



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**EL MERCADO EDITORIAL: EL CASO DE LAS
SAGAS JUVENILES**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN LENGUA Y
LITERATURAS HISPÁNICAS**

P R E S E N T A:

ANDREA PAOLA ROJAS AGUIÑAGA

**DIRECTOR DE TESIS:
DR. JOSÉ ROBERTO CRUZ ARZABAL**

Ciudad Universitaria, Ciudad de México 2020.





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

EN ORDEN DE APARICIÓN:

A mi mamá Leti, por tu amor, tu sacrificio, por tu ternura y comprensión. Gracias.

A mi tía Lila, por tu cariño, tus consejos, tu ayuda y el ejemplo de vida. Gracias.

A mi Padre, por las largas sobremesas, por el bosque, y tus palabras de aliento. Gracias.

A Dina, mi hermana, por ser mi mejor amiga, por creer en mí y por la UDA. Gracias.

A mis tíos, por su afecto, por las noches de películas y lecciones. Gracias.

A Álex, mi papá, por las anécdotas del Balsas y las carreras, por el Kayak, por tu presencia.

Gracias.

Sin ustedes no sería la persona que soy hoy en día.

Los amo con todo mi ser.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	IV
1. Literatura y medios	1
1.1 La literatura en época de masas	3
1.2 Modelos de negocios masivos en la industria editorial	9
1.3 El sistema editorial (<i>marketing</i> y promoción)	21
2. Narrativas transmediáticas y su influencia en medios y ventas	26
2.1 Prácticas de consumo literario	35
2.2 Marcos y modelos	42
3. Novelas formularias	52
3.1 Novelas formularia distópica (arquetipos y patrones)	55
3.2 Novela formularia (Definición y contexto)	59
3.3 Novelas como creadoras de espacio social (sagas y sociedad)	98
Conclusiones	108
Obras consultadas	117

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, las editoriales que publican libros de literatura juvenil han logrado millones de ejemplares vendidos y llegar a un amplio público lector (Stampler, párr. 1). En fechas recientes estas obras gozan de un puesto importante dentro del mercado editorial hispanoamericano y mundial; sin embargo, el medio académico estigmatiza estas producciones, quizá tomando el éxito económico como un criterio de la falta de valor.

Contrario a la tendencia de la academia, esta investigación se propone reflexionar sobre las razones de su éxito comercial en Hispanoamérica, al tiempo que buscará comprender las características narrativas que separan a la llamada “literatura comercial” de la “literatura culta”, específicamente el caso de las sagas literarias juveniles con temática distópica. A partir de lo anterior, se plantearon las siguientes hipótesis: a) Las prácticas mercantiles de la última década han influido en el argumento de las sagas distópicas juveniles y su reproducción; b) El marco de lectura de estas sagas está formado mediante las fórmulas argumentales y su relación con el mercado editorial.

Para estudiar las sagas distópicas, se tomará la caracterización de Carrie Hintz, quien las define como “obras pertenecientes a un subgénero de la ciencia ficción, las cuales plantean relatos de una hipotética sociedad futura o una sociedad paralela, en la que los personajes se encuentran sujetos a situaciones deshumanizantes, y el individualismo se degrada en términos absolutos en favor del pensamiento único y de una sociedad unitaria” (1).

En función de las hipótesis planteadas, se analizarán las relaciones entre prácticas del mercado editorial y las estructuras narrativas de las siguientes obras¹: *Cazadores de*

¹ Enlistadas por orden de publicación. Cabe señalar que la mayoría de las sagas distópicas juveniles mantienen el título original en las ediciones en español, en algunos casos solo se agrega un subtítulo, por

sombras (desde 2007 en marcha)² de Cassandra Clare, *Los juegos del hambre* (2008-2010) de Suzanne Collins, *Maze Runner* (2009-2011) de James Dashner, *Divergente* (2011-2013) de Veronica Roth y *La quinta ola* (2013-2016), por Rick Yancey³.

Estas fueron seleccionadas debido a que comparten características: forman parte de la categoría de sagas distópicas juveniles y emplean la misma fórmula argumental, denominada por Joseph Campbell como “el camino del héroe” (Campbell, 35). Este arco dramático consta de tres partes: separación-iniciación-retorno, y está distribuido de forma general a lo largo de tres libros, en los cuales se conoce el universo habitado por los personajes y las relaciones románticas establecidas por ellos.

A pesar de que las novelas analizadas resuelven el arco dramático principal a lo largo de tres libros, se mantiene el uso de la categoría de sagas sobre el término trilogía debido a que la mayoría de estas obras publican precuelas, secuelas, relatos de ciertos personajes o libros con material exclusivo acerca del universo de la obra, lo que completa el universo narrativo fuera de los tres libros principales. De igual forma, todas han firmado contratos para convertirse en películas o series, incluso algunas de ellas ya han tenido esa

ejemplo el primer libro de la saga de James Dashner en inglés es *Maze Runner*, mientras que en Hispanoamérica se conoce como: *Maze Runner, correr o morir*, sin embargo el resto de los volúmenes editados en español mantuvo el nombre original. Este hecho tiene que ver con cuestiones de derechos de autor y explotación, dado que las obras dan origen a diferentes producciones mediáticas y es conveniente que el nombre se mantenga constante entre los diferentes países.

² Se toma en cuenta dicha saga ya que si bien comienza como una obra de aventuras, los tomos posteriores establecen el arco propio de las obras distópicas.

³ Se utilizan las siguientes obras como corpus complementario: *Traición [Uglies]* (2005- 2011) de Scott Westerfeld *Juntos [Matched]* (2010-2012) de Ally Condie, *Legend* (2011-2013) de Marie Lu, *Partials, la conexión [Partials]* (2012-2014) de Dan Wells, *Trilogía insignia [Insignia Trilogy]* (2012-2014) de SJ Kincaid, *La Selección [The Selection Saga]* (2012-2016) de Kiera Cass, *Crónicas lunares [The Lunar Chronicles]* (2012-2016) de Marissa Meyer, y la *Trilogía Eve [Trilogy Eve]* (2012- 2014) de Anna Carey. Estas son mencionadas a lo largo de la investigación para enfatizar la repetición de ciertas estructuras narrativas y manejo de medios, aunque no serán analizadas a profundidad.

adaptación. Estas sagas han sido traducidas a numerosos idiomas⁴ y han recaudado al menos 20 millones de dólares en ventas a nivel mundial (Martínez, Párr. 12); por último, debido a que estas novelas son distribuidas por diferentes editoriales en español, gozan de una extensa base de fans en México y el resto de Hispanoamérica⁵.

Para el desarrollo de esta investigación, se propone partir de varios enfoques, no siempre estudiado en la carrera de Lengua y Literaturas Hispánicas, en concreto, los relacionados con mercadotecnia, tales como el *marketing*⁶ y el *merchandising*. También se usarán enfoques disciplinares como los de la Sociología, Historia, Crítica social y literaria para explicar el estado de la cuestión. Debido a la estrecha relación de las sagas literarias juveniles con el mercado, se decidió que sólo mediante el escrutinio de diversas áreas sería posible llegar a la comprensión de dicho fenómeno.

La investigación que se desarrollará seguirá la metodología del análisis de los libros clasificados como *best seller* en tanto un productos culturales y su posición en el mercado editorial global, así como sus repercusiones en Hispanoamérica. También se analizará el arco argumental y la relación de dichas obras con los lectores jóvenes. Se eligió estudiar esto debido a que como comenta Michael Bhaskar: “los libros son susceptibles de análisis en una escala industrial [...] no obstante también son fenómenos culturales exclusivos, cuyas limitaciones de distribución forman parte de sus valores propuestos: el simbólico y el

⁴ En 2009 la filial mexicana de editorial Océano adquirió los derechos de *Los juegos del hambre* que también fue traducida a 53 idiomas (Tahir, párr. 5). El mismo año, la editorial Planeta México compró *Cazadores de sombras* para publicar la traducción número 34 de la obra (Clare, párr. 1). *Divergente* fue comprada por la editorial española Molino en 2013, sumando 46 los idiomas a los cuales los libros han sido publicados (Glazer, párr.4). Por su parte *La quinta ola* fue publicada en 30 idiomas, entre ellos español, esto fue hecho en 2013 por la editorial RBA. Por último *Maze Runner* fue traducida a 30 idiomas, en 2014 fue publicado en México por V&R editoras el primer, mientras que el segundo y tercero lo fueron por la filial Argentina (Dashner, párr.2)

⁵ En el 2013, la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana atribuyó el 9.3 por ciento de las ventas totales de libros a los títulos de sagas juveniles (Martínez, párr. 11)

⁶ Se mantiene el anglicismo debido a que el término en español tiene varias traducciones: mercadotecnia o mercadología; a veces mercadeo, según el contexto. Otros autores también lo interpretan como estrategia comercial o como promoción y propaganda.

financiero” (18). Esta tesis revisa primero el entorno mercantil, para después profundizar en su impacto cultural.

El primer capítulo se enfoca en el análisis del campo editorial y los medios editoriales, expone el funcionamiento de los grupos editoriales americanos y su impacto en el mercado editorial en español. Se plantea el fenómeno de los libros denominados *best sellers* como un producto resultante de los nuevos modelos de mercado. Para ello se retoma el trabajo de Jordi Busquets (Doctor en Sociología, profesor de la Facultad de Comunicación en la universidad de Blanquerna) y Ana María Sánchez (Doctora por la Universidad Nacional de Buenos Aires), quienes cuestionan la existencia y diferencia entre la alta cultura y la cultura popular. De igual forma, se exploran las diferentes herramientas usadas por las editoriales para promover y vender un libro, a partir de la obra de Philip Kotler (economista, especialista en mercadeo) y de diversos tratados de mercadotecnia enfocados en analizar los modelos de mercados utilizados por las compañías editoriales, tales como nicho de mercado (venta centrada en un grupo específico) y el modelo *long tail* (distribución enfocada en la venta de un producto a largo plazo). La revisión de estas categorías es necesaria para entender el éxito de las sagas juveniles analizadas en esta tesis. Así como describir el papel del editor en la actualidad, su rol frente a nuevos consumidores y nuevas herramientas para vender y publicitar sus materiales.

Si bien se entiende que el mercado editorial no funciona igual en los países anglosajones que en los hispanoamericanos, cabe resaltar que en éstos existe también demanda por estos productos culturales, “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.” (Morla, párr.4). Las editoriales que compran los

derechos de estas sagas replican, hasta cierto punto, los modelos de ventas de otros países en un intento de replicar el éxito, ya que como establece Thomas Woll:

La industria editorial es un negocio global. Muchos de sus procesos, procedimientos y funciones empresariales, que van desde la adquisición editorial hasta la venta y el *marketing*, desde la producción y el almacenamiento hasta la venta satisfacción de la demanda, son procesos que a nivel global funcionan de manera similar. Con la tecnología y la electrónica, la velocidad a la que muchos estos procesos ocurren se ha acelerado. (XV)

En el segundo capítulo se estudia el libro materialmente, se indaga sobre la categoría de las narrativas transmediáticas, las nociones sobre los medios y cómo son aprovechados por el mercado para vender sagas literarias juveniles. Para ello, se usaron los estudios de Fernando Escalante, *A la sombra de los libros*; del crítico literario Gabriel Zaid, *Los demasiados libros* y del pionero de la cultura de convergencia Henry Jenkins la obra, *Convergence Culture*. Estos autores cuestionan la creación de los productos transmediáticos, y la forma en que estos son utilizados por el mercado. En este capítulo se plantean categorías editoriales tales como contexto, modelo, marco y contenido; se explica cómo estas dieron origen a la etiqueta “literatura juvenil”, así como sus siguientes categorizaciones: infantil, adolescente y jóvenes adultos.

Por último, en el tercer capítulo se investiga el contenido de algunas obras creadas para públicos masivos, en específico los libros de tipo formulario; se define en qué consiste una novela de este tipo así como sus orígenes. De igual manera se establece la diferencia entre fórmula y género y las razones por las que algunos géneros han permanecido en el gusto de los lectores. También se profundiza en el estudio de la composición de los arquetipos, estereotipos y clichés empleados en este tipo de obras y las diferencias entre las categorías. Por último, se investiga y define la noción de *fandoms* y su impacto en Hispanoamérica así como la importancia en el desarrollo y consumo de las sagas juveniles.

Se optó por tratar la fórmula de la distopía sobre otras debido a que es notable la vasta cantidad de publicaciones con la misma temática. Con el fin de establecer el corpus, se dejaron de lado otros libros juveniles que, aunque cumplen y sobrepasan los millones de copias vendidas, la adaptación filmográfica y el amplio *fandom*, no tienen una temática distópica, por ejemplo, *Bajo la misma estrella* [*The Fault in Our Stars*] (2012) de John Green, *Crepúsculo* [*Twilight*] (2005-2008) de Stephenie Meyer, *Harry Potter* (1997-2017) de J. K. Rowling. Obras como *Una arruga en el tiempo* [*A Wrinkle in Time*] (1962) de Madeleine L'Engle, *El juego de Ender* [*Ender's Game*] (1985) de Orson Scott Card o *El dador de recuerdos* [*The Giver*] (1993) de Lois Lowry, que cumplen los requisitos de pertenecer a la categoría de sagas distópicas juveniles, no fueron tomadas en cuenta debido al periodo en el que fueron escritas y a que en su momento no tuvieron el mismo impacto mediático que las enlistadas con anterioridad. De hecho, la reimpresión de estas es un signo de que la fama de obras recientes puede aumentar la lectura de obras previas semejantes.

Por otro lado, publicaciones que podrían entrar en los parámetros de sagas distópicas juveniles y en las demás categorías de selección, tales como *Percy Jackson y los dioses del olimpo* [*Percy Jackson & the Olympians*] (2005) y el resto de la saga *Las Crónicas del Campamento Mestizo* [*Camp Half-Blood Chronicles*] (2005-2009) de Rick Riordan, la Saga *Hush Hush* (2009-) de Becca Fitzpatrick, o la aclamada trilogía *Interworld* (2007) escrita por Neil Gaiman, en el momento del desarrollo de la tesis no habían sido traducidas al español, por lo cual fueron descartadas. Si bien existen grandes ejemplos de ficciones distópicas juveniles escritas en diferentes idiomas, todas las sagas analizadas fueron escritas de forma original en inglés y publicadas en Estados Unidos; la elección de esto tiene que ver con el manejo de medios de las obras y no necesariamente con su calidad; sólo las sagas de origen anglófono han logrado tales marcas, con las excepciones de la saga *Gem Trilogy* (2009) de

Kerstin Gier, de origen alemán, la saga española *La biblia de los caídos* (2010) de Fernando Trujillo o la trilogía *Memorias de Idhún* (2004) de Laura Gallego García, entre otras. Estas fueron descartadas debido a que se buscó la mayor homogeneidad posible entre el material de estudio; a pesar que existen muchas más sagas literarias que cumplen con los parámetros antes mencionados, es que es imposible mencionarlas todas. Por esto sólo se tomó una muestra de ellas; por otro lado, lo cierto es que lo investigado en esta tesis puede extrapolarse a sagas que cumplan los mismos lineamientos.

No se busca determinar la calidad del corpus, ni pretende dar un juicio de valor sobre las mismas; tampoco intenta tomar una postura a favor o en contra de las maniobras utilizadas por el mercado, ni cambiar o modificar los marcos y modelos utilizados para la creación de ciertos elementos; quizá sorprenda la selección de libros de habla inglesa, pero los jóvenes hispanoamericanos consumen estas obras al igual que diferentes jóvenes a lo largo del planeta.

CAPÍTULO 1

LITERATURA Y MEDIOS

Las sagas distópicas juveniles son libros pertenecientes a la categoría *best seller*, este término es un anglicismo utilizado para referirse a los libros que generan enormes ventas. No obstante la expresión engloba mayores connotaciones en el ámbito literario, comenzando con el desdén académico, pasando por la exaltación de los medios, hasta llegar al encandilamiento de los lectores. El término es causa de disputa en el ámbito literario ya que los libros descritos de esta forma enfrentan un escrutinio diferente al resto de las producciones culturales.

Es importante entender las ficciones literarias *best seller* como un fenómeno social complejo; esto significa que muchas instituciones e individuos producen, consumen, juzgan las obras y se cuestiona la inclusión de estos textos literarios en las representaciones de una época. Gisèle Sapiro establece en su obra *La sociología de la literatura* que:

La significación de una obra depende de dos factores que escapan del producto. En primer lugar, el sentido de una obra no solo reside en su construcción interna, como pretenden los hermeneutas, sino también en un espacio delimitado por el conjunto de las producciones simbólicas presentes y pasadas en el que se sitúa la obra en cuestión en el momento de su primera publicación o las subsiguientes (Sapiro, 13).

Por tanto se puede decir que la obra se define por su relación con otras producciones a partir del tema, la composición y los procedimientos de edición a la que se ve sometida. No se debe olvidar la diversidad de matices y posibilidades que presenta este mundo, ni lo diferente que es el terreno en el que maniobran los distintos editores y empresas editoriales. José Manuel Pinto, comenta lo siguiente sobre los matices y posibilidades que presenta el mundo editorial: “Poco tiene que ver un editor de libros de textos, de uno de teatro, del de *best sellers*, el jurídico y el médico, por citar sólo algunas de las tipologías editoras” (Pinto,

111). Este capítulo se enfoca en específico en las editoriales que aspiran a crear libros de superventa, y en sus estrategias de mercadeo y producción.

Cuando se habla de un libro *best seller* suele pensarse que dicha obra está escrita sobre un tema que capta con facilidad la atención del lector, con estilo y vocabulario sencillos y que busca fundamentalmente convertirse sólo en un gran éxito de ventas. Noah Gordon comenta: “Esta última versión es la que utiliza con más frecuencia la gente que menosprecia la ficción popular por considerarla un producto de mala calidad, hecho a toda prisa para ganar dinero. Por supuesto, algunos *best seller* se crean de esta manera. Otros no” (Viñas, 12).

