la vocal en palabras como *past* y *path*: hoy es una modalidad del discurso de clase, pero hasta entonces era una costumbre regional y rústica. *Boiled* perdió su pronunciación como *biled*, al igual que casi todas las palabras con “oi”, y la pronunciación “ar” (que data de aproximadamente 1500, en el lenguaje “correcto” de Londres) de palabras como *servant* y *learn* también desapareció, excepto en uno o dos términos, como *clerk* y *Derby*, que, curiosamente, hoy son valorados en extremo por su anomalía en el discurso de clase. *Had* y *man* se acercaron a *head* y *men*, como aún puede oírse. La “r” de la mayoría de las palabras se debilitó todavía más: *more* pasó a ser *maw* y el final de palabras como *orator* disminuyó hasta convertirse en un mero deslizamiento de la voz. La caída de la “r” en palabras como *bird* produjo un nuevo y valorado sonido vocálico en lo que quedó. Estos y otros cambios similares se difundieron gracias al avance de las comunicaciones, pero sin duda la principal agencia de su fijación como discurso de clase fue el nuevo culto a la uniformidad en las escuelas privadas. Se trataba de una mezcla de “corrección”, desarrollo natural y afectación, pero llegó a parecer una lengua embalsamada. Ya no era un tipo de inglés y ni siquiera un dialecto común útil sino el “inglés correcto”, el “buen inglés”, el “inglés puro”, el “inglés estándar”. En su nombre, miles de personas fueron capaces de cometer la insolencia vulgar de decir a otros ingleses que no sabían hablar su propio idioma. Y con la difusión de la educación, principalmente dirigida por la clase media, esta actitud se extendió y, de ser una mera distinción de clase, llegó a un extremo en el cual fue posible identificar la producción de esos sonidos con el hecho de ser culto; así, miles de maestros y estudiantes de hogares pobres se avergonzaron del lenguaje de sus padres.

Pero esto nos lleva a los permanentes cambios sociales de nuestro siglo, por lo cual ahora debemos considerar el efecto de esa historia en la teoría y la práctica actuales.

IV

En la teoría lingüística actual suelen distinguirse tres tipos de lenguaje inglés: el estándar aceptado, cuya historia hemos rastreado; los dialectos regionales, supervivientes diversos de muchos lugares, y el estándar modificado, que ha ganado distintos tipos de aceptación en áreas diferentes y representa un desarrollo de los dialectos regionales pero no llega a ser el estándar aceptado.

Como es de suponer, la mayoría de las personas que utilizan estas clasificaciones adhieren por sus propios hábitos discursivos al “estándar aceptado”, lo cual tuvo efectos importantes, incluso en un plano académico. Así, un magnífico historiador de la lengua como H. C. Wyld puede caer en argumentos singulares, como cuando sostiene que la “a”

larga de *path* y *last* en el estándar aceptado es más “bella y sonora” que sus alternativas (una elección natural pero muy arbitraria), o que “insertar” el sonido de la “r” en *bird* afectaría la cualidad y longitud de la vocal (pero para mí, que tengo diferentes hábitos discursivos, el sonido de la “r” es “bello y sonoro”). Y R. W. Chapman puede escribir lo siguiente: “En fonética, Inglaterra aún no gime bajo una tiranía democrática; somos libres, dentro de amplios límites, para hablar tan bien como podamos”.

Sin embargo, para cualquiera que haya pensado en la lengua el prejuicio de clase de esa actitud será particularmente claro. Chapman prosigue definiendo el estándar aceptado como el discurso de

una clase que, aunque no arrogantemente exclusiva, es por fuerza limitada en su número. Sus tradiciones no se mantienen primordialmente a través de las universidades sino de las escuelas privadas.

Wyld afirma que la clase en la cual “el «mejor» inglés” se “escucha de manera consistente en su máximo nivel” es la de los “oficiales del ejército regular británico”. Pero precisamente en ese momento uno comprende, desde luego, por qué no conviene el “estándar aceptado”.

