



Diccionario Español de Términos Literarios Internacionales



CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

best seller. Expresión del inglés *superventas*, aclimatada en todas las lenguas de cultura.

Libro o disco muy vendido. Convencionalmente, se habla del best seller como del tipo de libro de lectura rápida, con tramas ágiles y construcciones discursivas poco complejas y que se caracteriza por una hibridación de géneros.

A la hora de establecer las claves que definen el best seller, hay que hacer la salvedad de que el best seller es una expresión en la que entran una gran pluralidad de situaciones. Como se verá más adelante, el best seller es algo más que el libro de grandes ventas. Hay que hacer muchos matices al respecto, pues hay clásicos que nacieron como best sellers. En cierta asociada solamente a cuestiones mercantiles y económicas, y no a aspectos literarios. El best seller puede ser un libro de gran calidad literaria que por diversas razones se ha convertido en un superventas. Sin embargo, lo convencional es asociar best seller a mala o mediana calidad. En la definición de los rasgos del best seller que haré a continuación me ceñiré al uso convencional que se hace del término, pero creo pertinente no olvidar estos matices. La primera cuestión que caracteriza al best seller es el estilo con el que está escrito. Al estar dirigido a un público mayoritario, el estilo suele ser sencillo y descriptivo, casi periodístico. Asimismo, los diálogos son fluidos y escasamente complejos. La sintaxis no suele plantear problemas a un lector que no siempre lee en las condiciones más cómodas o durante un periodo prolongado. No hay que olvidar que uno de los entornos principales para la lectura del best seller es el transporte público. La caracterización de los personajes tampoco es demasiado compleja. En general se trata de personajes bastante planos que en numerosas ocasiones representan estereotipos o tratan de asimilarse a un amplio espectro de lectores potenciales, llegándose en algunos casos a presentismos poco creíbles. Esto es especialmente notorio en los best sellers que narran las peripecias de algún personaje histórico femenino, al que se atribuyen rasgos anacrónicos que corresponden a la mujer

Best seller

contemporánea, pero no a la de épocas históricas anteriores. La búsqueda de empatía con los lectores, y en particular con las lectoras, revela mecanismos comerciales que rastrean un nicho de público. Esto es muy claro en un tipo de best seller llamado “chick lit”, cuyo más claro exponente es la conocida novela *El diario de Bridget Jones*, de Helen Fielding. La novela, dirigida a un público femenino no juvenil pero aún no lo suficientemente maduro (en la treintena), se convirtió en un éxito completo precisamente por tener un objetivo comercial muy claro: mujeres solteras o que habían roto sus compromisos sentimentales, urbanas y con profesiones medianamente remuneradas. El paso del libro a la película es un camino muy transitado por muchos de estos productos comerciales.

Retomando una cuestión anterior, los anacronismos, hay que incidir en que es algo especialmente notorio en la novela histórica, que constituye por sí misma una sección dentro del fenómeno del best seller. La novela histórica es un género literario, pero dentro del best seller adquiere unos perfiles propios que vienen definidos por dos modalidades: la novela ambientada en el pasado y la novela que combina pasado y presente. Por lo que respecta la primera, los autores suelen (aunque no siempre esto es así) documentarse para dar realismo al contenido. Dependiendo de la habilidad del novelista, la novela se convierte en una exhibición de las lecturas del autor o en una verdadera novela histórica. Esto, que no siempre es fácil de encontrar en el best seller histórico, otorga mayor calidad a las novelas. Un caso español que ha sabido entremezclar la historia y la ficción con éxito es el de Santiago Posteguillo, autor de novelas ambientadas en la antigua Roma. La otra modalidad, la que mezcla pasado y presente, suele estar representada por novelas que utilizan un misterio histórico (generalmente relacionado con la Iglesia católica) para diseñar una trama que comienza en el pasado y que es retomada por los protagonistas, encargados de resolver algún tipo de enigma que salvará a toda la humanidad. La inverosimilitud de muchos de los argumentos que presentan estas novelas las convierte en productos literariamente débiles, pues al no partir de la fantasía y declararse insertas en el realismo, carecen de la coherencia necesaria en todo producto creativo.