Mucho se ha debatido acerca de si las obras de este tipo nacían o se hacían, si bien no se puede dirigir un libro como un misil, no por eso las editoriales dejan de intentarlo. A veces el material diseñado para ser un *best seller* no logra ninguna venta, mientras que otro libro creado fuera de una planificación comercial logra batir records en tirajes. Se puede decir que una obra literaria que no resuene con sus lectores, por muchas campañas publicitarias que realice su editorial, no logrará millones de ventas. Aunque lo contrario también es cierto: sin sutiles estrategias comerciales no hay *best seller* posible, por muy seductora que sea una obra (Viñas, 17). El *marketing* creado por las editoriales es consecuencia del éxito, no su causa, las superventas es uno de los grandes enigmas del mundo literario.

En este capítulo se explica el origen de dichas compañías, la forma en que crean modelos de negocio y el sistema mediante el cual distribuyen el material tanto nivel mundial como en el mercado hispanoamericano. Estas precisiones son necesarias debido a que, ya como se planteó, las editoriales encargadas de la creación de tales materiales tienen prioridades diferentes a las de otras compañías en el mismo negocio.

1.1 LITERATURA EN ÉPOCA DE MASAS

En la actualidad, según el informe que ha presentado la *Federación del Gremio de Editores de España*, casi el 80 % de los niños entre 10 y 14 años son lectores en su tiempo libre. Mientras que las conclusiones del *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2017*⁷, en un informe que fue presentado en la Biblioteca Nacional de España, se aprecia que los jóvenes (hasta 25 años) son más lectores que los adultos (Plaza, párr. 1). En México, según resultados de INEGI, la lectura ha decrecido de 84.2 % en febrero de 2015 a 76.4% en el 2018 (Nrv, párr. 1), una reciente encuesta llevada a cabo por Banamex e IBBY, *México/A Leer a muchachos de entre 12 y 29 años*, revela que el 61% de los jóvenes asegura leer, siendo este el mayor sector lector (Maristain, párr. 6). Estos datos muestran que los lectores menores de treinta años forman un mercado que se debe de tomar en cuenta; en comparación con años anteriores, hoy en día hay más gente que sabe leer y que lee⁸. No es casualidad que las editoriales se enfoquen en atraer la atención de este grupo mediante de diferentes estrategias y productos en espera de generar un éxito de ventas.

Al relacionar el universo creciente de lectores y consumidores de libros con los géneros literarios más adquiridos, es pertinente preguntar por el caso de las sagas juveniles. Las preguntas formuladas no pueden evitar moverse hacia un lado o el otro, sin dejar de incluir tanto el mercado editorial como la escritura literaria. ¿Por qué este tipo de novelas crean superventas y otras no?, ¿qué tienen estas obras que sobresalen de entre otras semejantes? Aunque ambos elementos, mercado editorial y forma literaria, se hallan entrelazados, se comenzará por el primero.

⁷ Desde el año 2000 la Federación de Gremios de Editores de España realiza el seguimiento de las prácticas de lectura en 5,000 hogares a lo largo de la península ibérica.

⁸ En México, en cuarenta y cinco años el porcentaje de personas analfabetas de 15 y más años bajó de 25.8 en 1970 a 5.5% en 2015, dicho número continua decreciendo año con año (INEGI. Encuesta Intercensal 2015).

Es preciso recordar que el libro no es como cualquier otro producto que se encuentra en los escaparates, es un producto cultural que sirve para comunicar un mensaje, que también puede ser comercializado. “En un sentido estricto, la comunicación no es un hecho o una sustancia sino un estado, resultante del ejercicio de la facultad, privativa del hombre, de establecer con sus congéneres relaciones, dialógicas recíprocamente enriquecedoras y modificadoras de la personalidad” (Muñoz, 41). La obra puede verse como una creación realizada por la esfera económica con contenidos simbólicos y destinados a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social (García, 26). Para Gisèle Sapiro:

Estos procesos de recepción no son ajenos a la historia de la producción literaria. En primer lugar, la recepción de una obra incide no solo en su significación social, sino también en su posición en la jerarquía de los bienes simbólicos, ya sea tanto por su recepción crítica como por su difusión en librerías, ubicación en las mesas de librerías, listas de los libros más vendidos, etc. (14).

La literatura, como todo acto de comunicación, implica tres elementos: el emisor, el receptor y el sentido. Si estas categorías se adaptasen a la relación de compra/venta, el emisor sería la editorial, mientras que el mensaje enviado la obra y los lectores tendrían el papel de receptor. En el pasado la separación entre estas funciones era clara y definida pero las reglas editoriales han cambiado⁹.

Como ya se ha establecido, en la actualidad el éxito y estimación se puede cuantificar según el número de ventas de una obra. En el pasado, a causa de una serie de factores (riqueza, educación, accesibilidad al material), sólo una privilegiada minoría de la población sabía leer y podía adquirir libros; de igual forma la producción de los mismos era

⁹ No se puede olvidar, aunque sea una posición contraria, que para ciertos editores, como Epstein, el negocio editorial era y debe ser: “Una industria artesanal, descentralizada, improvisada y personal; la realizan mejor grupos pequeños de gente con ideas afines, consagrada a su arte, celosa de su autonomía, sensible a las necesidades de los escritores y a los intereses diversos de los lectores. Si su objetivo primordial fuera el dinero, estas personas habrían elegido otras profesiones”. (Domingo 2016, Párr. 7)

escasa debido a condiciones materiales. Esto provocaba que la industria del libro tuviese una presencia menor a la que posee hoy en el mercado, lo cual creó un esquema que se utilizó para distribuir, publicar e incluso marcó la forma de escribir una obra. En la actualidad, mayor número de personas sabe leer y pueden adquirir obras en diferentes formatos (físico o electrónico) a un precio accesible o de forma gratuita, mientras que la maquinaria ha avanzado tanto que se pueden generar grandes tirajes en una primera edición. Es la condición de la literatura en la época de la masificación.

Umberto Eco declara que el desprecio a la cultura de masas y a la masificación de un producto cultural posee una raíz aristocrática “un desprecio que sólo se dirige a la cultura de masas, pero que en realidad apunta a toda la masa”(41), por ello es preciso acotar al término *masa* y justificar el uso del mismo, ya que cuando se escucha la categoría “cultura de masas” es inevitable asociarla a productos literarios banales y de mala calidad diseñados para satisfacer al vulgo con bajo criterio estético e intelectual. Esta posición, por ejemplo, puede confirmarse en la opinión del editor Giulio Einaudi¹⁰:

El verdadero editor no es el que sale al encuentro del gusto del público (que puede ser por cierto el peor gusto) y que se alinea a la moda para producir lo que más se vende (así sea chatarra), sino el que introduce en la cultura las nuevas tendencias de la investigación en todos los campos: literario, artístico, científico, histórico o social, y trabaja para que emerjan los intereses profundos, aunque vaya a contracorriente. En vez de suscitar el interés epidérmico, de secundar las expresiones más superficiales y efímeras del gusto, favorece la formación duradera (Domingo, Párr. 8)

Para profundizar el problema de la separación entre consumidores y productores, es necesario recordar que los condicionamientos que pesan sobre un producto cultural, como lo es libro, son de dos tipos: ideológicos y económicos. Según Umberto Eco:

¹⁰ Fundador de la casa editorial *Giulio Einaudi Editore*, una de las casas editoriales europeas de mayor prestigio intelectual (Domingo, Párr. 3.)

Pensemos en lo que se entiende hoy por "industria editorial". La fabricación de libros se ha convertido en un hecho industrial, sometido a todas las reglas de producción y de consumo. De ahí derivan una serie de fenómenos negativos, como la producción por encargo, el consumo provocado artificialmente, el mercado sostenido con creación publicitaria de valores ficticios. Pero la industria editorial se distingue de la de dentífricos en lo siguiente: se insertan en ella hombres de cultura, para los que la finalidad primera (en los casos mejores) no es la producción de un libro para la venta, sino la producción de valores para la difusión de los cuales es el libro el instrumento más idóneo. Esto significa que, según una distribución porcentual que no sabría precisar, junto a "productores de objetos de consumo cultural", operan "productores de cultura" que aceptan el sistema de la industria del libro para fines que la desbordan. Por pesimista que sea, la aparición de ediciones críticas o de colecciones populares son muestra de una victoria de la comunidad cultural sobre el instrumento industrial con el que felizmente se halla comprometida. (59)

La lucha entre el contexto económico y el ideológico puede alcanzar un punto de balance cuando el producto cultural, en este caso el libro, pasa por el escrutinio de la crítica, ya que esto mejora la recepción en la obra y abre la discusión. En palabras de Umberto Eco: "En este sentido la crítica cultural crea el mercado y ofrece a los productores orientaciones capaces de asumir aspecto coactivo." (60).

Cabe recordar que la cultura de masas no se produce sólo entre una institución emisora y un receptor aislado. El mercado considera quién es su público para realizar diferentes contenidos adaptados a su contexto social, el nivel cultural y sensibilidad, todo esto inscrito en el contexto de un mercado globalizado.

La saturación del mercado editorial hispanoamericano con obras producidas por países angloparlantes responde en gran medida a un proceso de homogenización cultural global. En este contexto ciertos territorios se convierten en los productores y otros en los receptores. Países con mayores estructuras comerciales dictan y exportan sus contenidos. Gracias a un aparato mercantil con mayores recursos económicos logran entrar a mercados con mayor facilidad que una editorial hispanoamericana. Aunque en la actualidad cada país

latinoamericano tenga una industria editorial local, está poco relacionada con los otros mercados del continente y la península ibérica debido a la mala o nula red de distribución entre los países. El especialista español Manuel Gil explica que “a pesar de una cierta proximidad geográfica entre países, no existen redes de comercialización intra América, lo que significa que es más difícil conseguir un libro de Colombia en Argentina que de España” (Millán, párr. 26).

Esta desconexión entre territorios hispanoamericanos ha permitido la entrada de grandes editoriales estadounidenses transnacionales que han saturado el mercado editorial con sus propios marcos y modelos, los cuales han sido aceptados por el público hispanoamericano. Esto ha dado pie a la repetición de dichas estructuras por parte de las compañías hispanas en espera de emular el éxito de sus contrapartes angloparlantes, fenómeno denominado por Gisèle Sapiro como: “la lógica del mercado” (56) y que se refiere a la liberación de la circulación de lo impreso así como la industrialización de su producción que provocan una creciente dependencia hacia la demanda del público.

Un ejemplo de dicho proceso se puede ver con las sagas juveniles. Las historias de estas obras se desarrollan a lo largo de diferentes volúmenes sucesivos, y mantienen en cada uno de los libros que la conforman una unidad argumental con continuidad. Las obras crean un argumento central que da origen a un universo literario. En estas publicaciones los personajes principales son adolescentes y parte de los problemas a enfrentar y resolver son temáticas asociadas a la transición de la niñez a la adultez.

Parte del éxito global de las sagas juveniles recae en que los tópicos y temas utilizados son problemas que en apariencia cualquier adolescente experimenta. Si bien las historias suceden en contextos culturales estadounidenses, jóvenes de otras localidades son capaces de empatizar debido a que parte de los conflictos en la trama es enfrentarse a

situaciones comunes en el contexto globalizado, como la primera relación romántica, peleas con los padres, una búsqueda de identidad propia, etc. En lugar de simbolizar una emoción, o de representarla, las obras la provocan y le entregan de una forma pre-confeccionada. Típico en este sentido es el papel de la imagen respecto al concepto

Los destinatarios de los productos masivos, como las sagas juveniles, no son observadores pasivos, contrario a lo que se cree. Jordi Busquet sostiene que “todo acto de consumo cultural implica un cierto grado de participación activa por parte del receptor, hecho que se acentúa, con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que presentan un carácter interactivo” (154). En este contexto el libro es un producto creado y distribuido de forma masiva pensando en ciertos nichos de mercado. Esto hace referencia a una porción de los compradores que poseen características y necesidades en apariencia homogéneas, éstas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado (Kotler, 580). El libro como producto no sólo forma identidades también instaaura espacios de consumo especializados o enfocados en un sector de compradores en específico.

Al respecto, Fernando Escalante afirma:

Duele hablar de literatura en época de masas ¿Por qué? porque al hacerlo se habla de literatura en términos de negocios, y se pone en riesgo, mejor dicho se pierde irremediamente el aura sagrada que rodea al arte y lo separa del mundo. Convierte a las novelas publicadas bajo este esquema en meros productos formados para satisfacer una necesidad pseudo-intelectual de personas. (39)

Esta creencia contribuye a fundar una teoría que se basa en la jerarquía entre dos públicos: el primero, de personas cultivadas, capaz de poner en práctica mecanismos de distanciamiento; mientras que el segundo, que no deja de crecer con la condición expansiva y serial de lo impreso, se forma de “sujetos vulnerables”¹¹ en quienes los “malos libros”

¹¹ Nominación dada por los miembros del primer grupo.

tendrán el poder de desviarlos de la “alta cultura” y los llevará a transgredir el orden establecido. Según este postulado, los jóvenes pertenecen a la categoría de “sujetos vulnerables” quienes por su inexperiencia son susceptibles a no reconocer un “mal libro” cuando éste se les presente.

Un ejemplo de los “malos libros” son las obras formularias tomadas de la cultura popular. Las grandes editoriales reconocen que no existen muchos lectores habituales y apelan al lector ocasional, quien de forma probable comprará un libro que encuentre familiar, que tenga reseñas favorables o bien por su ubicación en un punto de venta, o por la apariencia del mismo.

1.2 MODELO DE NEGOCIOS MASIVOS EN LA INDUSTRIA EDITORIAL

Como ya se ha mencionado existe una conexión entre la literatura y el mercado, en la actualidad las compañías transnacionales utilizan una serie de recursos mercantiles que les permite mantener sus operaciones viables. Parra establece que “hasta hace unas décadas, el mercado editorial en idioma español se caracterizaba por un amplio número de individuos, cada uno con sus características propias, que incluían empresas no sólo de la península ibérica sino también argentinas y mexicanas” (Parra, párr. 3).

Hoy la economía de la literatura en español es dominada por tres grandes editoriales, en primer lugar se encuentra Grupo Planeta, que es la sexta editorial más grande del mundo y propietaria de la editorial Seix Barral, Espasa Calpe y el 50% de las acciones del Círculo de lectores (Parra, párr. 4). El segundo puesto lo ostenta Penguin Random House Grupo Editorial (división en lengua española del conglomerado editorial internacional Penguin Random House), perteneciente a la multinacional Bertelsmann la cual adquirió a la Editorial Alfaguara, antes propiedad de Santillana, a la editorial Grijalbo,

el sello Vintage Español, socio mayoritario de Editorial Lumen, Taurus, Aguilar y la editorial Nube de tinta (sello especializado en literatura para jóvenes adultos).

En tercer lugar se encuentra la Editorial Santillana, editorial educativa, la cual forma parte del grupo español Prisa, propietaria de diferentes canales de radio, televisión y prensa. Otras editoriales de *best sellers* dignas de mención son V&R Editoras, que es responsable de la traducción al español de un gran número de libros de literatura juvenil (Parra, párr. 19).¹² Y el Grupo Océano, grupo empresarial español dedicado a la edición y distribución de obras educativas para estudiantes (desde preescolar hasta la universidad), para el público infantil y juvenil, dicha editorial es dueño del sello Salamandra, que a su vez es propietario de los derechos de la saga de Harry Potter.

David Cole profundiza sobre este tipo de organizaciones al explicar que “En la última década, las editoriales sufrieron una creciente presión, impuesta por la exigencia de especialización, que las obligó a orientarse a segmentos particulares de la población en lugar de hacerlo hacia el público en general” (27). El requerimiento de especificación surge debido a la necesidad de vender activos.

Estas corporaciones subsisten a partir de la venta de sus artículos, en este caso libros. Las compañías pequeñas y medianas, casi por definición son editoriales dedicadas a uno o dos nichos particulares. De no optar por esta especialización se perderían entre la multitud de compañías. Pretender llegar a todo el mercado de manera indiferenciada convierte a la editorial en “generalista”, con pocas opciones de crecimiento rentable.

¹² Aunque las empresas mencionadas con anterioridad cubren la mayor parte del mercado de libros en español, existen otras como el Fondo de Cultura Económica, Editorial Anaya, Editorial La oveja negra (de Colombia), Siglo XXI Editores de México, Editorial Dunken (Argentina), Ediciones Siruela, Anagrama, etc. Las cuales poseen un lugar importante en el mercado editorial hispanoamericano. No obstante estas no se utilizaron en la investigación debido a que el enfoque de sus publicaciones no gira en torno de la creación de libros tipo *best seller*.

En el caso de Random House, “la cual surgió a partir de la idea editorial de publicar títulos tanto de ficción como de no ficción, abarcando aquellos tópicos en los que Bennet Cerf y Donald Klopfer, cofundadores de la empresa estaban interesados” (Cole, 28). Random House posee sellos editoriales (como Plaza Janés, Grijalbo, Debate, etc.) las cuales de forma individual se centran en un nicho de mercado para cubrir la demanda específica. Al elegir un nicho, la editorial se especializa en un género y temática, y se convierte en un puente entre los lectores y los autores.

