Cómo leer un *best seller*

Posted on 1 de julio de 2010 by Martín Schifino

¿Qué es un *best seller*? Usted y yo lo sabemos. Con los años hemos hojeado algunos, aunque por lo general leamos, o prefiramos leer, cosas más edificantes. Harold Robbins no es nuestro autor de cabecera. El *argumentum ad populum* de que más es mejor no nos mueve ni un pelo. Aunque no siempre lo digamos, creemos que más, de hecho, es peor. Sabemos que esa opinión tiene el mismo rigor lógico que su opuesto, es decir: cero. Pero no estamos hablando de lógica; estamos hablando de que somos lectores serios, más serios que los lectores de *best sellers*. Supongamos, ahora, que estamos en 1980. Supongamos que nos interesa la Edad Media. Al pasar por una librería, descubrimos una novela de un respetable profesor italiano sobre unos asesinatos que tienen lugar en una abadía benedictina del siglo XIV. Muy bien escrita, llena de citas en latín, diálogos teológicos y diagramas a primera vista bastante oscuros, la obra nos intriga por su densidad. Digamos que tenemos ganas de leer algo difícil, intelectualmente estimulante; mientras nos dirigimos a la caja, hasta pensamos que, la próxima vez que veamos a X, un amigo que siempre se jacta de sus «arduas» lecturas, le mencionaremos el libro para demostrarle que no nos quedamos atrás. Unos segundos después compramos *El nombre de la rosa*, como lo harán, de entonces a esta parte, quince millones de personas en todo el mundo.

Lo anterior es, por supuesto, una caricatura, pero la pregunta inicial parece ahora más difícil de contestar. Si pensábamos que el *best seller* era un tipo particular de libro, nos equivocamos. Si le atribuíamos determinado valor estético, vimos que no era necesariamente así. Si lo considerábamos parte de una cultura totalmente ajena, establecimos puntos de contacto con ella. Una manera de reaccionar sería renegar de la novela, como hizo más de un crítico ante la creciente popularidad de Umberto Eco. Pero podríamos también ampliar la definición de *best seller*, con la esperanza de refinar nuestra comprensión del fenómeno. La primera constatación será obviamente económica (y tautológica): el *best seller* es un libro que vende. Un economista quizá nos dé una versión más florida, como que es un libro que crea el incentivo de que cierto número de personas lo compre; pero en esencia es lo mismo. Como dice Stephen King: «A Grisham, Clancy, Crichton y a mí […] nos pagan sumas descomunales de dinero porque vendemos una cantidad descomunal de libros a un público descomunalmente grande». Lo interesante viene ahora. ¿Por qué Grisham, Clancy, Crichton, King (y Eco)? ¿Por qué que algunos libros crean ese incentivo y otros no? ¿Cuál sería la correlación entre ventas y rasgos estéticos? ¿Existe realmente? ¿Puede llegarse a una explicación textual del *best seller*?

Una respuesta satisfactoria tendría que bosquejar la estética común de, por ejemplo, *El nombre de la rosa* y *Misery*, a riesgo de dar una definición de una generalidad tal que no se explicara, en rigor, nada (como en la «definición» de novela de E. M. Forster: «una narración en prosa de más de setenta mil palabras»). Tal es el desafío que enfrenta David Viñas Piquer en *El enigma best-seller*, un inmenso estudio que plantea el problema en términos de géneros literarios. Viñas observa, correctamente, que «ningún conjunto de rasgos genéricos distintivos comparece con absoluta evidencia en el momento de intentar una definición del supuesto género *best seller*». El gótico, el policial, la novela romántica, son géneros altamente codificados; el *best seller* no presupone códigos. Pero lo cierto es que se habla, en la prensa y en la calle, del «género *best seller*». Esta discrepancia entre marcas textuales y percepciones de lectura le preocupa a Viñas. «Tenemos un problema y habrá que buscar alguna solución», escribe. La que se le ocurre es tan ingeniosa como abstracta: «El *best seller* sólo puede ser considerado un género literario si es visto como un fenómeno de genericidad puramente analógica. […] O sea –comenta el autor– que la teoría literaria acaba de hacer acto de presencia». Ah, la teoría. ¿Qué haríamos sin ella?

No es que Viñas, profesor de Teoría de la Literatura y autor de una *Historia de la crítica* (608 páginas) y una *Teoría literaria y literatura comparada* (488 páginas) capaces de mantener abierta la bóveda de un banco, no esté cualificado para hablar bien del tema. Una de las virtudes del libro, que puede pecar de machacón pero no de enigmático, es su accesibilidad: el dialecto metalúrgico-obscurantista de tanta crítica académica de hoy día rara vez hace «acto de presencia» en sus páginas. Viñas maneja además una bibliografía amplia y la remite con pertinencia a los textos. Lo malo es que la teoría de los «géneros analógicos» resulta casi incoherente al aplicarse a los *best sellers*. ¿Qué es, a todo esto, un género analógico? Un género que el lector establece «independientemente de todo lazo de motivación causal y de la transmisión histórica entre los diferentes textos». Por ejemplo, podrán leerse como cuentos moralizantes una parábola china del siglo XII, un *fabliau* de la Francia medieval y una leyenda de los indios mapuches, aunque no ha habido contacto histórico alguno entre las formas. Al relacionar los ejemplos anteriores se habrá elaborado un género desde el polo del lector. Se sigue que tal género no existe como, digamos, el "cuento de fantasmas"; es, antes bien, nominal; es lo que yo, lector, digo que el género es. Al nombrarlo hago una operación de abstracción: reduzco distintos textos a sus elementos comunes (la narrativa, la moraleja), dándoles prioridad por encima de otros. Hasta ahí, todo muy claro. Pero con el *best seller* las aguas se enturbian.

Para empezar, no son los textos mismos los que me llevan a percibir la analogía, sino el hecho económico de que vendan: mi impulso analógico está, como dicen los teóricos literarios, sobredeterminado (por "la evidencia de […] una misma suerte de mercado"). Este

problema es, en rigor, insoluble, pues

Autor: Stephenie Meyer
Autor-2: Stieg Larsson
Autor-3: Ildefonso Falcones
Autor-4: Dan Brown
Autor-5: David Viñas Piquer
Edicion: Alfaguara, Madrid
Edicion-2: Destino, Barcelona
Edicion-3: Grijalbo, Barcelona
Edicion-4: Planeta, Barcelona
Edicion-5: Ariel, Barcelona
Paginas: 744 pp. 17,95 €
Paginas-2: 856 pp. 22,50 €
Paginas-3: 958 pp. 24,90 €
Paginas-4: 618 pp. 21,90 €
Paginas-5: 606 pp. 24 €
Titulo: AMANECER
Titulo-2: LA REINA EN EL PALACIO DE LAS CORRIENTES DE AIRE
Titulo-3: LA MANO DE FÁTIMA
Titulo-4: EL SÍMBOLO PERDIDO
Titulo-5: EL ENIGMA BEST-SELLER. FENÓMENOS EXTRAÑOS EN EL CAMPO LITERARIO
Traduccion-2: Trad. de Martin Lexell y Juan José Ortega
Traduccion-4: Trad. de Claudia Conde, María José Díaz y Aleix Montoto