El éxito de las sagas en la era de Facebook

Los libros por entregas ganan peso en la literatura infantil y juvenil. Los nuevos lectores, que han crecido en las redes sociales y crean su comunidad en ellas, se convierten en 'segundos autores'.

POR JORGE MORLA
ILUSTRACIÓN DE MIGUEL ÁNGEL CAMPRUBÍ

1

DENTRO DEL CRECIENTE fenómeno de la literatura infantil y juvenil, una forma de entender la lectura se va imponiendo cada día más: las sagas. Basta echar un ojo en cualquier punto de venta, y a las letras que normalmente conforman los títulos de los libros se van sumando los números. *Tombquest 5: El reino final; Abracadabra 1: Los magos rebeldes; Máquinas mortales 3: Inventos infernales; Magus Chase 2: El martillo de Thor; El corredor del laberinto 3: La cura mortal.* También pasa en las lecturas pensadas para los más pequeños: *Diario de Greg 9: Carretera y manta; El Club de las Zapatillas Rojas 12: Un millón de likes.* Y sin olvidar nunca a los clásicos ya consolidados desde hace muchos años: *Harry Potter 4: El cáliz de fuego; Percy Jackson 5: El último héroe del Olimpo.*

2

"SU MAYOR VENTAJA es que puedes contar más sobre los personajes y que estos vivan un desarrollo y una evolución natural", cuenta Blue Jeans, alias detrás del que se esconde Francisco de Paula Fernández, uno de los mayores fenómenos españoles actuales en lo que a literatura destinada a adolescentes se refiere, con sagas como *Canciones de Paula* o *El club de los incomprendidos* a sus espaldas. "Puedes adentrarte más en lo que sienten o piensan y cambiarlo en una segunda parte o en una tercera. Puedes jugar con más elementos. Además, entre libro y libro te da tiempo a masticar la historia y a saber qué piensan los lectores de cada personaje", confiesa.

La retroalimentación de los lectores y los escritores que señala Blue Jeans es algo que ha cambiado en los últimos años de forma decisiva, sobre todo con un público especialmente activo en redes sociales e Internet. "El *feedback* es constante y forma parte del proceso de elaboración", explica el autor. "Hay opiniones de todo tipo y la última palabra la tengo yo. Pero leo todo lo que me comentan y lo tengo en cuenta", dice, y explica que entre él y sus lectores el contacto es cercano, de tú a tú. "Ellos y yo estamos en la misma línea y queremos lo mejor para la historia". Amores adolescentes, niños magos, distopías apocalípticas o misterios de instituto.

Todo ello troceado, o enriquecido, o expandido, con números y continuaciones. Ha llegado el reino de las segundas, terceras y cuartas partes. Ha llegado, para quedarse, el reino de las sagas.

3

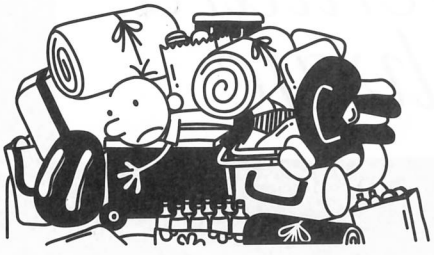
"LA GRAN MAYORÍA de editoriales destinadas a lectores juveniles y muchas de las especializadas en libro infantil tienen en su catálogo sagas literarias tanto de fondo como en las novedades programadas", dice Raquel Villar, coordinadora del departamento de *marketing* de literatura infantil y juvenil de la distribuidora de libros UDL. "La demanda es fuerte, por ello las librerías están apostando tanto por este tipo de libros y los grandes grupos editoriales destinan cada vez más cuota de novedad, presupuesto y trabajo a impulsarlos", explica Villar. "De hecho, algunas de las editoriales que trabajan el género con nosotros han experimentado un crecimiento importante justamente por ellos", asegura, antes de dar un dato a vuelapluma: Nocturna, por ejemplo, editora de la saga *El corredor del laberinto,* ha vendido ya más de 100.000 ejemplares en España solo del primer libro.

"Si, como ocurre en este caso, tienen la suerte de que una película de éxito avale la edición, las sagas tienen gran parte del trabajo inicial hecho", afirma Villar sobre una de las claves del *fenómeno saga:* la presencia en más medios que el literario. Películas, series de televisión y de dibujos, aparición constante en redes, webs y grandes campañas de promoción. Blue Jeans, Andrea Izquierdo, Iria G. Parente y Selene M. Pascual, por poner algunos ejemplos de representantes del fenómeno en España, aglutinan a cientos de fans en sus presentaciones y firmas de libros, además de ser activos en redes sociales y tener un contacto directo con los lectores. Y es que "gran parte del trabajo va dirigido a conseguir un espacio visible para las sagas", zanja Villar.