La especialización en nicho de mercados muestra la forma que el libro y el mercado han tenido que acoplarse para lograr su objetivo final, que es llegar al lector. Se puede decir entonces que el puente entre ambos mundos son las editoriales. Editar es un negocio en extremo difícil, a menos que logren tener un *best seller* o un *long seller*¹³. Thomas Woll explica que durante la década de los setenta sucedió un gran avance en el mundo de la edición:

Es el momento cuando la «noble profesión» comenzó a advertir que su supervivencia dependía de una mayor atención a las matemáticas y al negocio editorial. Si el objetivo de las editoriales era obtener ganancias y seguir llevando adelante e incluso expandiendo, su misión de difundir ideas y promover el hábito de la lectura, el único modo de hacerlo era vendiendo libros rentables y permaneciendo en el negocio, aquí el negocio editorial se encontró con la *realpolitik*¹⁴, con este nuevo enfoque las editoriales, deben replantear su estructura y producir productos específicos para sus clientes, en los que la figura del lector quedará relegada a segundo plano. (23)

Las editoriales creadas después de los setenta se especializaron y desarrollaron un concepto que se mencionó con anterioridad: el nicho editorial. Los editores se centran en

¹³ Existen diferentes categorías para denominar a las publicaciones que logran super ventas, por ejemplo: *fast seller* “Es una obra *best seller* y se mantendrá allí por un tiempo relativamente breve, y durante el cual se logra un impresionante resultado de ventas”; *steady seller* “el que ha dejado ya de estar entre los más vendidos pero sigue vendiéndose regularmente y llega a adquirir una cierta estabilidad en el éxito de ventas”; *long seller* son “libros que no aparecen en las listas de los superventas pero pueden ser considerados en gran medida *best seller* de larga duración. En este último caso, el éxito de ventas es ya secundario o puramente anecdótico porque las obras en cuestión han adquirido un estatuto especial y se sitúa en otra dimensión” (Viñas 10-11).

¹⁴ Modelo de negocio basado en intereses prácticos y acciones concretas (Woll 23).

conocer a su público meta y buscan suministrar lo que Philip Kotler llama el producto ideal. Éste hace referencia a un elemento que es capaz de generar diferentes emociones y experiencias en las personas que lo adquieran. Al ser imposible satisfacer a todos los consumidores con un objeto, la publicidad se encarga de crear o tomar un concepto existente y venderlo sólo a un sector de consumidores.

En el caso de las sagas juveniles distópicas, las compañías toman el deseo de los lectores de una obra que brinde relajación y escape; luego buscan satisfacer esa demanda saturando el mercado con obras que cumplan esas características. Debido a la eficaz distribución y publicidad de esas obras los lectores consumen esos textos y solicitan más libros con las mismas características. Repitiendo el ciclo hasta que el lector rechace o solicite un nuevo tipo de material.

Los consorcios buscan que el artículo sea atractivo para el público al que está destinado y posea un precio accesible para lograr colocar el producto (obra) en el mercado y que éste sea reconocido.

Es primordial recalcar que en este nuevo modelo de negocio se busca una continuidad, las obras se publican según la moda del momento con la espera de lograr un interés en las personas que conforman su nicho de mercado, un ejemplo de esto son las sagas juveniles.

En 1998 Scholastic¹⁵ publicó *Harry Potter y la piedra filosofal* (Grady, párr.1) el primer libro de una de las sagas literarias más populares de los últimos veinte años. Dicha obra modificó la forma en la que se venden y publicitan los libros infantiles.

¹⁵ Editorial estadounidense creada en 1920, la que posee el primer lugar en ventas de libros para niños y jóvenes en el mundo.

Estos libros hicieron posible que libros extensos fueran publicitados para niños, antes de Harry Potter se creía que los niños no poseían la atención suficiente para leer textos largos. El pensamiento era que de todas formas los jóvenes no compraban sus propios libros, eran sus padres quienes pagaban por todo, por lo que no estarían dispuestos a pagar un dólar extra o dos por un libro más largo, lo que implica un extra en impresión y encuadernación. Pero después que Harry Potter se convirtiera en una fuerza cultural imparable fue claro que los fans continuarían comprado los libros sin importar las razones. (Grady, párr. 19)¹⁶

Mientras que en el 2005 el mundo editorial se sacudió bajo un nuevo fenómeno que generó millones de ventas: la saga *Crepúsculo*, que impulsó una nueva oleada de novelas románticas con la figura del vampiro como protagonista¹⁷; al menos doce nuevas sagas fueron creadas¹⁸, mientras que otros editores vieron la oportunidad de reimprimir clásicos o redistribuir novelas almacenadas que en otro momento no hubieran tenido el mismo éxito. Para entender el modelo de negocio centrado en el mercado masivo editorial es pertinente retomar el esquema creado por Thomas Woll que explica los pasos involucrados en la publicación de un libro:

¹⁶ The books made it possible to publish long works aimed at children. Prior to Harry Potter, the accepted wisdom was that kids didn't have the attention span to read long books. And anyway, the thinking went; kids weren't buying their own books. Their parents were paying for everything, and they would never be willing to pay an extra dollar or two for a longer book, with its extra printing and binding. But after Harry Potter became an unstoppable cultural force, and it was clear that fan would keep buying the books no matter what.

¹⁷ Tómese en cuenta el antecedente de Anne Rice, quien en 1976 publicó el primer volumen de la serie *Crónicas Vampíricas* (*The Vampire Chronicles*). Con la que reintrodujo el mito del vampiro como una figura melancólica, erótica e intelectual, al mercado editorial de su época. A diferencia de *Crepúsculo* sus obras no estaban dirigidas específicamente a adolescentes.

¹⁸ *Los misterios de los vampiros del sur* escrita por Charlaine Harris (2001) (si bien la saga inició antes, despuntó gracias a la "ola de novelas de vampiro"), *Academia de vampiros* de Richelle Mead (2007); *Medianoche* de Claudia Gray (2008), *Diarios de vampiros* (reimpresión) de Lisa Jane (2008); *Latido* (reimpresión) de Amanda Hocking (2010); *Cassandra Palmer* de Karen Chance (2008); *La Trilogía de la Oscuridad* coescrita por Guillermo del Toro y Chuck Hogan. (2009); *Mr. Darcy Vampiro* de Amanda Grande (2009); *Deep in your veins* (mismo título en español) de Suzanne Wright (2013).

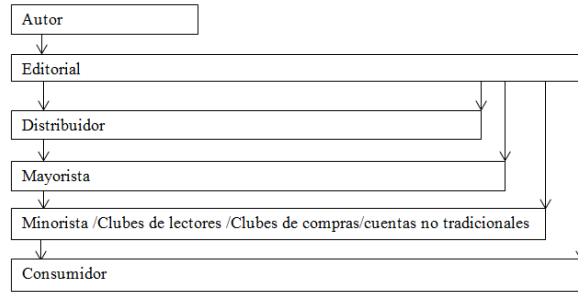


Fig. 1. Esquema de publicación (Woll 7)

Thomas Woll coloca de forma obvia al autor de la obra como primer paso en el esquema de publicación. Sin embargo, simplifica el camino entre el autor y la editorial ya que éste no suele ser un proceso lineal. Si bien es cierto que el autor puede realizar un trato directo con la editorial, en la actualidad el manuscrito puede llegar a una compañía mediante diferentes formas, por ejemplo mediante una agencia, es decir cuando el autor ya posee un agente representante, debido a un proceso de selección en un certamen, por autopublicación o debido a la interferencia de un *scout*¹⁹. De igual forma Woll no incluye los diferentes procesos que existen entre el editorial y el distribuidor. Una vez que el manuscrito llega a la empresa, éste es sometido a una valoración para saber si un libro tiene potencial como producto y si será rentable.

Cuando se ha determinado que es una opción comercial viable, la obra consta de cuatro etapas de servicios editoriales: redacción (esto incluye la revisión y/o traducción, la maquetación²⁰ y la coordinación de contenido); diseño (boceto de cubiertas e interiores, materiales y acabados, gestión de imágenes y diseño de arte); realización técnica (revisión del material, edición digital) y producción (compra y gestión de insumos, coordinación y

¹⁹ En el mundo editorial el término *scout* se refiere a un especialista quien tiene como labor el detectar cuanto antes un libro, una tendencia o un autor. En ocasiones parte del trabajo del *scout* consiste en adquirir el manuscrito antes que este llegue al sello editorial de la competencia (Altares, párr.3) El *scout* es diferente de un agente literario debido a que el primero no representa a ningún autor.

²⁰ La maqueta es el proceso mediante el cual se da forma al borrador del libro (tamaño, tipografía, márgenes, interlineados, etc.) para ajustarlo al tamaño final elegido que se enviará a la imprenta.

logística y control de calidad). Una vez que la obra está terminada, y antes de terminar producción, el área de *marketing* y comunicación, se encarga de posicionar el libro en el mercado mediante campañas de publicidad y promoción.

Tras finalizar esta etapa el texto es entregado a los distribuidores quienes se encargaran de gestionar espacios para lugares de promoción, de controlar la exposición de los libros y los eventos de venta. En este punto las editoriales utilizan dos modelos de negocios denominados en el campo de la mercadotecnia como *mercado de masas* y *nicho de mercado*. El primero se enfoca en el alto rendimiento de pocos productos, mientras que el segundo se basa en la acumulación de las pequeñas ventas de muchos productos, que pueden igualar o superar al primero (Kotler, 459).

Si bien por mucho tiempo el único ejemplo de amplia distribución, era el paradigma de masas, en la actualidad prepondera el modelo de nicho de mercados. Esto no quiere decir que ambos no interactúen: “el mercado de masas, al igual que el nicho de mercado, necesitan definir su mercado meta y no intentar servir a todos. Pueden escoger un grupo meta de acuerdo con criterios de tamaño, tipo de consumidor, necesidad de servicio u otro criterio” (Kotler, 459).

Para que ambos modelos sean exitosos deben partir de un producto que sea vendido de forma inmediata, antes de que pierda relevancia y tenga que ser almacenado. Por ello ambos modelos necesitan encontrar el *público meta*, porque a partir de identificar a los clientes más lucrativos se pueden “diseñar ofertas poderosas y desarrollar mejores relaciones con éstos” (Kotler, 459). En el caso de las sagas juveniles las diferentes editoriales que las manejan utilizan tanto recursos físicos como herramientas digitales para ampliar la distribución de la obra y llegar a la audiencia esperada.

Las editoriales deben saber cuántos libros y cuáles deben ser publicados en cada período. En el modelo convencional, el editor debe completar el ciclo de edición-producción-venta-entrega, con suficiente antelación a la fecha de promoción para el mayorista/minorista.

Este proceso, como señala Woll, debe comenzar al menos tres años antes: los primeros 12 meses se debe planificar el catálogo, los 12 siguientes se realiza la adquisición de las obras, procurando su entrega editorial en tiempo y forma. Los 12 meses finales son para la edición del libro, la preventa de los derechos subsidiarios, la venta del mercado final, la producción, almacenamiento y la entrega del libro terminado (15). En Hispanoamérica la división en lengua española de Penguin Random House maneja un esquema similar en su proceso editorial (Random House/departamentos párr.1).

En un esquema así, el editor confía en el contenido de la obra y en las ganancias que éste producirá; el editor tratará de liberar el libro en óptimas condiciones. David Cole menciona: “al editor le conviene interiorizar el tema, conocer a los mejores escritores de ese tema y cultivar al público que se apunta” (29). Más allá de las consideraciones editoriales, para las cuales el editor debe conocer los temas (obras) que publica, debe considerar las campañas de *marketing*, ya que debido a su costo no suelen especializarse sólo en un libro, se realizan respecto de toda una línea.

El papel del editor es seleccionar las obras y elaborar un catálogo coherente, el cual sirve para introducir no sólo la obra listas que desee promocionar sino a toda la compañía. El esquema de nicho de mercado no sólo impacta en el inventario de las editoriales, también influye en el modo de distribución y venta. El editor no desea sólo promover el libro en el cual ha trabajado, requiere promover a toda la editorial.

“Las editoriales que se han establecido en un nicho pueden utilizar su posición para desarrollar relaciones con su público, para quienes la editorial puede convertirse en la primera referencia a la que recurran en busca de nuevos títulos” (Cole, 30). Por ejemplo en el caso de las sagas literarias juveniles en Hispanoamérica, la compañía de V&R editoras ha acumulado los derechos de publicación de la mayoría de las obras distópicas juveniles, lo cual la ha convertido en el referente para encontrar dichos libros en español, cualidad que la editorial utiliza en su publicidad.

Cuando las editoriales logran un éxito, como el de las sagas distópicas juveniles, tratan de maximizar la popularidad de este tipo de producciones al vender los derechos de las obras para la realización de series o películas. Este trato beneficia en lo económico tanto a la industria filmica como a la editorial, ya que: “Hoy en día es en extremo difícil vender un guión original, sobre todo si no es basado en un material popular o reconocible con facilidad. Las adaptaciones ofrecen a los ejecutivos la seguridad de una audiencia pre-construida” (Liptak, párr. 8).²¹

De igual forma, una adaptación cinematográfica o televisiva expande las ventas de la obra, genera publicidad para el autor y para la editorial. Por ello, las compañías diseñan la estrategia comercial y publicitaria enfocada en generar un *best seller* olvidando lo difícil y raro que es encontrar un éxito.

A pesar de su importancia, el modelo de negocio de nicho de mercado, no sólo piensa en *best seller* sino que ofrece una mayor variedad de productos, dirigida a grupos de mercado diversos (en este caso se hace hincapié en jóvenes entre 12 a 20 años, población

²¹ “It’s extremely difficult to sell a blockbuster original script today if isn’t based on some popular or recognizable material... Audiences know the story, so they’re sort of pre-sold on it. Adaptations can offer decision-makers the security of a presumed built-in audience.”

ideal ²² de las sagas literarias juveniles), ya que en el caso que estos libros no se conviertan en un éxito, las demandas de estos materiales serán estables para generar una ganancia a las editoriales. El periodista Chris Anderson en su libro *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More* llama a ese fenómeno: *The Long Tail*.

Este tipo de ventas son la base de las compañías editoriales que realizan sus ventas a través internet, gracias al sistema de sugerencia (generadas por un algoritmo) es posible promover de forma particular obras similares al mismo nicho de mercado. Puesto que si el lector no conoce muchas obras y la que ya leyó le gustó, de forma probable le interese leer algo similar²³. Plataformas como Kindle Unlimited / Tienda²⁴, utilizan un esquema de recomendaciones, para ayudar al lector ocasional.

El sistema se personaliza con cada lector a partir de diferentes procesos (Sánchez, Párr. 9); éstos son clave en el modelo de negocio *long tail*. La efectividad de los algoritmos para mostrar títulos que cautiven a los suscriptores, basados en sus gustos o historiales de búsqueda, se traducen en mayores ventas.

Bruce Grey Tedesco, experto en *marketing*, propone que “estos algoritmos también llamados: redes neuronales aprenden, asimilan las causas y efectos de relaciones que existen en una base de datos” (4). Éstas son guiadas para aprender las relaciones entre varias bases de datos interconectadas. Una vez que se tienen la comprensión acerca de las relaciones entre uno o dos datos, en este caso libros, las redes son capaces de predecir cuál

²² Se considera la población ideal dado que los personajes de las obras poseen ese rango de edad y se abordan temas estereotípicamente juveniles como: la búsqueda de la identidad, el primer amor, enfrentamiento con los padres, etc.

²³ En el pasado las editoriales solían poner en las solapas de los libros títulos que quizá podrían atraer a ciertos lectores pero en general sólo se enfocaban a títulos de la misma colección y esto se hacía para promover las obras publicadas por la compañía más que por el beneficio del lector.

²⁴ Amazon, Google y IBooks emplean el mismo esquema.

tendencia está apunto de surgir o está surgiendo, las editoriales toman estos datos y buscan suplir una obra que satisfaga la nueva demanda.

Kindle invierte en el desarrollo de sus plataformas incluyendo los algoritmos principales que hacen funcionar su sistema de recomendaciones: *ranking* de títulos, el algoritmo que define la experiencia de búsqueda, el que construye las páginas de recomendaciones y similitud de libros. En este modelo de negocio los lectores no tienen nombre. Cada uno se convierte en un vector que representa sus hábitos de consumo/ lectura y las obras son fórmulas matemáticas.

Sin importar que la compra o la calificación se realice en diferentes partes del mundo, Amazon USA y Amazon México utilizan el mismo algoritmo, lo que cambia es el número de entradas, las preferencias del público y las editoriales que suplen las obras. La compañía puede revisar los datos y determinar si se muestran tendencias diferentes entre cada país; con base en estos datos se privilegia la publicidad de ciertas obras sobre otras. Ante tal refinamiento y personalización para encontrar el gusto de cada persona, parece imposible verlo como un negocio masivo (en la antigua concepción de masa como una muchedumbre uniforme y alienada).

Sin embargo, existe una hibridación entre los diferentes modelos editoriales (auto-publicación, publicación mediante editoriales), y de mercado (de masas y de nicho); y la forma en que éstos se superponen entre sí. Si bien Amazon parece regirse por los datos recabados a través de las redes neuronales artificiales no dudaron en contratar a editores de la “vieja escuela”²⁵ para coordinar y dirigir Amazon Publishing (Bhaskar, 73). No obstante pequeñas empresas o incluso autores han decidido aliarse con Amazon / Kindle para la

²⁵ En 2011 Amazon contrató al editor Larry Kirschbaum para coordinar Amazon Publishing, para competir con las “cinco grandes” de Nueva York. (Bhaskar, 73)

distribución de sus obras, las corporaciones convencionales han resuelto utilizar un sistema similar al que emplea dicha compañía. Se estudia al posible lector de la obra y se trata de acotar sus intereses, el libro impreso se centra en volverse llamativo para el lector casual.

El modelo de *long tail* funciona a la perfección con los lectores ocasionales y los no lectores. Los adolescentes, quienes de forma probable terminarían por leer aquello que se les presenta publicitado específicamente para ellos. Las editoriales invierten una extraordinaria suma de dinero en distribuir y posicionar libros juveniles, cierta cantidad del presupuesto se asigna a estrategias de *marketing*, difusión y elaboración. Se crean cuidadosas reseñas en las que se escriben palabras claves que serán registradas por las plataformas de búsqueda (Amazon, Google), las cuales de forma automática enlazan la obra recién publicada con otras que compartan los mismos atributos.