Con el crecimiento de las ciudades, y sobre todo las nuevas ciudades industriales que atraían población de las vastas zonas rurales; con el aumento del alfabetismo y la enorme difusión alcanzada por la imprenta, y con las mayores posibilidades de viajar y una movilidad social que afectaba a gran cantidad de gente, la evolución de un lenguaje inglés común se aceleró claramente. La dificultad estriba en calcular el punto al que hemos llegado en esa evolución; ésa es la cuestión que el estándar aceptado da por resuelta. Si consideramos la situación en su conjunto, podemos ver un pronunciado decrecimiento de los dialectos regionales puros; en la actualidad no suele suceder, como sin duda ocurría antaño, que hombres de diferentes partes del país encuentren dificultades evidentes de significado en sus lenguajes recíprocos. Por otra parte, si bien todavía hay mucha gente que habla una clara forma regional, aunque de ordinario expurgada de ciertos hábitos extremos de vocabulario y construcción, también hay muchos que, a la vez que utilizan sonidos regionales, en todos los demás aspectos hablan una lengua común. Podemos decir con alguna certeza que los dialectos, en el verdadero sentido, están dejando rápidamente de existir, y en su lugar hay una gran cantidad de modalidades regionales de hablar un idioma común. En materia de pronunciación, algunas de ellas son puramente regionales; otras parecen representar la evolución, en ciertas zonas extensas, de formas que sin duda no son el “estándar aceptado” pero tampoco los viejos dialectos locales en sus formas anteriores. Dentro de estos dos tipos, que en casos individuales se verán como una difuminación continua y no como una marcada distinción en

uno y otro extremo del espectro, está contenida la mayoría de los angloparlantes de este país. Pero las expresiones propuestas para describirlos, dialectos regionales y estándar modificado, son engañosas. Es más exacto hablar de formas regionales y formas regionales modificadas. “Regional modificado” tiene, sin embargo, un sentido muy diferente de “estándar modificado”, que supone que todos los integrantes de esta categoría aspiran al dialecto de clase sin lograr poseerlo.

La siguiente etapa del desarrollo es, por supuesto, el interregional, y aquí surgen los verdaderos problemas de una lengua común. Hemos visto que uno de los principales elementos del “estándar aceptado” era el hábito de pronunciar, siempre que fuera posible, según la ortografía. Por erróneo que esto pudiera ser como principio, fue obviamente una tendencia general y permanente. Como el “estándar aceptado” incluye cambios hechos de acuerdo con ese principio, sus modificaciones gozaron de una amplia aceptación, aun en muchas formas reconociblemente regionales. Pero en otros aspectos el “estándar aceptado” no era sino el desarrollo de una forma particular del sur y llegó a incluir ciertos elementos puramente clasistas. Así, si bien en algunos sentidos se mantuvo en la línea general de la evolución, en otros se apartó de ella, por el hecho de identificarse con una clase en particular. Logró arraigarse en la educación, desde luego, y posteriormente en la radiodifusión, y de ese modo tuvo amplios efectos sobre el desarrollo nacional, pero al mismo tiempo actuaba el proceso lingüístico corriente a través de los otros tipos de cambio social. En rigor, al llegar a identificarse como “inglés de las escuelas privadas”, que en realidad es su descripción más precisa, se levantaron ciertas barreras contra su adopción general, que deben cotejarse con los efectos en la educación y la radiodifusión. Es de interés señalar que en esta última ya hay una considerable variación, porque el dialecto de clase no es universalmente aceptable. El acento estándar del animador o comentarista popular es con tanta frecuencia pseudo norteamericano como de escuela privada o sus derivados. El complejo regional o de clase se evita mediante una alternativa importada o sintética.