Pese a todo, se trata de un subgénero de gran éxito porque han sido concebidas para situaciones lectoras de distensión y poca exigencia.

Es precisamente la cuestión de las tramas del best seller una de las más analizadas por los especialistas. En general, se suele sostener que las tramas son relativamente simples, aunque sí muy efectistas. Esta afirmación habría de ser matizada, pues como ya se ha señalado en párrafos anteriores, en la categoría de best seller entran obras muy diversas. En lo que convencionalmente conocemos por best seller conviven todo tipo de casos, desde novelas muy intrincadas, como las de Frederick Forsyth, hasta otras más sencillas, dedicadas a un público más juvenil. Lo que sí es frecuente en el best seller es el hibridismo de géneros, particularmente en las novelas más contemporáneas. Un ejemplo claro es *La sombra del viento* de Carlos Ruiz Zafón (2002). Su composición es completamente híbrida, ya que reúne elementos de la novela histórica, de la novela gótica, del folletín, de la novela negra y policíaca, de la novela fantástica, etc. Es una buena representación de la novela posmoderna por su carácter fragmentario, su estructura laberíntica, su diálogo con autores como Borges o Mendoza, por destacar el carácter ininteligible de la realidad. La clave de su éxito reside en que introduce al lector en un mundo ya recreado por otros (conocido, aunque no se haya leído a estos otros autores), entra en el marco de las novelas de iniciación, ofrece unas dosis de misterio compensadas con un cierto carácter naif en algunos aspectos y, para el caso de lectores españoles, proyecta la sombra de la Guerra Civil, tan presente siempre en la memoria de España. La historia no está tanto reflejada como recreada a través de una atmósfera en la que la ciudad de Barcelona juega un papel fundamental por su importancia en el imaginario literario. La habilidad de Zafón está precisamente ahí, en la recreación de ambientes del pasado no tanto a través de la descripción realista de objetos o la alusión a acontecimientos históricos, sino en el envoltorio en el que todo ello aparece.

Una de las claves para entender el fenómeno del best seller es su relación con la literatura canónica, es decir, la suposición de que, a priori, el best seller es un libro de menor o ninguna calidad literaria. Como se dijo al principio, esta generalización ha de ser matizada, pues deja de lado elementos de análisis muy importantes tanto de la

Best seller

evolución del gusto literario como de las realidades del mercado editorial. Entre estos elementos de análisis habría que tener muy en cuenta las diversas modalidades de best seller que existen y que nos informan acerca de esta pluralidad de situaciones. Los especialistas en el best seller, Viñas y Vila San-Juan en particular, mencionan el long seller, que sería aquel libro que logra unas ventas relativamente elevadas durante un largo periodo de tiempo, consolidándose como una especie de clásico. Entre los casos de long seller que ofrece Vila San-Juan en *Código best seller* destacaría *El doctor Zhivago*, con su interesantísima historia editorial. En el mismo grupo se hallan muchos de los libros considerados clásicos que a la vez son libros representativos para una cultura determinada o para una religión. Estaríamos hablando de la *Biblia*, el *Corán*, el *Quijote*, las obras de Shakespeare, etc. Por otro lado, estaría el fast seller, que es aquel libro que rápidamente se coloca en los puestos más altos de las listas de éxitos para luego desaparecer con la misma rapidez. El fast seller es un libro cuyo rápido éxito procede de la conexión con determinados acontecimientos o preocupaciones de actualidad, sin que ello sea obstáculo para que en algunos casos se conviertan en long sellers, como sucedió con el *Candide* de Voltaire. Contamos, además, con el mega seller, producto muy americano, que es aquel libro que vende cantidades astronómicas de ejemplares en un relativamente breve lapso de tiempo, y que en algunos casos se consolida y en otros no. Un ejemplo claro es *El Código da Vinci*, de Dan Brown, libro publicado en inglés, pero traducido a muchos idiomas. Existe también el steady seller, libro que ya ha dejado de estar en la lista de los más vendidos, pero que mantiene un ritmo de ventas estable. Como muestra podríamos considerar a libros que son ya clásicos o van camino de serlo. *Cien años de soledad*, de Gabriel García Márquez podría servirnos de ejemplo. Al margen de estos términos, hay otros que reflejan realidades que tienen una estrecha relación con el fenómeno del best seller. Uno es el best seller de calidad o canónico. Otro es el libro de culto, concepto interesante que revela mucha información de tipo literario y sociológico.