En el caso de las sagas juveniles la editorial utilizará las mismas palabras claves usadas por alguna otra obra con características similares. Por ejemplo las cinco sagas estudiadas en la presente investigación (*Los juegos del hambre*, *Divergente*, *Maze Runner*, *La quinta ola* y *Cazadores de sombras*) comparten palabras claves en Amazon México (juvenil, distopía, aventura, ciencia ficción, romance)²⁶ lo que permite que sean agrupadas en la misma categoría, lo que facilita que el lector consuma las diferentes obras.

1.3 EL SISTEMA EDITORIAL (*MARKETING* Y PROMOCIÓN)

En el apartado anterior se explicó el funcionamiento y las partes que conforman los negocios masivos en la industria editorial y la implicación en las publicaciones físicas y digitales. No obstante el departamento de *marketing* y promoción es indispensable para que los modelos de negocio anteriores funcionen. En el medio editorial, esta área es la

²⁶ Palabras tomadas Amazon Books *Search Engine* en línea: <https://www.amazon.com/Advanced-Search-Books/b?ie=UTF8&node=241582011>

encargada de atraer a los lectores a una obra, la industria ésta calcula costos y beneficios especulando con eficacia, creando mercancía con un componente adicional. Philip Kotler define este campo como: “el estudio de los procesos de intercambio: la manera en que se puede iniciar, motivar, facilitar y consumir las transacciones” (17). Un error común es creer que el área se restringe al área de publicidad, pero el área se especializa en buscar un conjunto de principios para escoger mercados meta.

El *marketing* editorial, como una actividad comercial, tiene sus propias convenciones pero no es del todo diferente de otros productos o servicios. Para el mercado de los negocios, un libro y un pantalón son mercancías semejantes, el área ve al objeto y se pregunta quiénes son los compradores potenciales, dónde se encuentran y qué quieren. David Cole sostiene que “se trabaja con un producto con un precio en comparación bajo sobre el que, además, se realizan grandes descuentos, que están sujetos a devoluciones (algo que no existe en la mayoría de las otras actividades comerciales)” (3).

El área de *marketing* tiene que crear todo un concepto para los compradores de los pantalones mientras que en el libro ya existe esa idea. Los editores conocen el contenido de la obra y tratan de alcanzar al público que pueda apreciarlo. Actualmente, los editores han retornado al origen del libro “regresar al respeto máximo a la edición, al valor del libro como objeto, que era algo que habíamos perdido porque se había industrializado demasiado: las editoriales apretaban tanto los márgenes que habían empobrecido el objeto y, por tanto, la experiencia.” (Collera, Fetiche párr. 2).

Cabe señalar que cuando se va de compras (sin importar el producto) existe un componente emocional que puede ser determinante no sólo para elegir una compra, incluso en el lugar en el cual se realizará la adquisición. Los componentes fundamentales son cuatro: qué libro comprar, por qué comprarlo, en qué lugar adquirirlo y cuánto cuesta. En

este momento el *merchandising* editorial entra en acción (Bort, 18). Este término hace referencia a:

Una parte del *marketing* que engloba las técnicas comerciales que permiten presentar al posible comprador (comprador potencial) el producto o servicio (que se quiere vender) en las mejores condiciones materiales y psicológicas. Tiende a sustituir la presentación pasiva del producto o servicio por una presentación activa recurriendo a todo lo que le puede hacer más atractivo: presentación, fraccionamiento, envasado, exposición, decoración, etc. (Bort, 19)

Para enfocar el *merchandising* de un libro se necesita conocer el lugar en el cual será publicado, por ello desde el primer momento en que un manuscrito llega a la editorial es sometido a varios dictámenes que varían dependiendo de la compañía, pero que pueden resumirse en tres: redacción, contenido y el dictamen comercial o de rentabilidad de obra (Davies, 8). En este punto la obra se decide con base en el estimado de libros que se venderán, la pertinencia del tema o la novedad del mismo. Una vez que se ha determinado que la cantidad de posibles lectores es alta, se elabora un programa para analizar la rentabilidad de la obra; es decir, cuánto dinero se destinará, en qué se deberá de invertir y cuánto se estima ganar. David Cole propone los siguientes puntos para dicho análisis (7).

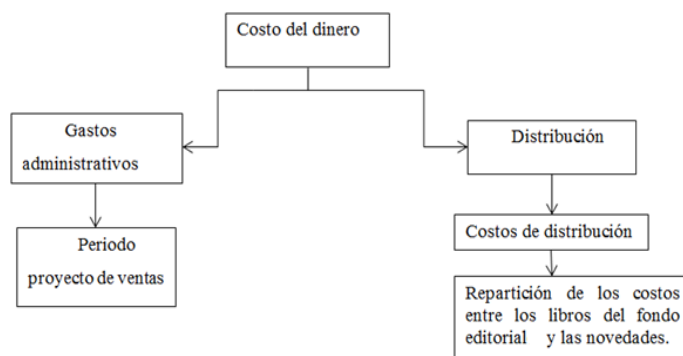


Fig. 2. Esquema “Costo del dinero” (Cole, 7)

Este esquema sirve a manera de guía para determinar cuánto dinero se gastará y cuál es el “costo del dinero” o escandallo editorial²⁷, aunque esto también depende de otros factores, incluyendo el tipo de producción (rústica, pasta dura...), el flujo de caja, los planes de expansión o el porcentaje de ingreso de la editorial en cuestión. Las dos piezas básicas con las que la editorial cuenta “son el público al que apunta y sus expectativas de ventas” (Cole, 10).

La editorial debe evaluar los diferentes métodos que puede utilizar para llegar a su público, así como el costo de los mismos. De igual forma en que existen fórmulas en el *marketing* de diferentes productos, el mundo editorial cuenta con recursos preestablecidos que logran en conjunto un mayor número de ventas. Para realizar el objetivo de alcanzar a posibles lectores el área de *marketing* analiza los elementos del libro y busca optimizarlos.

Este departamento debe crear una distinción entre los diferentes grupos y desarrollar productos y servicios ajustados a las necesidades de éstos. Por ejemplo, crear diseños efectivos que faciliten la lectura por parte del comprador, crear una cuarta de forros interesante, asegurarse que el título sea legible (David Cole, 18). Cualquier adquisición no está tomada en el vacío, éstas reciben un fuerte afecto de factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

El componente social es una determinante fundamental de los deseos y la conducta de una persona. El área de *marketing* se encarga de adaptar el enfoque publicitario según quien sea el cliente ideal. Por ejemplo las sagas juveniles distópicas fueron publicitadas para el mercado hispanoamericano enfatizando los aspectos de romance y acción de las obras más que el contexto político estadounidense en el cual están basadas.

²⁷ Costo del dinero: Cuánto cuesta hacer la inversión y cuánto se recaudará a partir de ella (esquema creado a partir de la información de David Cole (7).

Sagas como *Los juegos del hambre* y *La quinta ola* incluyen en las contraportadas páginas de internet donde el lector puede acceder a contenido de las películas o a la posibilidad de descargar de forma gratuita *merchandising* oficial y el primer capítulo del audiolibro²⁸. Mientras que la página oficial de *Cazadores de sombras* publicada por Editorial Planeta, invita a los lectores a ver el tráiler de la adaptación de la obra por parte de Netflix y a suscribirse a la *playlist* oficial de los libros en el servidor de música Spotify, así como invitar a sus amigos a comprar la obra. Por su parte, la saga *Divergente*²⁹ (editada por Molino), que narra la historia de una sociedad creada al bajo el imperativo agrupar a las personas en cinco facciones que buscan erradicar los males que les llevaron a la guerra. Anima, en la contraportada del libro, a entrar a la página oficial y realizar un cuestionario el cual determina a que grupo pertenece el lector, dando la opción de compartir el resultado en redes sociales.

Estos son tan sólo algunos de los aspectos destacados de las campañas en Hispanoamérica que gracias a la convergencia de diferentes medios, consiguen envolver a los lectores en una experiencia que motiva a la creación de grupos sociales, los que toman como punto central las obras. Permitiendo y alentando una difusión orgánica (no pagada) para las obras. Mediante el uso del *marketing* las editoriales tomaron las sagas juveniles distópicas y las transformaron en narrativas transmediáticas. Las campañas publicitarias de estas obras utilizan diferentes elementos en espera de atraer nuevos lectores. Sin embargo el uso de medios va más allá de una estrategia de mercadeo, dado que el uso de múltiples recursos sirve para complementar la obra original, por lo cual se puede afirmar que estas obras son transmediáticas. Es decir se dan pie a historias las cuales se pueden encontrar en

²⁸ En línea 21 mayo 2019 : www.losjuegosdelhambre.com
<https://cazadores-de-sombras.planetadelibros.com/>

²⁹En línea 21 mayo 2019 <http://www.sagadivergente.com/homeElige.php>

múltiples medios o plataformas de comunicación, estos textos tienen como singularidad que a su vez poseen una independencia narrativa y un sentido interrelacionado con otras producciones. Un texto tradicional posee una progresión, entendiéndose que existe una línea secuencial para su comprensión. Mientras que una obra transmediática se caracteriza por ser no secuencial (Nielsen, 1).

En lugar de comenzar en un lugar específico, la estructura permite comenzar por cualquier punto. En el caso de las sagas literarias analizadas se puede conocer la historia mediante diversas plataformas. En el capítulo dos se analiza la forma en que los diferentes medios son utilizados para dar origen a espacios sociales, puesto que la creación de estos puntos de reunión (físicos o digitales) es uno de los factores determinantes para entender el éxito de estos materiales.

CAPÍTULO 2

NARRATIVAS TRANSMEDIÁTICAS Y SU INFLUENCIA EN MEDIOS Y VENTAS

Este capítulo se divide en dos se divide en dos partes, en la primera se expone qué es una obra transmediáticas mientras que en la segunda sección se expone la forma y técnicas con las cuales se comercializan al público. Ya que como se estableció en el capítulo anterior, gran parte las sagas literarias juveniles deben parte de su éxito a la estrecha relación que mantienen con otros medios, en especial el cine, la televisión y el internet.

Cuando un relato se despliega por medio de múltiples plataformas de comunicación que mantiene, a su vez, independencia narrativa y un sentido interrelacionado completo recibe el nombre de narrativa transmediática (Jenkins, 28). Las sagas estudiadas pertenecen a esta categoría.

A continuación, se exponen las relaciones de éstas en diferentes medios. Cabe

señalar que las siguientes tablas fueron realizadas para la tesis, mediante la recopilación de datos publicados por diferentes fuentes. De igual forma se asignó el símbolo **x** para representar que no se ha realizado una adaptación de la obra a ese medio. A continuación se enlistan las obras y sus diferentes adaptaciones en orden de aparición:

Novela
<i>The Shadowhunter Chronicles</i>
Publicación inglés
2007. Ed. Margaret K. McElderry
Publicación edición español
2009. <i>Cazadores de sombras</i> . Ed. Planeta (España/México)
Película
2013. <i>The Mortal Instruments: City of Bones</i> (Sony Pictures Home Entertainment.)
Serie
2016. <i>Shadowhunters</i> . Netflix
Novela gráfica/Cómic
2017. <i>The Mortal Instruments: The Graphic Novel</i> . Ed Yen Press
Video juego
2013. <i>The Mortal Instruments: City of Bones</i> (game). Por PlayFirst (IOS/Android)
2015. <i>Shadowhunters Join The Hunt</i> por ABC Family (IOS)
Página web
http://shadowhunters.com/shadowhunters-novels/the-last-hours/
www. Cazadoresdesombras.com.mx
Otros
playlist oficial (Spotify)

Tabla 4 Transmedia en *Cazadores de Sombras*.

Novela
<i>The Hunger Games</i>
Publicación inglés
2008 Ed. Scholastic Press
Publicación edición español
2009. Los juegos del hambre. Ed. RBA Libros
Película
2012. The Hunger Games (Lionsgate Entertainment)
Serie
x
Novela gráfica/Cómic
x
Video juego
x
Página web
http://www.thehungergames.co.uk (libro y película)
Otros
x

Tabla 5 Transmedia en *Los juegos del hambre*.

Novela
<i>Maze Runner</i>
Publicación inglés
2009. Ed. Delacorte Press
Publicación edición español
2009. Ed. Delacorte Press
Película
2014. <i>The Maze Runner</i> (20th Century Fox)
Serie
x
Novela gráfica/Cómic
2015. <i>Maze Runner: The Scorch Trials Official Graphic Novel Prelude</i> . Ed. Boom Entertainment
Video juego
2014. <i>Maze Runner</i> . Por Sony PlayStation
Página web
http://www.jamesdashner.com/the-maze-runner-movie/
Otros
x

Tabla 6 Transmedia en *Maze Runner*.

Novela
<i>Divergent</i>
Publicación inglés
2011. Ed. HarperCollins
Publicación edición español
2011. <i>Divergente</i> . RBA Editorial Molino (España/Mexico)
Película
2014. <i>Divergent</i> (Lionsgate Films)
Serie
x
Novela gráfica/Cómic
x
Video juego
x
Página web
http://www.divergentfactions.com/
Otros
2015. The Divergent Series: Allegiant VR Summit Entertainment LLC (experiencia de realidad virtual)

Tabla 7 Transmedia en *Divergente*.

Novela
<i>The 5th Wave</i>
Publicación inglés
2013. Penguin Group
Publicación edición español
2015. <i>La Quinta Ola</i> . RBA Editorial Molino (México)
Película
2016. <i>The 5th Wave</i> (Columbia Pictures)
Serie
x
Novela gráfica/Cómic
x
Video juego
x
Página web
https://www.the5thwaveiscoming.com/ (película)
http://www.laquintaola.com/ (libros)
Otros
x

Tabla. 8 Transmedia en La quinta ola.

Si se compara la información expuesta en las tablas se puede concluir que, el lector interesado en conocer por completo el mundo de ficción debe cazar la información en diferentes medios y que la adaptación más frecuente para estas sagas es al medio cinematográfico. De igual forma la página oficial de las sagas sirve como el intermediario y en ocasiones distribuidor de las diferentes producciones. De las cinco sagas analizadas sólo dos de ellas crearon páginas dedicadas expresamente para el público hispanoamericano, el resto de las sagas produjeron sitios los cuales tienen la opción de ser traducidos a diferentes idiomas.

Cabe señalar que los sitios web dedicados al mercado hispanoamericano suelen ser creados por la editorial que posee los derechos de la novela en español. A menudo estas páginas son de calidad inferior comparadas con sus contrapartes. No obstante ambas versiones permiten al lector conocer las diferentes producciones creadas a partir del libro original y la forma de acceder a ellas.

En todas las sagas estudiadas se alienta al lector a visitar otro medio para conocer el resto de las producciones transmedia, por ejemplo al final del libro se invita a visitar la página web para conocer contenido exclusivo o se coloca un código QR el cual te redirige de forma automática a una página en específico. En la edición de *Maze Runner* publicada por V&R para Hispanoamérica, en la contraportada aparece un código QR el cual conecta al lector con una página de Facebook (gestionada por la propia editorial).

Mediante esta plataforma se difunde la información de la película, la novela gráfica, así como eventos (realizados por la editorial) creados para conocer al autor del libro y actores, que participan en la adaptación de la obra al cine, reuniones de fans y se promueven obras similares. De igual forma fans suben *fanart* y promueven sus propios

blogs (independientes de la editorial) en los cuales crean foros online para discutir sobre ciertos aspectos de la obra y en ocasiones distribuyen el libro de forma ilegal³⁰.

Henry Jenkins, pionero de convergencia de medios, establece que:

Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor de suerte que una historia puede presentarse en una película y difundirse a través de la televisión, las novelas y los cómics; su mundo puede explorarse en video juegos o experimentarse en un parque de atracciones. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. (101)

Debido a que las sagas literarias son comercializadas por compañías internacionales, los fans hispanoamericanos tienen que esperar a que las obras transiten por el proceso de traducción y distribución para acceder a los nuevos materiales. En ciertos casos, todos los consumidores pueden ingresar de forma inmediata al nuevo contenido, como sucedió con la lista de reproducción musical para la saga *Cazadores de sombras* en Spotify. Esto fue posible debido a que la plataforma digital está disponible en múltiples países.

En otras ocasiones, los fans hispanoamericanos no pueden acceder al medio, como sucedió con el videojuego de realidad aumentada *Join the hunt* (Cazadores de sombras) o la experiencia de realidad virtual *The Divergent Series: Allegiant VR* (Divergente), juegos que únicamente fueron distribuidos en Estados Unidos. En dicha circunstancia, los fanáticos con acceso al juego crearon grupos sociales —en específico mediante la app Amino—³¹

³⁰ Si bien la página de Facebook es manejada por la editorial y pueden eliminar mensajes o publicaciones, debido al alto tránsito de usuarios que visitan el sitio no siempre es posible bloquear de forma inmediata cierto contenido.

³¹ Amino es una app social que hizo su debut en 2011 para los sistemas operativos IOS y Android. El objetivo de la plataforma es crear foros públicos en los cuales las personas puedan conectar con otras que compartan interés en común. “Amino para *shadowhunters*” es el nombre de la comunidad mexicana dentro de la app. Amino, disponible para el sistema Android. Ésta cuenta con más de 5,000 miembros activos. Para poder

para compartir con el resto de los aficionados el contenido expuesto. Sin embargo, la mayor parte del tiempo, las compañías buscan lanzar los nuevos contenidos de forma simultánea en diferentes idiomas o, al menos, buscan reducir la espera entre el original y la traducción. Ello se puede ver en el lanzamiento de los filmes o las series. Por ejemplo, la película de *Los juegos del hambre* se estrenó en Estados Unidos el 12 de marzo del 2012, mientras que en Iberoamérica, el 23 de marzo del mismo año³².

