

"España"
Madrid, 5 mayo 1923

8-226



O. C.
Trono X

DE PEQUEÑECES LITERARIO- MERCANTILES

Ha corrido estos días por la Prensa una cierta discusión respecto a las relaciones literarias entre España y las demás naciones de lengua española y sobre otros extremos relacionados con ellas, y hemos leído, una vez más, los inevitables lugares comunes al caso. Con afirmaciones tan redondas como la de que allá, en América, la gente culta—¡es claro!, pues del pueblo no se habla—conozca mejor las lenguas extranjeras que no en España, asertos que le sería difícil aprobar al afirmante. Ni que los conozcan más ni que los conozcan mejor.

Ganas nos dieron de terciar en la contienda, pero no lo hicimos porque nos habríamos visto arrastrados a ejemplificar nuestras informaciones—que no pretenderían ser otra cosa—con la suerte que nuestra propia obra literaria corre por tierras de la América de lengua española, y nos faltan datos suficientes para hablar de ello. ¡Cuanto más de lo que ocurra con las obras de otros!...

Escribimos, hace ya muchos años, con regularidad periódica, en *La Nación* de Buenos Aires, y después en *Carras y Caretas*, lo que nos da un buen número de lectores en la República Argentina y aledaños, pero de la difusión de nuestros libros por aquellos países nada podemos decir. Y como nos hemos descargado de la tarea de su propaganda, como renunciamos, por conocer sus peligros, al empeño de dirigir sendos ejemplares de nuestros libros a los críticos de más nota o a los diarios—ni siquiera a aquellos en que colaboramos—, dejando ese cuidado a editores y libreros, resulta que ignoramos en absoluto lo que por allá se nos lea. Pero sabemos lo bastante para saber que en eso que se dice de que tal o cual autor español es más conocido en América que en España, hay mucho

14



VNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

GREDO.SAL.ES

hasta divertido!» Y es que hay elogios que parecen hechos para enterrar al elogiado.

Los escritores que echan de menos la falta de una buena crítica deberían lamentar la falta de sentido mercantil de editores y libreros. Un buen librero hace mucho más que un buen crítico. Y es que en general las empresas se salvan o se hunden por la dirección mercantil y no por la industrial. Y el crítico es de industria. «Yo vendo el libro que quiero»—nos decía el librero de más ingenio mercantil que hemos conocido.

El crítico, además, cree que al ocuparse en una obra de un escritor cualquiera es al escritor a quien hace servicio y no al público que lo lee. Estímase la crítica como labor de camaradería o de compañerismo y así se va o a favorecer o a perjudicar al criticado. De donde resulta que los más de los ejemplares que los editores envían a los periódicos y revistas se pierden. Tienen que ir consignados personal y nominalmente a este o al otro crítico, y con una dedicatoria autógrafa del autor y aun esto no basta sino que hace falta una carta y poner tiento en el calificativo que en la dedicatoria se le dé al crítico. Y aun así...

Es cosa terrible el que un autor tenga que hacerse la propaganda y se convierta en agente comercial, si es que no en viajante, de sus propias obras. Es como lo que le pasa al desgraciado a quien se le ocurre abrirse camino en la dramaturgia y tiene que dedicar a ir de Herodes a Pilatos, a perseguir empresarios y primeros actores o primeras actrices, a perder el tiempo y el ingenio—y a las veces la vergüenza—en saloncillos, acaso a buscarse cirineos y compañeros de firma, el esfuerzo que debe reservar para descubrir nuevos dramas o comedias. Hay quien se está en su casa, escribe dramas o comedias, espera a que se los vengán a pedir para ponerlos en escena y ni aun así logra verlos en ella. Y acaba ¡es claro! por no escribirlos, convirtiéndolos en novelas o cuentos, porque eso de escribir dramas para que sean leídos y no representados es el desatino mayor que conocemos. Todo drama que es, como drama, bueno para ser leído es mejor para ser representado y si no es drama.

De unas notas que teníamos para hacer un drama hicimos luego nuestra novela *Nada menos que todo un hombre* y luego nos hemos encontrado con un escritor especialista que nos propuso adaptar ésta para el teatro. Y hasta parece que tenía ya cómico que se la representase, el cual, si le presentáramos nuestra versión dramática de ese argumento, ni siquiera se dignaría examinarla. ¡Como que no le permitiríamos intervenir en ella...!

El problema de las relaciones literarias—y científicas—entre los países de lengua española es un problema comercial y en el que los escritores podemos hacer muy poco. Cuando nos dedicábamos con regularidad, años hace, a dar cuenta al público español de las novedades literarias hispano-americanas, recibíamos con frecuencia cartas preguntándonos dónde podrían adquirirlas.

El último fondo de ello es escasez de capital. Los más ricos editores españoles no lo son bastante, ni les sobra



de leyenda. Como en las cifras que hemos oído dar de lo que de un autor español se vende por allá y en lo de las ediciones clandestinas.

Aquí y allí el libro español, como no sea escandalosa y torpemente pornográfico o de una solemne ramplonería castizo-sentimental es de una difusión lentísima. El que de nuestra *Vida de Don Quijote y Sancho* vayan vendidos, en tres ediciones, unos siete mil ejemplares, nos haría esperar una venta inicial de nuestros nuevos libros que se acercase a ese número. Ni con mucho! En siete años no han pasado apenas de dos mil ejemplares los que de nuestra novela *Niebla* se ha vendido y es una de las favorecidas. Buena parte de los relatos de viaje que componen nuestro último libro *Andanzas y visiones españolas* se publicaron antes en *La Nación* y en *Caras y Caretas*, de Buenos Aires, lo que no quiere decir que el libro halle grande acogida allí, sobre todo porque nuestros lectores argentinos ignoran su aparición. Pero también la ignoran muchos de nuestros lectores españoles y de tierras o ciudades—Galicia, León, Mallorca, Extremadura, Palencia, Avila, etc.—de que en ese libro se habla. No basta tener un público; es menester que ese público se informe. Y como le informan tarde, escasamente y mal...

Tiene, sin duda, más eficacia el mero anuncio que no la crítica. Y entre las causas de la ineñcacia de la crítica es que esta suele sér muy poco informativa. Vitupere o elogie rara vez da idea de lo que la obra criticada sea, y a las veces ni de lo que trata. En más de una ocasión le hemos dado a leer a algún curioso algún libro del que oyó elogios ditirámicos pero que no le movieron a leerlo—y con razón—y luego de leído, por nuestro consejo, nos dijo: «pero si yo creí que era otra cosa!» Y recordamos una vez que nos dijo un lector mal prevenido por esos elogios: «pero si esto lo entiende cualquiera y es

→ OJO. Sigue a la vuelta de la misma columna

espíritu de empresa. Quieren empezar ganando; que la mies sea anual. No saben plantar árboles de lento crecimiento.

MIGUEL DE UNAMUNO.



VNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

GREDO.SUALES