Con respecto al primero, José Carlos Redondo Olmedilla escribió un artículo para la revista de la UNED *A distancia* en el que analizaba *El*

último judío como ejemplo de best seller canónico. En él trata de establecer las diferencias de este libro, y este autor, con otros autores etiquetados como autores de éxito. Tal intención constata, como es evidente, que no todos los best sellers son iguales y que se corrobora lo anteriormente dicho acerca de la existencia de un canon en el best seller. Lo interesante en Noah Gordon, según Redondo Olmedilla, es que nos permite valorar “su calidad creativa –y no sólo estética-, el sentido primigenio de la literatura como herramienta del lenguaje y por lo tanto, de comunicación, su registro como ejemplo genuino de un tipo de producción literaria que es la más valiosa porque es la que más se lee en nuestro tiempo: el best-seller”. Más adelante el autor explica cuáles son los elementos que caracterizan a la novela *El último judío* (y en general a toda la producción de Gordon) como una novela de calidad. Son los siguientes: el autor se sirve de una serie de tópicos de la literatura e historia españolas (descubrimiento de América, expulsión de los judíos); desarrolla una prolongada labor de documentación; recurre al tópico en la caracterización de personajes (los ejemplos que se nos ofrecen para *El último judío* son los del noble ocioso y taimado, el cristiano bravucón, el judío reservado y ahorrativo); y utiliza la toponimia como elemento facilitador para la ubicación de un público mayoritariamente anglosajón (Toledo, Granada, Gibraltar). Redondo insiste en que elemento primordial de la obra de Gordon es su rigor documental. Lo mismo sucedería con otros autores de best sellers como Ken Follet, Tom Clancy, Stephen King o Michael Crichton. La obsesión por la documentación es, ciertamente, un punto a favor de algunos escritores de best seller. Sin embargo, las ideas acerca del best seller canónico podrían enriquecerse si tenemos en cuenta la opinión de Vila-San Juan cuando afirma que tal vez la calidad, tal y como la entiende la academia, no sea el punto fuerte de estos autores, pero sí lo es su gran potencia imaginativa y su capacidad para crear tramas que atrapan a sus lectores.

Con respecto al libro de culto, poco es lo que la bibliografía puede ofrecernos. El concepto es volátil y en líneas generales remite a libros conocidos y admirados por una minoría y por razones que no son necesariamente cualitativas, pues se presenta como una obra para “iniciados”. Antes decía que este tipo de conceptos nos dicen mucho acerca de la realidad social. Como ejemplo de ello puede mencionarse la

Best seller

fortuna de *El señor de los anillos* en España. Tal vez porque al público español nunca le ha interesado mucho la literatura fantástica, la novela no tuvo gran repercusión en el momento de su publicación, que fue bastante tardía con respecto a la edición inglesa (de los años cincuenta). Fue Francisco Porrúa quien tradujo el libro al español bajo el pseudónimo de Luis Domènech. Porrúa era el dueño de la Editorial Minotauro en Argentina. Trasladó la empresa a España y en mayo de 1978 publicó la primera parte de la trilogía. Al parecer, no tuvo mucho eco en la prensa y no interesó nada a la crítica especializada, lo que se convirtió en un libro de minorías, es decir, que el libro sólo interesó a los lectores “de culto”. Sin embargo, ya más recientemente, tras el estreno de la película de Peter Jackson, *El señor de los anillos* (2001-2003) pasó de ser un libro que apasionaba a unos cuantos a convertirse en un libro muy famoso y popular en España. Esto le hizo perder su carácter de libro de minorías y pasar a ser un best seller de literatura fantástica.