Acortar el tiempo entre la distribución del material tiene una doble función: reducir la descarga ilegal y atraer diferentes segmentos de mercado debido a la novedad del producto, ya que una franquicia transmediática trabaja para atraer a múltiples públicos al introducir los contenidos, de un modo distinto, en los diferentes medios (Jenkins, 102).

Las sagas juveniles —en un intento por innovar la franquicia y mantener la atención del espectador— desarrollan su potencial en la narración transmediática. Si cada obra ofrece nuevas experiencias, entonces se puede contar con un mercado de fusión que aumentará el total potencial. (Jenkins, 102). Sin embargo, los fans sólo tomarán como canon (para el mundo de ficción) aquellas producciones aprobadas por el autor.

En este sentido, para las narraciones transmediáticas el autor se ve forzado a convertirse en cocreador o supervisor de una nueva producción. Por ejemplo, para *Los juegos del hambre*, Suzanne Collins escribió, en conjunto, el guión para la película (Levithan, Párr. 21).

En ocasiones, el autor asume riesgos al adentrarse en nuevos medios, ya que a menudo se realizan concesiones respecto al material original o se permiten libertades

unirse al grupo, se debe de contar con al menos 13 años; por tanto, algunos *bloggers* deciden compartir el contenido de la app en sus páginas personales para el beneficio de fans que no tienen acceso al grupo.

³² Datos obtenidos de IMDb

creativas en la adaptación de la historia. A diferencia de otras narrativas, las producciones transmediáticas requieren mantener el favor del público para funcionar en conjunto. El aficionado quiere que el nuevo medio ofrezca otras ideas y experiencias dentro de la fórmula de la obra. Si las empresas mediáticas satisfacen esa demanda, los espectadores sentirán un mayor dominio e implicación; si se les niega, se sentirán indignados (Jenkins, 109).

Mientras que *Los juegos del hambre* realizaron una exitosa franquicia de películas, *La quinta ola* canceló la adaptación cinematográfica de la trilogía tras la fallida recepción del primer volumen. Esto puede ser atribuido a que el filme no respetó las mitologías establecidas por el universo fantástico instaurado en las novelas. Por ejemplo, se cambió la etnicidad de uno de los personajes (de asiática americana, en las novelas, a caucásica); se redujo la cantidad de violencia de ciertas escenas y se forzó un triángulo amoroso entre los personajes principales. Estos factores fueron determinantes para que los seguidores rechazaran el producto.

Las sagas literarias juveniles son obras ideales para convertirse en productos transmediáticos puesto que contienen un vasto repertorio de información que es aprendida y revisada por los admiradores. De igual manera la obra es tan familiar para el público aficionado que los coautores pueden omitir secuencias descriptivas o de transición y comenzar la narración en el nuevo medio directamente con una secuencia de acción.

Jenkins comenta que:

La obra no tiene por qué estar bien hecha, pero debe proporcionar recursos que los consumidores puedan emplear en la construcción de sus propias fantasías: para transformar una obra en un objeto de culto, hay que ser capaz de romperla, dislocarla, desquiciarla para poder recordar sólo partes de ella, al margen de su relación original con el todo. Y la obra de culto no precisa ser coherente: cuantas más direcciones diferentes empuje, cuantas más comunidades diferentes pueda sostener y cuantas más experiencias diferentes pueda proporcionar, mejor.

Experimentamos la obra de culto, sugiere, no como gobernada por “una idea central, sino muchas”, como “una serie inconexa de imágenes, de puntos álgidos, de icebergs visuales” (Jenkins, 103)

Por esta razón, se establece que una obra transmediática necesita más de un “*marketing* inteligente que de una narración inteligente” (Jenkins, 109). Así pues, puede establecerse que las sagas literarias juveniles están cimentadas en fuertes intereses económicos, ya que el *marketing* explota los vínculos emocionales entre los admiradores y la obra. Cada elemento interesante es susceptible de convertirse en una nueva línea de productos. Muchas de las precuelas o secuelas de las novelas retoman a los personajes más populares de la historia, como sucede en el caso de *Las crónicas de Bane (The Bane Chronicles)* y *Las maldiciones mayores (The Eldest Curses)*, ambas precuelas de *Cazadores de sombras*. En éstas se indaga sobre el pasado amoroso de dos de personajes secundarios.

El mercado reconoce que si se ofrece nuevo material el público explorará, ya que la gente le gusta profundizar en aquello que le interesa; quizá no todos los fans lo harán, pero sí los suficientes para mantener la viabilidad de la inversión en estas franquicias.

Las narraciones transmediáticas requieren fomentar la participación e interacción social entre los aficionados; a este proceso Jenkins lo llama “hipersociabilidad” (115). Las sagas literarias lo incentivan enlazando las diferentes producciones; el libro incita a que el lector vea la película y revise la página web, ésta, a su vez, promociona el libro, la película y el videojuego por salir.

En este nuevo tipo de sociabilidad existen tres tipos de lectores, los consumidores en tiempo real, quienes siguen de forma activa la publicación de nuevo material. Después se encuentra el público a largo plazo que se adentra en la obra una vez que ha concluido y busca patrones dentro de la historia. Por último, está el lector ocasional que conoce sólo

ciertas secciones de las franquicias. Los jóvenes, quienes poseen mayor disposición de tiempo, se convierten en recolectores de la información provista por el mercado. Ellos establecen conexiones entre los diferentes textos, reflexionan acerca del significado de la nueva información dentro de la franquicia y publican en sus redes sociales o blogs personales sus teorías y reacciones en relación con la obra.

Se puede concluir que este tipo de obras son más fáciles de comercializar debido que se sabe que existe un público cautivo que adquirirá el material. El éxito de las sagas literarias juveniles demuestra que cada vez más personas disfrutan y piden narraciones transmediáticas, demanda que el mercado contempla y busca satisfacer mediante la creación de nuevas experiencias para los admiradores de una obra.

2.1 PRÁCTICAS DE CONSUMO LITERARIO

Las narrativas transmediáticas tienen diferentes orígenes. Puede ser que la obra comience como un videojuego, cómic, película o libro, como sucedió en el caso de las sagas distópicas juveniles. Uno de los puntos principales de este tipo de narraciones es permitir que el lector conozca con mayor profundidad un tema, en este caso un mundo ficticio.

En los últimos años las compañías mediáticas han tratado de capitalizar con estos productos, destinan recursos en publicitar este tipo de contenidos y mantenerlos a la vista del público. Puesto que sucede que hoy, la mayor parte de los lectores no gozan de una guía para adquirir un libro y terminan por seleccionar aquello que se les presenta. Aunque existe un consumo de grandes autores (como Shakespeare, Cervantes, Virginia Woolf, Platón, entre otros) no todos los libros que se venden pertenecen al área de la literatura. “En la actualidad, no podemos contar que los libros de literatura se encuentren por *cultura básica común*” (Escalante, 140), ya que influye la lógica de la industria editorial.

El lector casual lee lo que se presentó por “azar”, esto no es nada más que una ilusión. El *marketing* utiliza los ganchos editoriales para lograr que un libro se venda de manera que parezca natural. Fernando Escalante dice que “el consumo de la literatura en cualquiera de sus géneros y disciplinas es un sistema de referencias. La lectura moderna supone un dominio, así sea rudimentario de nombres, frases y motivos” (148). Este canon se crea un tanto por lo que se transmite en la escuela y otro tanto por lo visto en diferentes medios. De igual modo, se utiliza (e impone) la obsolescencia programada (Zaid, 15), dicho término hace referencia a una programación del fin de la vida útil de un producto.

Una obra es susceptible a este proceso mediante dos métodos: por ejemplo, publicar materiales que sólo son atractivos durante un cierto periodo (como sucedió con aquellos sobre las profecías mayas y el final de los tiempos en el 2012) o para cubrir un acontecimiento o escándalo (en este caso están los textos sobre el escándalo de Mónica Lewinsky). En esta categoría también entran los volúmenes creados para cubrir una demanda, pero que no fueron tan exitosos como el primer texto que la desató, como sucedió con las publicaciones de temática de romance vampírico o de apocalipsis zombis. Estas modas al terminarse mandan las novelas al olvido.

Para que una obra cobre notoriedad los editores y su departamento de *marketing*, requieren provocar que se hable sobre éstas. En el pasado las editoriales organizaban dicha plática, llevan los libros a ferias, entrevistas, crean foros para discutir de ellos, un buen editor creaba y conducía diálogos. Un editor esperaba tener una obra que crearan ese proceso por sí misma, sin necesidad de invertir dinero para producirlas. Fernando Escalante explica ese modelo como un “sistema de ecos” (184) en el cual diferentes medios de *prestigio* intercedían para crear una imagen sobre la obra; hoy las editoriales utilizan a los medios masivos (en especial plataformas distribuidas vía internet) ya los propios fans para

publicitar la obra.

Paul Hirsch expresa que: “Los medios masivos constituyen el subsistema institucional del sistema de la industria cultural. La difusión de modas y manías concretas se favorecen o se bloquea en este punto de control estratégico” (Escalante, 185), pero incluso el lector ocasional no tendrá la oportunidad de revisar todos los diferentes medios, por eso el departamento de publicidad los ayuda. En la contraportada de los libros y en las páginas web de las editoriales, se escribe la parte más importante de la reseña:

“FASCINANTE” –*New York Times*

“Monumental... cautivadora... la escritura de Hillenbrand es ferozmente cinemática y los eventos que describe son tan increíbles que no te atreves a quitar los ojos de la página” – *Revista People*

“Extraordinariamente conmovedora... apasionante... una épica poderosa acerca de la supervivencia. Una clase de narrativa para contar historias”- *The Wall Street Journal* ³³

En estos ejemplos se expone la manera cómo se leyó esta novela y fue reseñada por diferentes medios masivos, fuentes que gozan de un cierto prestigio cultural; esto se toma para la contraportada y hace ver al posible comprador/lector que la obra ya fue leída y releída por críticos especializados quienes le han dado el visto bueno. Al mismo tiempo, hace sentir al comprador que lo que adquirirá tiene una especie de sello de garantía, que le va a gustar o que valdrá la pena ser leído y que su dinero no se va a desperdiciar en una “mala” obra. Pero aquella crítica es cortada y retocada para mostrar su mejor aspecto. Se exponen fragmentos de ésta, pero no se muestra quién la realizó, no se sabe nada de la persona que leyó y reseñó el material; tampoco se puede leer completa porque no se adjuntan en la tapa los datos completos. Sólo se muestra el nombre de la institución que publicó dichas palabras. Sin importar que la edición sea para Hispanoamérica y que las

³³ Datos extraídos de la contraportada de la novela *Inquebrantable* (Laura Hillenbrand, 2011).

publicaciones citadas no se vendan de forma corriente en español.

Lo que importa es que, tanto en Hispanoamérica como en Estados Unidos, esas instituciones tengan un cierto peso en la opinión pública. En algunos libros, incluso se ahorran el escribir una presentación de la obra y sólo se incluyen dichos fragmentos; en otros casos sólo se escribe: “novela ganadora del premio...”. Mostrar los reconocimientos que han ganado las novelas lo cual da legitimidad la calidad de la obra a ojos del lector. Entre más tiempo la noticia pueda estar entre los medios, mejor será para las ventas: lo más importante es el valor simbólico del premio.

Un joven se enfrenta a otra serie de retos cuando elige un libro. La investigadora Betty Carter, en su artículo “*What are young adults reading?*”, establece que lo que un joven busca en un libro es “una buena historia” (185), pero encontrarla no es tan sencillo como parece, ya que ésta cubre un gran rango de géneros y temáticas:

Cuando los jóvenes encuentran placer en leer un libro, buscan otro similar que el primero. Por esto las editoriales publican series, marcado de forma conveniente con un número, para saber cuál es el orden de lectura de los mismos (185)³⁴.

Una de las cuestiones primarias cuando uno se enfrenta con las prácticas de lectura en los jóvenes, es que éstas pueden ser muy dispares; el adolescente promedio, quien posee un pequeño sistema de referencias creado por su *esfera social cercana* (Escalante, 148), probablemente no se sienta muy atraído por las lecturas impuestas por la escuela o por los adultos; mientras que éstos consideran que el joven es muy inmaduro para “ciertos libros”.

Se enfrenta a la valoración de un capital simbólico, acerca de qué es apto y qué no

³⁴ “When youngsters find pleasure in reading one book, they look for another book just like the first one. This is why publishing company’s package series; conveniently number and marked in the order they should be read” (Carter, 185).

lo es para un adolescente. La profesora Lidia Blanco comenta uno de los principales problemas en torno a la literatura juvenil:

Docentes, padres, bibliotecarios, agentes difusores del sistema de valores más o menos oficializado y protegido por el Estado, configuran un tribunal ante el que debe rendir cuentas este profesional y este marco social sin duda ejerce influencias no siempre claras y manifiestas y se producen palabras y silencio en las tramas literarias (6).

No obstante, lo anterior es un problema reciente; durante años, adultos, jóvenes y niños leían las mismas obras, sin que existiera un sesgo de edad en las mismas la categoría de literatura infantil y juvenil.

Lo que se considera literatura juvenil ha ido cambiando con el tiempo, libros como *La isla del tesoro*, *Mujercitas*, *Cómo matar a un ruiseñor*, por mencionar algunos, durante largo tiempo se consideraron libros para jóvenes. El mercado editorial comenzó a crear subdivisiones o etiquetas en la llamada literatura infantil. De esa forma, podría seguir vendiendo productos y cuidando “las buenas conciencias de los jóvenes”, de igual forma se comenzó a motivar la compra de obras con personajes que tuvieran la misma edad que el lector (Betty Carter, 8).

La mayoría de las obras estudiadas en la tesis pertenecen a esta categoría ya que, según esta lógica, si se quiere que una chica adolescente lea algo, lo mejor será buscarle o conseguirle un libro en el cual la protagonista sea una joven, incluso mejor aún si comparten rasgos físicos y psicológicos. Incluso el propio adolescente, sin necesidad que nadie busque ese tipo de libro, puede sentirse atraído ante ese tipo de obra. Carter expone una de las razones para ello:

Los adolescentes, como el resto de nosotros leen lo que está disponible, en un paseo por la plaza comercial y el aparador de una gran librería, en las farmacias y los supermercados nos recuerdan que muchos jóvenes compran novelas románticas, sagas y libros de terror. Todas esas obras son en extremo publicitadas

y aunque muchas librerías venden más títulos, con frecuencia estos libros son menos accesibles que los otros. Tal hábito alimenta un ciclo: los adolescentes muestran preferencias por una temática o género de libros, se producen películas basados en ellos, editores los publicitan, las librerías los promocionan y los jóvenes los compran (187)³⁵.

La etiqueta de “literatura juvenil” al igual que la clasificación de las películas, obedecen a la edad del consumidor y a las temáticas que se manejan en la obra y a las categorías más comunes encontradas en diferentes editoriales³⁶. Dichas categorías son similares tanto en editoriales estadounidenses como mexicanas³⁷: Infantil (de 6 a 10), Juvenil (10 a 16), Jóvenes adultos (16-20).³⁸

La literatura infantil y su subcategorización no obedecen a cuestiones de crítica literaria sino a reglas de *marketing*: se tiene un gran público que al ser observado más de cerca, se fragmenta en pequeños grupos. Una manera de encontrar el nicho, “el destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio” (Kotler, 72), es apuntando a la edad del lector. Si se regresa al circuito planteado por Carter: “los adolescentes muestran preferencias por un género de libros, se producen películas basados en ellos, editores los publicitan, las librerías los promocionan y los jóvenes los compran original” (187).

En el caso de los libros, el producto es analizado para optimizar su venta y consumo con el público *nicho* creado: el de la literatura juvenil. April Dawn expone: “la literatura

³⁵ Adolescents, like the rest of us, read what is available, a walk through shopping malls and glance at major bookstores, drugstores and supermarkets reminds us that many teenagers buy romances, series, and horror books. Such works are vigorously advertised, and although many bookstores sell other titles as well as these, they are frequently not as accessible. Such habits feed a cycle: As teenagers show preferences for distinct kinds of books, films produce them, publishers advertise them, bookstores promote them and youngsters buy them.

³⁶ Catálogos revisados: Grupo Planeta, Grupo Santillana, Editorial Molino. Se eligieron estos catálogos debido a que las sagas juveniles estudiadas en la tesis fueron publicadas por esas compañías.

³⁷ Catálogos: Randon House, Harper Collins, Simon and Schuster. Se eligieron dichos catálogos debido a que las sagas juveniles estudiadas en la tesis fueron publicadas originalmente por estos conglomerados.

³⁸ Categorías editoriales de habla inglesa: *Children's Books, Teen and Young Adult*.

juvenil es un fenómeno reciente porque las personas no pensaban en jóvenes entre los doce y dieciocho como adultos en desarrollo hasta el siglo XX (1).”³⁹

La literatura juvenil (Dawn, 4) moderna comenzó en los setenta, con la publicación de *Rebeldes (The Outsiders)* de S.E. Hinton. Aunque existen precedentes de ciertas obras que fueron del agrado de los jóvenes mucho antes de *Rebeldes*, por ejemplo: *El hobbit*, *El señor de los anillos*, entre otras, éstas no usaban a un adolescente como héroe. Mientras que otras como *Las crónicas de Narnia* y *El señor de las moscas*, que muestran personajes adolescentes, no pretenden conectar con la psique y motivaciones del joven sino crear una alegoría entorno de ellos. Por otro lado Claire Armitstead (párr. 1), sostiene que ya han existido muchos autores de libros infantiles que tienen *best sellers*, pero pocos son los que permean en el subconsciente cultural universal, por ejemplo el galés, Roald Dahl.