A decir verdad, durante un tiempo se supuso que el inglés de las escuelas privadas iba a ser un eficaz lenguaje interregional, pero hoy parece indudable que no lo será en las formas imaginadas por entonces. Cada uso de la forma para establecer una distinción de clase (una utilización, desde luego, muy difundida) redujo su oportunidad de convertirse en un verdadero lenguaje común. Su identificación con el poder, el aprendizaje y el éxito material (factores que naturalmente contribuyen a su imitación) fue contrarrestada por fuertes sentimientos contra él, en el explosivo terreno humano del esnobismo y el resentimiento. Una interesante adaptación de la “ortografía de los incultos” a una ortografía de inglés de escuelas privadas (particularmente aplicada a la “mejor clase” de Wyld, los oficiales del ejército regular

británico) mostró por primera vez cómo serían las cosas:

We head a chahnce of pahchasing that fohm, but a bahd in the hend
seemed maw vehluable, evenchalleh.

[Tuvimos una oportunidad de adquirir esa forma, pero en definitiva pareció más valioso pájaro en mano que cien volando.]

Aquí la forma clasista tropezó con la vigorosa corriente de la pronunciación por la ortografía, y una vez que el llamado “estándar aceptado” pudo utilizarse no sólo para la representación cómica sino también para distinguirse de la “corrección” de esa pronunciación, sus posibilidades de adopción común, a pesar de todos los poderosos factores a su favor, fueron desde luego pequeñas. Lo que pasó, en realidad, fue que el inglés de las escuelas privadas, demasiado apresuradamente denominado estándar aceptado, comenzó a dejar oír ciertos sonidos considerados erróneos según el principio de la “corrección”, mientras que el lenguaje interregional real que está en desarrollo es una combinación del viejo “estándar aceptado” y algunas de las más importantes formas regionales modificadas. El sonido aspirado que admite la “h” en *what* y palabras similares, no considerado estándar aceptado en la década del veinte, comienza a ser normal, aun entre los hablantes de ese estándar, debido a la ortografía. El sonido de la “r” también está desandando el camino, aunque todavía no de una manera enfática, y el sonido vocálico en palabras como *more* y *bird* empieza a cambiar notoriamente, por influencia, asimismo, de la ortografía. Los cruciales sonidos de la “a” también cambian, de manera que si bien *chance* aún es *chahnce*, la longitud de este acento se reduce, mientras que en palabras como *had* la tendencia hacia un sonido “e” se ha invertido. El factor decisivo en todo esto, más importante que la caída o la suavización de sonidos que se habían calificado de ridículos, es el habla según la ortografía de una sociedad con una educación más generalizada. El “estándar aceptado”, tal como se lo definía treinta años atrás, comienza a convertirse en una forma local, porque ahora hay muchos miles de personas que no emiten esos sonidos distintivos pero hablan un inglés que ha perdido toda identificación regional evidente. El cambio es más marcado entre los hombres que entre las mujeres, pero ya es lícito decir que los sonidos crucialmente identificados como “estándar aceptado” empiezan a tener un uso local e histórico. Y no podemos decir que el “estándar aceptado”, como la mejor forma, esté evolucionando. El hecho es que aún nos encontramos en una etapa demasiado temprana del desarrollo de una pronunciación común para introducir algo semejante a un estándar.

Hoy existen no sólo problemas interregionales sino también internacionales en esta situación. Para los oídos norteamericanos el “estándar aceptado” siempre fue inadmisibles, y en sustancia ha habido

5 LA HISTORIA SOCIAL DE LOS ESCRITORES INGLESES

una considerable interacción entre las formas estadounidenses e inglesas, con predominio de las primeras. El inglés no sólo ha incorporado, a menudo sin advertirlo, cientos de palabras, formas discursivas y pronunciaciones norteamericanas, sino que el lenguaje norteamericano influyó sobre casi todos los tipos de habla inglesa tradicional, y vale la pena señalar que tiene un efecto adverso en cada uno de los sonidos que se identificaron como típicos del “estándar aceptado”. Por otra parte, al dar otros acentos al poder y el éxito material, ha despojado al inglés de las escuelas privadas de su anterior monopolio en esta materia. El proceso aún está en marcha, pero no se trata simplemente de la norteamericanización del inglés; es, antes bien, la suma de otro factor a la larga y complicada historia del inglés hablado.