Los superventas en la literatura no son un producto de la industria editorial contemporánea. Es cierto que esta ha multiplicado el número de ejemplares que se pueden producir y que el cambio en las sociedades modernas, al fomentar la alfabetización de la población, ha contribuido a crear una amplia base de lectores. Sin embargo, el fenómeno del best seller ha tenido otras manifestaciones históricas. Dejando de lado los libros religiosos, la historia de la literatura ha contemplado situaciones similares, adaptadas a las capacidades de cada momento histórico. El folletín decimonónico responde, en buena medida, a las pautas de funcionamiento del fenómeno best seller. Las tramas se construían de forma relativamente similar; el lanzamiento, sobre todo en caso de autores conocidos, solía ser estruendoso; los ingresos se elevaban muy por encima de la media del resto de los autores, etc. La diferencia estriba en que el folletín se vendía en fascículos. Ahora encontramos sagas. El fascículo era más asequible para todo tipo de públicos, pero a la larga, como ha demostrado el profesor Jean-François Botrel, resultaba más caro. En nuestras sociedades, más ricas, cada libro es autónomo, pero si tiene éxito, genera su continuación en forma de secuela o precuela. En muchos casos, aquellos autores exitosos pasaron a la historia sin dejar

huella en la literatura canónica. El español Manuel Fernández y González representa un caso prototípico. Otros han entrado en ella por la puerta grande. Dickens es un ejemplo más que evidente.

El fenómeno del best seller tiene una estrecha relación con el carácter cuantificador de nuestra cultura. En la lógica de la economía capitalista en la que nos encontramos, la necesidad de establecer clasificaciones para conocer aquellos libros que resultan más rentables responde a un criterio de eficiencia económica. Este es el sentido de las listas de libros más vendidos que son, en última instancia, el medio por el cual decidimos qué obras son un best seller y qué obras no lo son. La mayoría de estas listas generalmente sólo recogen la producción novelística, pero es significativo que también se hayan confeccionado listas para los libros de ensayo. Al tratarse de dos géneros diferentes, responden, en teoría, a dos categorías de lectores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el ensayo que entra en las listas del best seller, al menos en España, no suele ser un ensayo de tipo académico, sino que se trata más bien de libros de carácter periodístico, libros de autoayuda, biografías, etc.

La industria editorial moderna trata al libro como a un producto más, por lo que aplica en él los mismos sistemas de marketing que con otros objetos de consumo. Una práctica muy interesante es la creación del acontecimiento. Las empresas editoriales gastan grandes cantidades de dinero en la promoción del libro rentable a través de la preparación de un ambiente que mantiene al lector a la expectativa, haciéndole sentir miembro de un grupo que va a vivir el gran acontecimiento y que va a ser partícipe de él. La publicación de los libros de Harry Potter es un claro ejemplo. Para el caso español, sería de destacar la promoción llevada a cabo por la editorial Planeta para la novela de Javier Sierra *El ángel perdido* en el año 2011. La promoción consistió en una gira por toda España de la que el lector podía estar informado a través de la página dedicada a ella y al libro. Javier Sierra, el autor, viajó en el llamado "Sierrabus" a través de un itinerario que comenzó el 8 de febrero en Santiago de Compostela, ciudad en la que se sitúa el inicio de la novela, y que terminó el 13 de junio en Valencia, deteniéndose en Madrid para la Feria del Libro y en Barcelona para San Jordi. Todas las paradas estuvieron anunciadas en la página del libro, así como los