De arriba abajo: ilustraciones de David M. Buisán en *Máquinas mortales 3;* de Lehanan Aida en *El corredor del laberinto,* y de Olivia Lomeneda en *Animales fantásticos y dónde encontrarlos.* Derecha: dibujo de Jeff Kinney para *Diario de Greg.*

4

"SE INTENTA VESTIR como un fenómeno de ahora, pero lo cierto es que no es algo ni mucho menos re-



ciente", recuerda Francisco Morales Lomas, autor de *Sociología de la literatura infantil y juvenil.* "Se remonta a muchísimo tiempo atrás. Basta echar un ojo al siglo XVI, a lo que leía Cervantes: el *Palmerín de Oliva,* el *Amadís* y sus continuaciones... La idea de una saga como una historia que se va engendrando a través de otra, una urdimbre que va creciendo, es algo que funciona y que se repite".

Morales, catedrático de la Universidad de Málaga y presidente de la Asociación Andaluza de Escritores y Críticos Literarios, ve cosas positivas en la expansión de estas colecciones: "La mayor virtud que tiene el formato, sin duda, es la que se refiere a la posibilidad de crear lectores. La saga tiene un poder de enganche muy grande que contribuye a ensanchar el número de primeros lectores y lectores jóvenes", explica, no sin señalar los posibles peligros que el éxito tan grande que vive el formato puede acarrear: "Las editoriales no deben caer en la tentación de crear un mercado innecesario". "Hablamos de unos libros que han de ser continuamente renovados". La solución, para Morales, es tan vieja como el propio *Palmerín* o el *Amadís:* "Tener un respeto tremendo por el lector, que al final es el segundo escritor de la historia". Es decir, no considerar al lector, aunque sea joven o muy joven, tonto.

"El 'feedback' con los lectores hoy es constante y forma parte del proceso de elaboración", dice el escritor Blue Jeans

5

"EL ÉXITO DE las sagas consiste en una combinación entre la identificación del lector con los personajes y la construcción del mundo creado", opina Vicky Lozano, editora de Minotauro, sello que publica sagas juveniles como las *Historias de Terramar* de la recientemente fallecida (y llorada) Úrsula K. Le Guin, o la de *Ahriel,* de la exitosísima española Laura Gallego. Lozano da otra de las claves del fenómeno: al ser un producto seriado, su exposición temporal, tanto en las librerías como en la mente de los lectores, es mayor. "Siempre que esté bien medida, la periodicidad es parte de la clave del éxito de las sagas", explica. "Los espacios entre las publicaciones permiten a los lectores elucubrar sobre la siguiente entrega, generar expectativas. Y esto crea una conciencia de comunidad mayor: ser lector de una saga concreta durante la juventud es una seña de identidad en un momento en que estamos construyendo nuestra forma de ser y la pertenencia a un grupo es muy importante".

También imprime identidad al propio sello editorial, aclara Lozano cuando se le pregunta por la importancia de estos libros dentro de la empresa. "Las grandes sagas se han convertido en clásicos de la literatura universal a los que todas las generaciones vuelven. Unos tras otros, todos visitamos la Narnia de C. S. Lewis o la Tierra Media de J. R. R. Tolkien". Eso en cuanto a mundos. También, en cuanto a héroes: "Harry Potter o Katniss Everdeen han marcado a los nuevos lectores", apunta.

¿Cómo se cocina una saga? ¿Nace como tal, o se le propone al autor continuar una historia que da pie a ello? "Los dos escenarios son posibles y habituales", confiesa Lozano. "Cuando hay una demanda del público, y la trama inicial lo permite, es muy habitual darle una continuidad a las historias. En otras ocasiones, el relato simplemente crece". De lo que no hay duda es de que este fenómeno se ha refinado en los últimos tiempos. "Las sagas clásicas muchas veces se basaban en historias independientes, como *Torres de Malory* o *El club de los Cinco.* Este modelo se ha hecho más sofisticado en los últimos años, especialmente con *Harry Potter".* Se trata de un camino trazado: "Un planteamiento inicial de una aventura más o menos independiente en cada uno de los libros, pero en el que cada volumen sirve a un arco argumental que debe resolverse en varios tomos". Así son las sagas hoy. —EPS