Fue durante los sesenta cuando se desarrollaron novelas que plasmaban los problemas de los jóvenes, como el abuso de sustancias, los divorcios, la pobreza, etc. En los ochenta, los temas centrales de las novelas juveniles se centraron en el género de la ficción, en especial el romance y el horror. Mientras que los noventa introdujeron lo que se conoce como “literatura de secundaria” —obras creadas para público adolescente con temáticas de problemáticas cotidianas y que fueron promocionados en entornos frecuentados por los jóvenes⁴⁰— lo que permitió una expansión de la audiencia. Los jóvenes, quienes son “bombardeados” con estas obras, se acercan a ellas, las leen, se ven reflejados y comienzan a socializar en parte por estas obras. Esta clientela de jóvenes lectores, en apariencia segmentada, se interesa en tal o cual conversación y crean espacios sociales. Durante los

³⁹ young adult literature is actually a relatively recent phenomenon because people did not really start thinking of people between the ages of twelve and eighteen as young adults until the twentieth century (1).

⁴⁰ Por ejemplo *El club de las niñas* por Ann M. Martin y *Escalofríos* escrita por R. L. Stine.

años setenta, ochenta y principios de los noventa aquellos jóvenes que quisieran discutir sobre una obra tenían que desplazarse geográficamente y asistir a convenciones.

En la actualidad las editoriales utilizan diferentes técnicas para amplificar el texto y hacerlo llegar al público, mientras que el *merchandising* se encarga de crear una experiencia en torno al libro. A su vez jóvenes crean páginas *web* para intercambiar las obras (de forma gratuita) y debatir sobre ellas. En ese aspecto, las prácticas literarias han cambiado. Como se comentó antes, para tener una recomendación de un libro, se tenía que asistir a un club de lectura o, quizá, pedir sugerencias a un librero. Hoy si un lector está interesado en leer una obra similar a las sagas distópicas basta con que escriba en el buscador de Google, para que éste arroje resultados de diferentes páginas, *blogs*, etc., Los algoritmos de sugerencia *online* identificaron los patrones de compra/consulta de los usuarios y sugirieron obras de forma personalizada obras que comparten características. La gente hace caso de la recomendación, leen los libros, lo encuentran de su agrado y escriben comentarios avalando la obra. Por otro lado las compañías editoriales pagan a las páginas de internet para posicionar anuncios (Anderson, Párr. 1).

Jóvenes de diferentes edades y nacionalidades traducen, escanean y suben la obra a alguna página de internet de forma gratuita, bajo la idea de compartir la información y mantener la conversación.

2.2 Marcos y modelos

En este apartado, se ilustra la relación entre contexto, modelo, marco y contenido ya que, por medio de dicha relación, el mercado puede prever por qué un lector/comprador adquiere tal o cual obra. Lo que debe quedar claro es que no existe la edición sin contenido. Si bien se vive en la llamada era del contenido/información, muchas veces, gracias a los marcos que la envuelven, se termina por olvidar el contenido. Todo se enfoca en ver y analizar los marcos,

pero se ignora el porqué de éstos y la misión que cumplen: comunicar.

En el circuito clásico de la comunicación, descrito por Roman Jakobson en *Ensayos de lingüística general*, se afirma que existen mecanismos que intervienen en el proceso de comunicación. Estos elementos se encuentran unidos (el emisor, el receptor, el contenido del mensaje y el código empleado (17) y sólo cuando estos elementos cumplen su función en sincronía, la comunicación es posible.

O’Leary dice que: “la forma que pensamos la edición está dominado en exceso por la naturaleza del contenedor, el libro físico”⁴¹ (1). Se refiere al sistema mediante el cual los editores son curadores de una entidad contenida que después es vertida en contenedores (en este caso, libros que pueden distribuirse, venderse y consumirse).

De manera general, se piensa que el contenido de un libro es regido por sus contenedores/marcos, los cuales no han cambiado durante siglos. Aunque la demanda por marcos digitales ha aumentado, los editores “siguen utilizando la vía digital como una herramienta secundaria” (O’Leary, 1). El problema de ver sólo el marco es dejar a un lado el contexto, la industria clásica del libro es definido por su contenido. En palabras del autor:

Como resultado, el contexto es cortado o excluido, reduciendo el grado con el cual el contenido puede ser descubierto y consumido, al mismo tiempo la abundancia de sitios de contenido crea presión en los editores, quienes deben encontrar nuevas y mejores formas de vender el contenido de sus productos⁴² (1).

El contexto importa y éste puede variar. En la actualidad, una obra puede surgir en un *blog*, una app, en redes sociales u otros medios. Igualmente, el contexto influye en las prácticas de lectura, pues también sirve como una guía para un posible lector llegue a una determinada

⁴¹ The way we think about publishing is unduly governed by the nature of the container the physical book.

⁴² As a result, context is truncated or excluded, reducing the degree to which content can be discovered and consumed. At the same time, content abundance places pressure on publishers to find new and more effective ways to market content products.

obra. Al analizar el contexto, modelo, marco y contenido es posible saber por qué un lector compra una obra en particular. El mercado lo sabe y por ello busca optimizar los procesos de edición para cada nicho de mercado en particular.

O’Leary define esto de la siguiente forma:

Los contenedores suelen definir el contenido en dos dimensiones, ignorando aquello que no se ajusta a su parámetro. De hecho no sólo se omite aquello que no funciona, en el proceso de “llenado” del contenedor se deja de lado el contexto. Elidir el contexto es un lujo en el mundo de la edición impresa pero un error crítico en la edición digital. En la evolución de la edición unida a la red —el mundo de “contenido en buscadores”—ya no estamos vendiendo contenido, o al menos no por sí solo; nosotros rivalizamos con el contexto. (1)⁴³

Como lo vislumbra O’Leary, se vive en una época digital saturada de soportes y contenidos, los cuales afectan y definen al contenido e incluso también la manera de venderse, lo que da paso a las narrativas transmediáticas.

Jugar con el contexto de la edad de los lectores puede volverse uno de los puntos más importantes en la comercialización de una saga; por ejemplo, *Harry Potter* logró que una generación entera creciera junto con los personajes. Otra herramienta es publicar un libro que tomé una posición (en favor o en contra) de alguna polémica pre existente. Por ejemplo el matemático Frank J. Tipler publicó *La física de la inmortalidad*, libro que sugiere que el alma podría existir más allá de este mundo. La campaña de *marketing* para este texto giro en torno de la vieja polémica entre la ciencia y la religión.⁴⁴ El caso de Tipler muestra cómo un libro científico puede ser vendido como uno de corte religioso si se sitúa en el lugar adecuado. Para lograr mayores ventas, los editores se apoyan tanto en el contexto como en los modelos.

Estos son los factores motivadores de toda publicación; es decir, brindan el porqué de

⁴³ “Those containers define content in two dimensions, necessarily ignoring that which cannot or does not fit. Worse, the process of filling the container strips out the context that is a luxury in the physical world, but a critical asset in digital ones. In our evolving, networked world — the world of “content in browsers” — we are no longer selling content, or at least not content alone. We compete on context.”

⁴⁴ Otro ejemplo es *The God Delusion* por Richard Dawkins.

la obra. Bhaskar comenta sobre ellos: “regulan las intenciones de la publicación y al hacerlo afectan los resultados” (167). En éstos se encuentran elementos sociales, si un modelo no está al alcance de una comunidad, éste no puede venderse. En la actualidad, debido a la globalización, en cualquier lugar del planeta se tiene acceso a casi los mismos modelos. En el ejemplo que expone Neil DeGrasse, esos libros funcionan porque se inscriben en un modelo y contexto profundo, la pelea entre la religión y la ciencia. Todos han oído las discusiones, todos tienen alguna postura al respecto. Esto crea diálogo que, a su vez, genera conflicto y forma una polémica. Las editoriales saben que los debates venden, por eso se esfuerzan en publicitarlos con ese enfoque. Éstas pueden aumentar ventas, ya que si se tienen dos libros — en este caso uno de corte religioso y otro de corte científico— que se enfrenten se puede lograr la venta de ambos.

Roger Enrico, ex director de Pepsi co. Y experto en *marketing*, afirma:

“Lo que pasa cuando el público se interesa en la polémica, es que no gana uno a costas de otro, ni el otro a costas de uno. Todos lo que están en el negocio salen ganando. El interés de los consumidores dilata el mercado. En cuanto mayor diversión le ofrezcamos, más gente compra nuestros productos”. (15)

Como se abordó en el apartado anterior, esto puede ser definitorio durante una práctica de lectura, cuando el lector casual escucha de esta polémica, una y otra vez, ya sea por tomar partido o por curiosidad sembrada, compra el texto. La discusión puso el libro en el centro de la charla, lo que maximiza su visibilidad y amplificación.

Se busca usar y explotar los modelos ya existentes, aunque cabe recordar que cambian con el tiempo; quizá la gran polémica de hoy, en un par de años deje de ser relevante para la sociedad y ya no sea factor de venta. Sin embargo, no se debe confundir el modelo editorial con la estructura de un texto literario (aunque en casos específicos pueden relacionarse con más profundidad). Los modelos de edición parten de una interpretación del mundo, “a partir

de ello buscan guiar acciones” (Bhaskar, 169), pero una misma obra puede responder a varios modelos de edición. Está el ejemplo de las novelas románticas con temática de vampiros. Es poco probable que se cree una saga con las mismas características en los próximos años, ya que el modelo terminó por agotarse en sí mismo; Carmen Agusí explica:

Crepúsculo abrió todo un mundo a la literatura de sagas, no porque fuera el primero en este género, sino porque tuvo un impacto tan mediático, elaborado y promocionado que permitió mediante la globalización, que este tipo de literatura fuera consumida por una gran parte de adolescentes de la época (Agustí, 30).

Como se ha propuesto a lo largo del capítulo, en la edición no sólo se venden libros, sino ideas. Fuera del gran impacto mediático que utilizó dicha saga para alcanzar al público, también vendió un modelo de juventud. La razón por la cual se atrae a este tipo de lectores es debido a que las cuatro novelas de *Crepúsculo* tratan temas de una gran importancia emocional para los adolescentes: amor, odio, muerte y la idea de la eterna juventud. Como dice Agustí "el mundo sobrenatural, nunca es más importante que la realidad de la historia, es una historia de amor disfrazada de vampiros" (30).

Dicha afirmación tiene sentido dado que durante la novela se hace una subversión del vampiro bajo el imperativo de crear un personaje menos macabro que el mito original, lo que propicia al lector aceptar una relación entre un vampiro de 117 años y una adolescente de 17. Bhaskar afirma que “los modelos son como montajes de valor: prestigio, convicción religiosa, autoridad cultural y juicio estético, que cubren problemas básicos de recursos y generan grandes rendimientos.” (189). Stephanie Meyer, la autora, lo sabe y lo usa, en forma consciente o inconsciente.

Ella crea un mundo en el cual estos vampiros con los “contornos monstruosos difuminados” (Agustí ,32), plasman todos los anhelos que un joven quisiera poseer, pero, al

mismo tiempo, habitan en un mundo seguro y ordenado.⁴⁵ Este proceso también es utilizado por las sagas distópicas juveniles.

En estas obras, los jóvenes viven en un mundo que no existe pero que es la gran fantasía de amplios sectores en todo el mundo y en diferentes culturas. Si bien Meyer afirma que su afiliación mormona no influyó en la creación del entorno ficticio (Cochrane, párr. 5), lo cierto es que millones de padres en el mundo dieron un vistazo a la obra, la aprobaron como algo bueno para que la leyeran sus hijos, la adquirieron y regalaron.

Aunque los padres apoyaron comprar dicho modelo, el que terminó por ser el gancho para los jóvenes fue la tensión y el drama romántico. Mientras que la idea de belleza, riqueza y vida eterna para disfrutarla, también funcionaron como cebo. Los medios tan sólo son contenedores, canales para transmitir el contenido, sin importar cuáles sean, éstos se encuentran enraizados en el contexto compartido de la era digital. El consumo de medios se expandió y ambos factores crearon una nueva conciencia acerca de la naturaleza y los efectos de dichos medios.

Como afirma Geoffrey Nunberg (Bhaskar, 97): “En el mundo impreso [el contenido] estaba ligado a cosas o contenido en ellas pero ahora está liberado y se manipula como una especie de esencia pura: podemos romper las botellas y conservar el vino”. En la red el contenido puede viajar *solo* sin necesidad de marcos. Aunque se pueden romper los viejos marcos, aún se necesitan de alguna clase.

En el mundo contemporáneo se debe aprender a reconocer cómo separar el contenido de su medio. Ya que, como establece O’Leary, “la jerarquía actual –marco, contenido

⁴⁵ En este mundo, no existen otras crisis más que las surgidas por la presencia supernatural. Pero éstos están restringidos al ámbito emocional. No hay conflicto político, ni social; tampoco existe diversidad étnica, sexual ni religiosa.

limitado y contexto— es obsoleto, para poder competir con la edición digital, se necesita empezar con el contexto, preservar la conexión con el contenido⁴⁶(1)”.

Como se puede observar a través de los diferentes ejemplos, los marcos van más allá de los contenedores y fuera del lenguaje de los medios, Bhaskar añade cuatro notas sobre los marcos:

Los marcos muestran los aspectos subjetivos de nuestra experiencia con los medios, como éstos están contemplados desde el principio. En segundo, son flexibles, tercero, todos los marcos cuentan con no poca especificidad. Por último, y sobre todo, los creadores de contenido o agentes intermediarios diseñan marcos con el cuidado de obtener resultados precisos (113).

Parece conveniente retomar los cuatro puntos, empezando por el punto de los marcos. Si bien ya se han analizado éstos y su pluralidad, cabe señalar que interactúan o contienen distintas interacciones mediáticas; por ejemplo, la unión entre plataformas digitales e impresas para complementar información de los personajes o libros con páginas *web* que continúan la experiencia de la obra⁴⁷ lo cual da pie a las narraciones transmediáticas.

La inserción de diversos medios no los divide, sólo los cambia; no hay necesidad de una pelea entre lo impreso y lo digital, ya que pueden complementarse. Los medios son similares a los contenedores, canales para transmitir el contenido.

En el pasado, lo digital se mantenía separado de lo impreso por la razón de que el primero aún no era capaz de soportar textos o distribuirlos de una forma eficiente. Ahora sin esa limitante, los textos pueden encontrarse en cualquier medio o ser un híbrido entre ambos.

⁴⁶ To compete digitally, we must start with context and preserve its connection to content, so that both discovery and utility are enhanced. The current workflow hierarchy — container first, limiting content and context — is already outdated.

⁴⁷ Uno de los sitios más famosos de esta índole es *Pottermore*, el sitio oficial de la saga de *Harry Potter*

Los marcos acomodan lo abstracto y lo concreto, lo general y lo particular; éstos no permiten desglosar las decisiones, razones e historias de la creación del contenido; por ello, creadores e intermediarios estudian los marcos e invierten tiempo y dinero en elaborarlos. Sin embargo, debe aclararse que los marcos no producen contenido. Este no es creado al azar, ya que las obras reflejan un conjunto de motivaciones y expectativas conscientes o inconscientes, condicionadas de forma interna o externa que afectan la conducta. Por ello, para el análisis del contenido, esos factores deben contemplarse.

De igual modo, resulta conveniente recalcar que éstos no son excluyentes, diferentes modelos pueden trabajar conjuntamente; incluso es probable que en un texto haya más de un modelo en operación. Éstos son “extrapolaciones abstractas, con las que guiamos nuestras acciones, y cuentan con un poder tanto para explicar como para anticipar resultados, gracias a lo cual poseen también un poder casual” (Bhaskar, 115) .

No obstante, los modelos se encuentran influidos por aspectos políticos, estéticos, religiosos, sociales y económicos. Por ejemplo, la edición netamente política adopta muchas formas; ya sean los registros parlamentarios, como el *Congressional Report* en Estados Unidos o la producción institucional, como en el caso de la *Antología México 20: La nouvelle poésie mexicaine*, encomendada por la Secretaría de Cultura, que fue preparada para su distribución en el *Marché de Poésie* de París, donde México fue invitado en el año de 2016 y se expusieron 500 libros de poesía mexicana traducida al francés y otros tantos en su idioma original (Raya, párr. 2).

Los 20 convocados de *Antología México 20* fueron hombres y mujeres menores de 50 años quienes, para ser considerados, debían de reunir con los siguientes requisitos: tener obra publicada, recepción crítica, premios estatales, nacionales (en muchos casos internacionales) de poesía y que hubieran sido beneficiarios de los programas de becas para

escritores del FONCA, de la Fundación para las Letras Mexicanas o del Sistema Nacional de Creadores de Arte.

Aunque los poetas antologados no comparten el estilo ni temática, tienen un contexto que les es común: escriben en español; en la mayoría proviene de la Ciudad de México y Guadalajara, lo cual no representa la diversidad étnica y lingüística del país que debiera mostrar dicha antología. Se presenta un conjunto de prioridades y gustos del comité de selección. Como bien dice Javier Raya: “Esto ofrece una visión peligrosamente consensual de la poesía mexicana, pues hace suponer que dentro del aparato de apoyos del Estado caben todas las voces, estéticas y lenguas en que se escribe hoy en el país, lo cual es falso” (Párr. 4).

Como se expone en este ejemplo, no se trata de un argumento estético ni de calidad literaria, sino de la política editorial del Estado. En este caso se ven diversos modelos políticos actuando, sean declarados o no. Se puede ver cómo se ponen en juego características previamente revisadas; por ejemplo la percepción de la alta cultura. En esta ocasión, se trató de “exportar” aquellos poetas (más que la poesía) que brinden una cierta imagen al Estado. Esto, debido a que, de manera velada, aún no se considera perteneciente a la “alta cultura” a poetas que no residan en una ciudad o no hablen español. El modelo puede ser creado de una manera inconsciente.