Best seller

distintos establecimientos y centros culturales en los que el autor fue a firmar ejemplares y autógrafos. Previamente al inicio de la gira, la editorial y el autor prepararon el acontecimiento, en la línea en la que el mercado editorial ha empezado a realizar estas promociones imitando a otros sectores de la cultura. Particular interés tienen al respecto las informaciones que el autor fue proporcionando acerca de su viaje al monte Ararat para buscar un misterio relacionado con la novela. Lo que se quiso poner de manifiesto con este viaje es la labor de documentación que el autor había estado realizando y de la que informaba en su página personal y a través de diversos medios de comunicación en los que colaboraba o que estaban relacionados con el grupo editorial que publicó la novela. A la altura de finales del mes de marzo de 2011, *El ángel perdido* era ya el libro más vendido del año, según los datos que ofrecían las librerías generalistas. Otro ejemplo paradigmático es la novela *El tiempo entre costuras*, de María Dueñas, libro que no disfrutó de la promoción de la novela anterior, sino que funcionó por la más lenta pero eficaz recomendación personal. Una vez alcanzadas elevadas cotas de venta, la novela ha pasado a la televisión con el mismo nivel de éxito. Este es el camino final de muchas de estos best sellers, que son explotados en todas sus posibles formas de comercialización (televisión, cine, cómic, productos asociados a la novela o película, secuelas y precuelas, etc.)

Para muchos especialistas, el dominio que en la actualidad ejercen las grandes empresas sobre la creación literaria ha conducido a una banalización de la lectura que no puede ir sino en detrimento de la cultura. Las librerías están abarrotadas de este tipo de productos que caducan rápidamente y que son sustituidos por otros, procedentes de la moda correspondiente: detectives nórdicos, mujeres en crisis, sagas vampíricas, magos ingleses, etc. Sin embargo, podemos considerar que el fenómeno del best seller ha existido siempre, salvo que ahora sus dimensiones se han multiplicado extraordinariamente. Mientras que la creación literaria dependa de la industria editorial para ser conocida, las reglas del mercado marcarán la pauta. Las nuevas tecnologías que facilitan la autoedición y el soporte que proporcionan los blogs son caminos que la creación puede transitar al margen de las grandes

compañías. Por otra parte, la proliferación de best sellers no tiene por qué ser interpretada como un síntoma negativo del estado de la literatura contemporánea. Como sucedió en el pasado, algunos best sellers pasarán a convertirse en literatura canónica con el tiempo. Otros habrán permitido a los lectores pasar un rato entretenido de lectura en el metro. La lectura de best sellers no es exclusiva: hay un tiempo para cada tipo de obra y una obra para cada situación lectora. Sólo la educación puede crear lectores polivalentes y críticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bloom, Clive, *Bestsellers: Popular Fiction Since 1900*, Londres, Palgrave Macmillan, 2002;
- Bloom, Harold, *El canon occidental*, Barcelona, Anagrama, 1995;
- Espínola, M^a Carmen y Martínez-Cabeza, Miguel Ángel, “Superventas, modas de lectura e ideología”, *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n^o 27, 2006, pp. 47-54;
- Fernández Auzmendi, Nazaret, “El canon literario: un debate abierto”, edición *online* del artículo del n^o 7 de la revista *Per Abbat*, <http://librodenotas.com/opiniondivulgacion/15009/el-canon-literario-un-debate-abierto>;
- Fouces González, Covadonga G., “La comunicación persuasiva y el mercado del best seller de ficción narrativa en la sociedad digital”, en www.monografias.com;
- López de Abiada, José Manuel y Peñate Rivero, Julio (coords.), *Éxito de ventas y calidad literaria. Incursiones en la teoría y práctica del best-seller*, Madrid, Verbum, 1997;
- Redondo Olmedilla, José Carlos, “El último judío, un ejemplo de best-seller canónico”, *A distancia*, n^o 1 (2008): 199-203;
- Sullá, Enric (comp.), *El canon literario*, Madrid, Arco Libros, 1998;
- Ruiz Tosaus, Eduardo, “Algunas consideraciones sobre *La sombra del viento* de Ruiz Zafón”, en *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*,

Best seller

nº 38 (<http://www.ucm.es/info/especulo/numero38/soviento.html>);

Vila San-Juan, Sergio, *Código best-seller. Las lecturas apasionantes que han marcado nuestra vida*, Madrid, Temas de Hoy, 2011;

Viñas Piquer, David, *El enigma best-seller. Fenómenos extraños en el campo literario*, Barcelona, Ariel Letras, 2009.

Raquel SÁNCHEZ GARCÍA

Universidad Complutense de Madrid

Diccionario Español de Términos Literarios Internacionales