No hay seguridad alguna de que una sola forma surja con un carácter universal, pero en todo caso lo que importa es que debemos reducir el área de influencia de la mistificación y el prejuicio. La controversia de lo superior o no superior,* en su nivel popular, fue más patética que peligrosa, porque mostró, en definitiva, lo cambiantes que son las fronteras de clase, en este caso en materia de vocabulario. Es indudable que siempre habrá personas y grupos deseosos de mostrar que no son como los demás hombres, pero no afectarán los procesos profundos de crecimiento de una gran lengua internacional, aunque por momentos puedan desdibujarlos. Queremos hablar como nosotros mismos, de modo que los elementos del pasado de la lengua, que recibimos de nuestros padres, siempre están vivos. Al mismo tiempo, en una comunidad extendida, queremos hablar entre nosotros, conservando nuestras diferencias reales pero reduciendo las que consideramos irrelevantes. Casi hemos superado la etapa de los problemas de significado en el discurso corriente, si bien con un sistema educativo limitado siempre surgen dificultades serias e innecesarias cuando se toca el mundo del aprendizaje organizado. Para el resto, los problemas tienen que ver con la tensión emocional, y éstos, aunque sin duda persistirán, pueden reducirse mucho si aprendemos a examinarlos abierta y racionalmente, con la rica y continua historia del inglés como fundamento de nuestra comprensión. “*Vor bote a man conne frense me telth of him lute*”[“puesto que si un hombre no sabe francés la gente lo tendrá en poco”], escribió Roberto de Gloucester, señalando la superioridad del franco normando de los amos de su tiempo, pero la lengua que indicó como superior está aun más lejos de nosotros, en el mismo país, que el idioma en el cual lo expresó. La historia tampoco terminó alrededor de 1800 ni en la década de 1920. La lengua viva ofrece sus testigos decisivos.

* *U and non-U controversy* en el original: lo característico de la clase alta (*upper class*) o apropiado para ella. (N. del T.)

I

Discutimos mucho los efectos que los orígenes sociales de los escritores, la educación recibida, su manera de ganarse la vida y el tipo de público al que esperan llegar tienen sobre la literatura. En esta discusión intervienen desde luego cuestiones teóricas, a menudo muy arduas, pero la dificultad más evidente es la falta de toda definición de los hechos mediante los cuales es posible someter a prueba algunos principios teóricos. En ocasiones hay tempestuosos debates cuyos participantes se lanzan listas unos a otros, para demostrar su propia versión sobre los orígenes y afiliaciones de escritores valorados. No obstante, el principio de selección de esas listas tiene por lo común una relación muy obvia con la tesis específica. Al parecer, necesitamos delinear esos hechos sobre la base de una lista convencional, y luego reiniciar la discusión desde allí. He intentado elaborar ese esbozo, basado en el índice de la *Introduction to English Literature* de Oxford y con el *Dictionary of National Biography* como principal autoridad. En el plano ideal es preciso, desde luego, encarar una investigación mucho más extensa, pero este examen de casi trescientos cincuenta escritores, nacidos entre 1470 y 1920, acaso sirva como un bosquejo preliminar. Las cuestiones planteadas se incluyen en tres categorías: origen social, tipo de educación y modo de ganarse la vida. En el caso del origen social se enumeraron ocho tipos razonablemente continuos de familias, basadas en la posición social y económica del padre: nobleza, alta burguesía, profesionales, grandes comerciantes, pequeños comerciantes, agricultores, artesanos y trabajadores. Para la educación se incluyeron cuatro tipos de escolaridad: escuelas de gramática nacionales (desde la década de 1860 llamadas “escuelas privadas”), escuelas de gramática locales, academias disidentes y doméstica o particular. Para las universidades se utilizó la