Como se puede apreciar, los modelos se relacionan de forma íntima con sus contextos, relacionados con ellos. Para que éstos dejen de encontrarse debe de existir un cambio en la formación social ya que el modelo opera en los niveles tanto creativos como intermediarios de una obra.

Bhaskar dice que “la selección de modelos está limitada por lo disponible en la sociedad; dado que todo contenido tiene un modelo, la naturaleza de una sociedad por ende

limita y estructura la creación de obras culturales” (116). Los modelos son constituyentes activos de las obras y de su edición; es decir, forman una parte intrínseca de la razón por la cual el producto es lo que es.

El escritor, que conoce o intuye la función de los modelos suele adaptarse a ellos, pues sabe que de no hacerlo será difícil que su texto pase los dictámenes; manda otro tipo de obra o, incluso, la crea según los lineamientos de la convocatoria. Lo cierto es que no es posible disociar contenido y modelo.

Si bien estos procesos sin duda ocurren de una forma u otra, es casi imposible reducir su complejidad diversa y sus infinitas variaciones a un solo análisis. El estudio de marcos y modelos pretende superar esas limitaciones.

Como se estableció al principio del capítulo las sagas literarias juveniles están cimentadas en fuertes intereses económicos, ya que el *marketing* usa los lazos emocionales entre fans y el texto, no obstante, también utilizan a relación entre el marco, modelo, contexto para formar la primera interacción entre el lector y el texto. Lo que se convertirá en el gancho para atraer a los lectores. Esta correspondencia marca la pauta sobre el lugar en el que será distribuido, cómo será posicionado y para quién será vendido. Una vez que se logra vender con éxito el primer volumen, quienes poseen los derechos de las obras determinan si existe un público suficientemente amplio para adaptar el texto a otro medio

Los aficionados aceptan o se adaptan a las nuevas tecnologías mediáticas y consumen los diferentes productos distribuidos por las compañías. Sin embargo en la actualidad la fascinación inspirada por los nuevos universos de ficción da origen a nuevas producciones culturales creadas por los mismos fans de la obra. En el capítulo siguiente se explorará con mayor detenimiento este proceso.

CAPÍTULO 3

NOVELA FORMULARIA

Hasta el momento, se ha explicado cómo el mercado y el *marketing* crean obras *best seller* y el valor mercantil de las obras transmediáticas (específicamente las sagas distópicas juveniles), así como el rol esencial que representa la participación de los fans. En este capítulo se profundiza en las estructuras narrativas utilizadas en las obras formularias y las diferentes formas en que los aficionados reaccionan a tales producciones.

Entiéndase el concepto de fórmula como una convención diegética empleada por un gran número de obras individuales. Existen dos usos comunes para el término, ambos se relacionan en forma cercana: el primero denota el uso de algún elemento en específico o de una persona, éste puede entenderse como el uso de frases hechas, personajes o descripciones. Mientras que el segundo hace referencia a un cierto tipo de argumentos. Son lo que los académicos denominan arquetipos o patrones (Cawelti, *Advenute*, 6). Las sagas distópicas analizadas usan tanto arquetipos como personajes estereotípicos, aunque ambos conceptos no son excluyentes en las sagas estudiadas dichos elementos forman clichés. La categoría de cliché se emplea de manera general, cuando una acción o idea ha sido usada en exceso, hasta el punto que pierde novedad y el lector sabe qué sucederá a continuación. A pesar de que existen numerosos recursos aplicados en diferentes novelas, se hace hincapié en aquellas que caracterizan a la novela distópica.

En otras palabras, la estructura formularia es aquella que repite uno o varios conceptos distintivos, los cuales son replicables en más obras. Por ejemplo, un triángulo amoroso. Esta estructura es ampliamente identificable y reproducida en diferentes creaciones. Esto sucede porque, en una cultura, los esquemas de una historia tienen una cierta atracción y significado

para las personas. Por ello, a pesar de cierta inercia en el proceso, los productos formularios dependen de la respuesta del público. Cuando la actitud de un grupo cambia, nuevas fórmulas se establecen, mientras que otras desaparecen o se desarrollan nuevos temas y símbolos (Cawelti, *Adventure*,7). Retomando el ejemplo del triángulo amoroso, estudiado en el capítulo dos, éste ha presentado variaciones con el tiempo; desde los integrantes que conforman el conflicto, hasta sus diferentes resoluciones.

Las fórmulas literarias se transforman en productos culturales colectivos, debido a que articulan y fijan un patrón el cual permite a los miembros de una sociedad compartir una misma fantasía. Para poder estudiar estas obras, se debe considerar la estructura básica de una fórmula. John Cawelti establece que:

Todo producto cultural contiene una mezcla de dos elementos: convenciones e invenciones. Las convenciones son elementos que conocen de antemano tanto el creador como el público. Esto consiste en una elección de: temas, personajes estereotipados, ideas aceptadas, metáforas de uso común y otros artificios del lenguaje, etc. Las invenciones, por otra parte, son elementos únicos he imaginados por el autor, tales como nuevos personajes, ideas e incluso elementos lingüísticos (Cawelti, *The concept*, 118).⁴⁸

Debido a que las historias formularias retoman convenciones compartidas y expandidas, el lector entiende con facilidad el tema y la trama de la obra. Las historias formularias —contrario a otro tipo de literatura— toman la forma de los anhelos y deseos personales. Las novelas de aventuras, misterio o romance son usadas como vía de escape temporal de las frustraciones de la vida. Por ello, Cawelti menciona que la crítica literaria ha definido este tipo de obras como subliteratura (en oposición a la literatura), entretenimiento (contrario a literatura seria), literatura popular (contra alta literatura),

⁴⁸ All cultural products contain a mixture of two kinds of elements: conventions and inventions: conventions are elements which are known to both the creator and his audience before-hand they consist of things like favorite plots, stereotyped characters, accepted ideas, commonly known metaphors and other linguistic devices, etc. Inventions, on the other hand, are elements which are unique imagined by the creator such as new kind of characters, ideas, or linguistic forms. (Cawelti, 118)

masiva (comparado con la literatura de élite) (*Adventure*, 13); gracias a estas separaciones la crítica entiende este tipo de textos como inferior, simple o pervertida, en lugar de estudiar el aspecto y características de escape como un tipo de propósito y justificación.

Cawelti establece que la llamada literatura culta (Cawelti, *Adventure*, 13) crea mundos como los conocemos, mientras que las obras formularias muestran elementos de un mundo ideal, sin el desorden, la ambigüedad, la incertidumbre ni la limitación de nuestra experiencia con el mundo. No importa si el mundo creado por la fórmula no existe o se encuentra distorsionado; la relación entre las convenciones y las experiencias reales de los lectores basta para realizar un pacto con ellos y atraerlos para crear un nuevo marco de referencias. En cualquier clase de fórmula se presenta al menos una capa de realidad, lo cual crea empatía entre los sucesos de la obra y el lector.

Con ello, se logran dos funciones primordiales para el triunfo de una novela formularia: el escape y el entretenimiento. Las obras generan una gran cantidad de tensión, seguida de una inmediata dosis de emoción y gratificación. Se espera que gracias a ello, el lector es capaz de olvidar por un momento su existencia y adentrarse por completo en este mundo imaginario. Para lograrlo, el lector necesita un fuerte interés y estímulo (difícil de conseguir en otro tipo de literatura); se requiere de una historia emocionante, rápida y excitante. Por otra parte, la violencia, el sexo y la persecución juegan un papel importante en las estructuras de la obra, ya que crean en los lectores sentimientos intensos que logran distraerlo. Cawelti explica que existen dos elementos psicológicos necesarios para que el escape literario triunfe y ambos juegan un papel importante para delimitar la experiencia imaginaria necesaria para la relajación y la regeneración. Lo expresa del siguiente modo:

El hombre tiene dos anhelos esenciales. Primero requiere la paz, el orden, la seguridad, la protección contra el terror y confusión de la vida. El ser humano

precisa de un mundo familiar y predecible, una vida que sea felizmente igual... pero el segundo impulso es contrario al anterior: la gente desea una cantidad positiva de incertidumbre, emoción, confusión y riesgo; quiere problemas, tensiones, peligros y misterios. Una persona se hallaría perdida sin enemigos, ya que, a veces, se es más feliz entre se es más miserable. La espontaneidad humana está carcomida por la uniformidad: el hombre es el animal más versado en aburrirse⁴⁹ (Cawelti, *Adventure*, 16).

Sobra decir que ambos impulsos se encuentran en un conflicto inevitable; si existe seguridad, la persona se aburre, pero si se rechaza el orden, queda la inseguridad y el temor; por ello, la fórmula brinda un balance de ambos impulsos, al crear una tensión dinámica entre ellos. Por tanto la estructura de una fórmula consta de tres puntos lineales: interés, excitación y resolución.

3. 1 NOVELA FORMULARIA DEFINICIÓN Y CONTEXTO

Estas ficciones son constructos que pueden ser descritos como fantasías morales. En estas novelas se crean mundos imaginarios, en los cuales las audiencias pueden encontrar una gran excitación sin confrontarse con el miedo y el peligro que dichas situaciones tendrían en la realidad.

John G. Cawelti pionero del estudio de la cultura popular propone cuatro postulados sobre la dialéctica de la fórmula literaria y su papel como producto cultural, los cuales se explican a continuación. Primero: “las historias formularias captan la atención del lector al presentar un mundo imaginario en el que muestra intereses y actitudes alineado con sus propios deseos” (*Adventure*, 35)⁵⁰. Al confirmar las definiciones existentes del mundo, las fórmulas literarias ayudan a mantener los consensos culturales acerca de la naturaleza de la

⁴⁹ Man has two primal needs. First is a need for order, peace, and security, for protection against the terror or confusion of life, for a familiar and predictable world, and for a life which is happily more of the same... but the second primal impulse is contrary to the first: man positively needs anxiety and uncertainty, thrives on confusion and risk, wants trouble, tension, jeopardy, novelty, mystery, would be lost without enemies, is sometimes happiest when most miserable. Human spontaneity is eaten away by sameness: man is the animal, most experts at being bored.

⁵⁰ Formula stories affirm existing interests and attitudes by presenting an imaginary world that is aligned with these interests and attitudes.

realidad y la moral. Dicho de otra forma, un aspecto de la estructura es el proceso de confirmar la visión convencional de una situación cultural. Tal como sucede con los personajes principales de las sagas juveniles⁵¹, las heroínas son mujeres jóvenes, independientes, que buscan liberarse de diferentes procesos de opresión social. Aunque logran una emancipación con respecto a una imposición irracional por parte del gobierno, todas las protagonistas terminan por relacionarse de manera formal (noviazgo, matrimonio) con un hombre.

Segundo: “Las fórmulas resuelven tensiones y ambigüedades, resultado del conflicto de intereses o por actitudes ambiguas con respecto a algún valor particular por parte de una cultura; la fórmula armoniza los conflictos” (*Adventure*, 35)⁵². Un ejemplo de ello es el mundo creado en las sagas distópicas juveniles. En ellas, se crea una separación de espacios; el primero es el lugar donde habita el protagonista, el cual está delimitado, regulado y gobernado por personas fuera de éste, pertenecen a un segundo espacio. Es un lugar utópico para los protagonistas; a primera vista, parece un territorio de ensueño, lleno de aquello que el primer espacio no tiene. Sólo cuando avanza la novela descubrimos que esa zona idílica encierra todas las injusticias, misterios o conflictos que se deben resolver en la historia. Un ejemplo es la ciudad del Capitolio en *Los juegos del hambre*, Pretty Town en la saga *Traición*, El palacio Illéa, en la saga *La Selección* o Ciudad república en *Legend*.

En las locaciones se concentra toda la malevolencia que aparece en la novela y el objetivo principal es derrocar las ciudades, porque bajo la lógica de la novela al hacerlo se terminará la maldad. Estos espacios se vuelven simbólicos; esas urbes idílicas representan la

⁵¹ Esta situación aparece en las sagas de *Divergente*, *Los juegos del hambre*, *La Selección*, *Parciales*, *Eve*, *Las crónicas lunares*.

⁵² Formulas resolve tensions and ambiguities resulting from the conflicting interest or different groups whiting the culture or from ambiguous attitudes toward particular values. The actions of a formula story will tend to move from an expression of tension of this sort of harmonization of these conflicts.

ambigüedad del poder, sitios aparentemente atractivos convertidos en centros de control y opresión. La fórmula resuelve esta tensión al derrumbar al viejo sistema ante el cual se impone uno nuevo, libre de toda mácula.

La tercera proposición señala que “mediante las fórmulas, las audiencias pueden explorar los límites entre lo permitido y lo prohibido y sentir, de una forma controlada, la sensación de estar al borde de las mismas” (Cawelti, *Adventure*, 35)⁵³. Esto puede verse en todas las fórmulas de novela distópicas en las que la pareja central de jóvenes mantiene una tensión sexual, si bien la atracción se va desarrollando a lo largo de los capítulos; dicha unión no llega a consumarse o, de hacerlo, esa escena es evitada en el texto, mientras que los besos y caricias son descritas de forma extensa, esto puede verse lo largo de todos los volúmenes de las sagas estudiadas.

La última afirmación es la siguiente: “Las fórmulas asisten en el proceso de asimilación de cambios de valores tradicionales o constructos imaginarios de una sociedad” (Cawelti, *Adventure* 36)⁵⁴. A pesar de que la mayoría de las heroínas de las sagas distópicas terminan con un hombre (Katniss, en *Los juegos del Hambre*; Triss, en *Divergente*; June, en *Legend*; Tally, en *Traición*; Clary, en *Cazadores de sombras*.) pocas contraen matrimonio (América en *La Selección* o Cinder en *Las crónicas lunares*), esto puede deberse a una nueva concepción de unión en la que no es necesaria una ceremonia religiosa o civil para legitimar una relación, lo que ayuda a formar un nuevo constructo de compromiso.

Se puede ver que existe una profunda conexión entre las fórmulas literarias y diferentes procesos sociales. Estas obras toman imágenes culturales, mitos, historias

⁵³ “Formulas enable the audiences to explore in fantasy the boundary between the permitted and the forbidden and to experience in a carefully controlled way the possibility of stepping across this boundary” (Cawelti, *Adventure* 35).

⁵⁴ Literary formulas assist in the process of assimilating changes in values to traditional imaginative constructs in a society.

arquetípicas, para atraer a lectores, si bien más que universales, transculturales. El uso de estructuras conocidas es uno de los factores que transforma esta literatura en un producto mucho más redituable que un libro de otra índole, ya que, al poseer argumentos fácilmente reconocibles pueden incursionar en diferentes mercados.

Por ello son capaces de llegar a un mayor rango de personas que otro tipo de obra. Éstas conforman la mayor parte de la “dieta cultural” de los lectores, televidentes y las audiencias de los cines, estructuras clasificadas por su fórmula o género.⁵⁵ Se puede apreciar que parte del éxito de las obras se vincula con la sencilla comprensión de éstas. Para disfrutar *Harry Potter y la piedra filosofal*, no hace falta haber leído bestiarios medievales o tratados de alquimia; sin embargo si el lector los conoce, puede comprender de inmediato a qué se enfrenta el protagonista, pero si no lo ha hecho, no existe ningún problema, porque la misma fórmula revelará en qué consiste cada uno de los elementos presentados a lo largo de la obra. Justo por tal asociación con el entretenimiento, la relajación y el escape, los literatos han dejado de lado su estudio, a menudo las menosprecian al llamarlos productos enlatados (Blanco, 8). Tipificadas como productos basura, se desprecian sin revisar su contenido. Este fenómeno artístico se toma y se reduce —o se traduce— a un caso con términos no literarios. Es necesario reconocer que existen construcciones artísticas creadas bajo el único propósito de crear diversión y placer.

⁵⁵ Entiéndase al género como un grupo o categoría en que se clasifica a las obras atendiendo a su contenido, al ser creados con ciertos patrones determinados (pero no limitados). Es pertinente tener cuidado en hablar de ambas categorías ya que pueden resultar similares, pero mientras que la fórmula es similar a una casa prefabricada, el género es un edificio. Puede decirse que ambas son construcciones y necesitan una cierta estructura interna, pero la casa prefabricada tendrá más o menos la misma forma, mientras que el edificio puede crecer.

3.2 NOVELA FORMULARIA DISTÓPICA (ARQUETIPOS Y PATRONES)

En este trabajo, como se ha explicado, se revisaron cinco sagas distópicas juveniles⁵⁶; sin embargo, se utilizó un *corpus* complementario para enfatizar el uso de ciertas pautas repetitivas.⁵⁷ Dichos textos fueron publicados entre el año 2008 y 2017. Las sagas estudiadas tienen como punto en común narrar una distopía⁵⁸ Aunque algunas de las obras siguen publicando textos (precuelas o secuelas), los nuevos libros utilizan la misma fórmula. Mediante el presente se exponen los elementos que constituyen este tipo de novelas.

Como se mencionó, las sagas utilizan estereotipos, arquetipos y clichés. Para facilitar la comprensión de dichas categorías se analiza el primer concepto, es decir, los personajes estereotípicos. Los estereotipos formularios son específicos de acuerdo con la cultura particular y el periodo. No obstante, estos pueden cambiar de significado fuera de ese determinado contexto, algunos personajes han trascendido su tiempo y muchos han sido reformulados. El uso de estereotipos facilita que el lector sepa qué esperar de ese protagonista; le permite anticipar las acciones que realizará. La reiteración de la figura suscita la intensificación de una experiencia familiar⁵⁹. Este vínculo favorece que el público se sienta conectado, se crea un mundo propio, en la cual algo se vuelve conocido debido a la reincidencia (Cawelti, *Adventure*,10). En este rubro se encuentran los caracteres de la novela

⁵⁶ En orden cronológico: *Cazadores de sombras*, escrita por Cassandra Clare (2007- continúa) Los juegos del hambre por Suzanne Collin (2008- 2010), *Maze Runner*, James Dasher (2009-2011), *Divergente*, creada por Veronica Roth (2011-2013) y *la quinta ola*, realizada por Rick Yancey (2013-2016).

⁵⁷ Enlistada en orden cronológico: *Traición* (2005-2011, Scott Westfield), *Juntos* (Ally Condie 2010-2012), *Legend* (2011-2013 Marie Lu), *Parciales* (2012-2014, Dan Wells), *Insignia* (2012-2014, S.J. Kincaid), *La Selección* (2012-2016, Kiera Cass), *Las crónicas lunares* (2012-2016, Marissa Meyer), *Trilogía Eve* (2012-2014, Anna Carey).

⁵⁸ Bajo ese esquema, obras como *Guerra mundial Z*, *El círculo* o *The Walking Dead* no entran en la definición; las obras anteriores pueden situarse en la fórmula de novelas apocalípticas o posapocalípticas, escritos situados en un mundo que toma lugar durante un desastre masivo que causa el derrumbe de la sociedad o religión y que resulta en el final del mundo como se conocía.

⁵⁹ Cuando la misma situación o personaje se repite exactamente igual a lo largo de diferentes obras se transforma en un cliché.

distópica. A continuación, se realiza un análisis de los héroes y co-protagonistas de las sagas literarias, se exponen sus características (tanto físicas como de personalidad), su función dentro de la obra y su evolución. Si bien cada uno tiene algún rasgo distintivo, se hace hincapié en aquello que los convierte en prototípicos, puesto que diferentes autores emplean la misma figura para representar una determinada función en su novela. La habilidad de dar una nueva vitalidad a estos estereotipos evita que la fórmula se torne aburrida. El autor debe aprender a jugar con lo esperado, pero no distender tanto la historia que se pierda la tensión.

El autor debe reinventar la fórmula:

La calidad del trabajo individual depende de la habilidad del autor para inventar un nuevo tipo de mistificación mientras se sigue trabajando con la estructura convencional. Ya que si bien cada fórmula tiene sus límites predeterminados que determinan qué nuevas invenciones se pueden introducir sin llegar al punto total de ruptura. (Cawelti, *Adventure*, 10)⁶⁰

Estos cambios pueden ser en pequeño; por ejemplo, un espacio. Las aventuras de samuráis en otro lugar se convierten en *westerns*. La saga de *Las crónicas lunares* se basa en cuentos folclóricos —como la *Cenicienta*, *Rapunzel*— llevados a un futuro distópico en el cual los personajes que todo el mundo conoce son mitad *cyborgs*.

Otra forma de innovar a un estereotipo ya conocido y agregar nuevas características al personaje esta actualización de la fórmula puede convertirse en un nuevo género o produce un nuevo tipo de personaje. Uno de los más famosos ejemplos es Sherlock Holmes; el personaje encarna cualidades que parecen ser contrarias al estereotipo; por un lado, se tiene a un hombre de ciencia, investigador y racional pero, por el otro lado, las cualidades básicas de un

⁶⁰ The quality of the individual work depends on the author's ability to invent some ingenious new type of mystification while still working within the conventional structure of rational detection. Each formula has its own set of limits that determine what kind of new and unique elements are possible without stranding the formula to the breaking point (Cawelti, *Adventure*, 10).

poeta romántico. La composición de contrarios es lo que creó a este icónico personaje (Cawelti, *Adventure*, 11).

En ocasiones, el modelo es demasiado frágil; obras pueden fracasar porque el autor trata de crear o desarrollar situaciones o personajes demasiado complejos para la historia formularia de la cual son parte. Algunas estructuras han permanecido en el gusto de audiencias por un gran número de años, sin la revitalización de los personajes y las situaciones, pero es poco probable que una fórmula sobreviva su momento histórico.

Como se mencionó al principio del capítulo, los autores de las sagas literarias usan personajes estereotípicos y arquetipos para la creación de su obra. Aunque son palabras que suelen ser utilizadas como sinónimos, existe una clara diferencia entre ambos términos; por ejemplo el arquetipo como el modelo original y primario en una obra, mientras que el estereotipo se define como una imagen o idea aceptada por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

El arquetipo está definido por Cawelti como un “modelo original y primario en el arte el cual aparecen a lo largo de diferentes culturas” (Cawelti, *Adventure*, 6). Por tanto, se puede decir que esta categoría refiere a una imagen idealizada que puede y suele transformarse en estereotipos. La diferencia entre ambos conceptos es clara, el arquetipo define una forma única y exclusiva sobre cómo desarrollar una historia, mientras que el estereotipo hace referencia a ideas instauradas de forma general en el colectivo social. El arquetipo es único; el estereotipo, común.

Una característica determinante de esta clase de figuras es que se componen de dos elementos: uno positivo y uno negativo: si hay un héroe hay un villano, si hay una mujer ideal hay una mujer perversa, entre otros. El arquetipo plantea los argumentos narrativos: la forma como se mueven los personajes, como se comportan y las acciones que realizan para

lograr sus fines.

Estas imágenes se adaptan a la cultura imperante y se moldean a gusto de cada cultura, al colocar rasgos, atributos y tipos de conducta originados y reforzados mediante la interacción social, cuyo objetivo es reflejar los roles que los grupos deben desempeñar en la sociedad. Por otro lado, el estereotipo es una consecuencia cultural de los arquetipos, el cual se crea sobre una imagen que no se ajusta a la realidad. “Se trata de un cliché simplificado que trata de explicar fenómenos y comportamientos” (Clúa, 190). Una de las desventajas de emplear personajes estereotípicos es que éstos se acercan de forma peligrosa a un prejuicio, ya que asignan etiquetas a colectivos para convertirlos en un todo sin divisiones internas y condiciona las creencias que una sociedad puede terminar manteniendo sobre un determinado grupo. Por ello, los incidentes son fantásticos, irreales: “representaciones de triunfos psicológicos no físicos” (Cawelti *Adventure*, 34).

Los personajes en las novelas distópicas pueden reducirse a dos categorías: los protagonistas y los antagonistas. En el primer grupo se encuentra el héroe, el ayudante, el interés amoroso, el guía y los aliados. Mientras que en el segundo rubro están el villano y sus aliados. Para estudiar las funciones dentro de la novela distópica, primero se da una breve descripción del personaje y las cualidades que lo caracterizan; luego, se expone una definición del papel realizado en la obra y, finalmente, se profundiza en el signo convencional atribuido mediante comparaciones entre las diferentes sagas de aventuras.

Se inicia con el héroe o a la heroína. De las sagas distópicas analizadas, sólo una de ellas contenía a un héroe masculino como personaje principal, mientras que el resto eran mujeres jóvenes (en un rango de edad entre 14 y 20 años). Todas inician su aventura desde el mundo cotidiano, cabe señalar que una de las pequeñas rupturas con los cuentos folclóricos es el espacio, ellas parten de un mundo postapocalíptico que ha sido reestructurado. En este

nuevo orden, los papeles sociales han cambiado. Si bien es un escenario nuevo el que se plantea, surge del mismo esquema planteado por Campbell.

El mundo habitual para los personajes se vuelve un mundo nuevo para el lector. En este espacio —mediante la narración que oscila entre la primera y la tercera persona— se conoce a las protagonistas. Cawelti establece que: “se presenta un personaje con el cual la audiencia se identifique, el cual se enfrenta a las más aterradoras situaciones para lograr un éxito⁶¹ (*Adventure*, 40).” En las fórmulas existe un gran rango de triunfos a los cuales se enfrenta el héroe; por ejemplo, en salvar al país en una historia de espías, capturar al criminal en una novela policiaca; en las sagas distópicas, el objetivo es luchar contra la injusticia social ejercida por parte del gobierno.

Existen numerosos factores que definen al héroe; sin embargo, Cawelti establece que dos elementos se mantienen constantes en la caracterización de uno: “plasmarlo como un superhéroe, con una fuerza y habilidad extraordinaria, o como *uno de nosotros*, representado (por lo menos al principio de la historia) con carencias o actitudes presuntamente compartidas con la audiencia (Cawelti, *Adventure*, 40)”⁶². En las sagas analizadas, los personajes principales encajan en el segundo modelo. A continuación, se mostrarán breves citas que ejemplifican este hecho:

La Cassie que era antes de la llegada, antes de los otros aparcaran sus traseros alienígenas en nuestra orbita (...) La diminuta lluvia de pecas que le cubría la nariz, un pelo rizado indomable y el chico guapo que aun viéndola todos los días, ni siquiera se había percatado de su existencia. La Cassie que empezaba a hacerse a la idea de la dolorosa realidad que era normalita (Yance, *La quinta ola*, 37)

Aunque Tom tenía catorce años, era bajo, muy delgado y tenía acné. Por lo general, la gente no lograba adivinar su edad (Kincaid, *Insignia*, 8).

⁶¹ It presents a character, with whom the audience identifies, passing through the most frightening perils to achieve some triumph.

⁶² Shape as a superhero with exceptional strength or ability or as “one of us”, a figure marked, at least at the beginning of the story, by flawed abilities and attitudes presumably shared by the audience.

En ciertas sagas (en este caso *La quinta ola* e *Insignia*) se enfatiza la normalidad del héroe y sus defectos físicos y de carácter. Esto contrasta con el resto del mundo ficticio de la saga, Puesto que en la mayoría de estos universos la imperfección no existe, por tanto se puede decir que el autor hace evidente la vulnerabilidad del protagonista y su sensibilidad. Este es uno de los rasgos que lo separa y singulariza del resto de los personajes y durante el último encuentro con el villano será aquello que le permita ganar la batalla. En el caso de *La quinta ola*, la heroína Cassie es capaz de hacer el último sacrificio dado que es la única con suficiente empatía para contener en su cabeza el pensamiento de 10,000 personas y no ser destruida por ello.

En otras novelas (*Divergente*, *Traición*, *Los juegos del hambre* y *Cazadores de sombras*) la protagonista a pesar de ser casi una adulta se sigue percibiendo como una infante. De igual forma se describe así misma como una persona común, sin características interesantes o atractivas. A pesar que el resto del mundo la considere bella, no lo creará hasta que esto sea dicho por el interés amoroso. Por ejemplo:

En mi reflejo, veo una cara delgada, grandes ojos redondos y una nariz larga, todavía me veo como una pequeña, aunque en algún momento en los últimos meses cumplí los dieciséis años (Roth, *Divergente*, 7).

Para ser hermosa, se tenía que ser esbelta y alta, cuando se era tan baja como Clary, apenas algo más de metro cincuenta, una sólo era mona. No guapa o hermosa, sino mona. Si a eso se añaden un cabello color zanahoria y una cara llena de pecas, Clary era más bien como aquella muñeca llamada *Reggedy Ann* comparada con la muñeca *Barbie* que era su madre (Clare, *Ciudad de hueso*, 35).

Estos cuatro fragmentos (pertenecientes a diferentes sagas) aparecen en las primeras cuarenta páginas de la novela; aún no se conoce nada del pasado o del futuro del héroe o heroína. Sólo se sabe el estado “común” de éste. Este aspecto genera empatía con el lector joven, ya que

pone en manifiesto sus propias inseguridades, miedo y deseo de pertenencia.

En esta primera parte (la partida), cabe resaltar que la heroína/héroe posee un nombre, el cual cambiará hacia el final del primer tomo. En las sagas analizadas, el protagonista no se encuentra de acuerdo con ese nombre, ya que refleja un aspecto de sí mismo que no le agrada o es el mote dado durante la niñez. El cambio de nombre simboliza la ruptura con el viejo entorno y el inicio de su viaje como héroe⁶³. En la mayoría de las obras, el cambio del nombre es voluntario y ejercido por las mismas protagonistas, como un acto de empoderamiento con respecto a su anterior situación.

En las novelas formularias, los nombres de los protagonistas no son comunes o, de serlo, se cambia la forma de deletrearlo. De manera general, los autores de sagas distópicas recurren a nombres populares en la época victoriana (Brown, párr. 11) como lo es: Clarissa, Magnus, Tobías, Beatrice, Elizabeth. De igual forma, se privilegian los nombres con significado; por ejemplo Caleb, que significa leal; Morgenstern, lucero del alba, el cual hace referencia a Lucifer, lo que señala de modo claro al villano de la obra o Selene, que alude a la diosa de la luna lo que designa a la portadora del nombre como la heroína con súper poderes. El nombre de los héroes se convierte en una marca de diferencia con los otros (*Las crónicas lunares*, *Cazadores de sombras*, *Eve*, *La Selección*). La mayoría de las veces, el nombre brinda una característica al personaje en especial referente a la misión que desempeñará o a la relación que mantiene con el pasado o los padres.

Las novelas distópicas se enfocan en el viaje del héroe o heroína, pues el punto central del personaje es encontrar el sentido de su vida y del papel dentro de la sociedad. A lo largo

⁶³ Por ejemplo, el cambio de Beatrice Prior por Tris, en la saga *Divergente*; el de Clarissa Fray por Clary Morgenstern en *Cazadores de sombras*; Cassiopea por Cassie, en *La quinta ola* o Linh Cinder por Selene en *Las crónicas lunares*.

de la obra, la búsqueda realizada por los héroes causa empatía con el receptor adolescente quien se encuentra en una búsqueda similar, ya que la realización del anhelo de reconocimiento es algo con lo que la mayoría de los jóvenes aspiran (Bettelheim, 6).

Parte del atractivo de estas novelas recae en la identificación creada entre el lector y la novela. La mayoría de éstas están enfocadas a un público joven, en específico adolescentes. Esta audiencia se encuentra en un punto complicado de su vida, ya que si bien ya no son niños tampoco gozan de los derechos y obligaciones de un adulto. La mayoría de ellos aún tratan de averiguar quiénes son y qué quieren, los protagonistas de las novelas distópicas se perciben como independientes y ambiciosos; por tanto, son vistos por los lectores como un modelo a seguir.

Los héroes no muestran las inseguridades y preocupaciones (como los problemas familiares, las relaciones interpersonales y la relación consigo mismo) sino que exponen una forma exitosa de resolver estos conflictos. De igual forma, se manifiesta que está bien ser diferente; obras como *Divergente*, *Las crónicas lunares*, *Legend*, *Parciales* y *La quinta ola*, muestran cómo la “incapacidad” de la protagonista por encajar en un molde, es lo que la convierte en la elegida para liderar la rebelión.

Sin embargo, no todo el atractivo de las sagas distópicas recae en la situación emocional del protagonista; Anthony Horowitz, autor de la saga de espías juvenil *Alex Rider*, reflexiona sobre los elementos que atrapan al público lector de las sagas de distopía juvenil:

Estas novelas dieron un golpe notable, al crear personajes femeninos que generan el mismo interés tanto a chicos como a chicas; es interesante cómo estos libros administran el balance entre intrincados y detallados triángulos amorosos con secuencias altamente violentas. No muy seguido se encuentran ambos elementos en una misma portada de un libro juvenil. (Armistead, párr. 3)⁶⁴

⁶⁴ The novel pulled off a remarkable coup, producing a female character that has equal appeal to both boys and girls and its interesting how the book manages to balance an intricate and detailed love triangle with

De igual modo, al interior de la diégesis, las heroínas rompen las típicas nociones de género, atribuidas a las mujeres. Todas ellas son fuertes e independientes, realizan actividades por lo regular asignadas a los hombres como pelear, disparar o cazar, liderar. También son libres para expresar sus sentimientos y opiniones sin que nadie les diga que moderen el tono. Esta noción resuena con las aspiraciones del público receptor:

Las protagonistas se encuentran cómodas al asumir su masculinidad ya que ésta en realidad no es transgresiva, puesto que las protagonistas habitan en un mundo donde existe una plétora de feminidades y son aceptadas como normales, cuestión radicalmente diferente de la América moderna, donde muchas de las lectoras viven, en la cual sólo existe una versión de feminidad, sólo la feminidad hegemónica, es aceptada (Smith, 8).

En la descripción del héroe, tanto hombres como mujeres pueden sentirse identificados, ya que éste rompe el esquema de lo esperado. Para las jóvenes, se muestra a un personaje en el cual se vierten “varias feminidades” (Smith, 27); por un lado, está la mujer con características masculinas; por otro, el rol clásico de mujer (en el que se aspira tener hijos, encargarse del hogar), nociones que parecen irreconciliables en la realidad actual. Mientras que para los hombres expone que es posible romper las ideas de género.

El mundo futurista donde los personajes se desarrollan es tan caótico y lleno de conflictos que los problemas de género se suspenden y cada uno es libre de actuar como quiera. Las heroínas logran este balance al crear una transición entre las diferentes actitudes, durante el principio y el desarrollo de la aventura. Se muestra esta feminidad “con atributos masculinos”, mientras que, al final de la aventura, se regresa al papel estereotípicamente femenino.

En todas las sagas, las heroínas luchan y expresan su masculinidad dentro del contexto

sequences of fairly gruesome violence. It's not often you find both these things between the covers of the same YA [young adult] book (Armistead, párr. 3)

distópico pero, cuando el conflicto se resuelve, se regresa a un rol más tradicional. Katniss entabla una relación con Peeta (*Los juegos del hambre*) y se queda en casa con sus hijos; de igual forma lo hará América (*La Selección*), Eve decide concebir a su bebé (*Eve*), Cinder renuncia a ser líder y deja que su prometido gobierne (*Las crónicas lunares*), mientras que aquellas que permanecen solteras durante el lance como Kira (*Parciales*) y June (*Legend*) deciden formar una pareja.

Por tanto, las novelas implican que las heroínas fueran capaces de trasgredir los roles de género, debido a que la sociedad en la cual habitan enfrenta un obstáculo. Una vez que el problema se resuelve, las protagonistas regresan a los papeles femeninos tradicionales. Por lo cual, “se transmite el mensaje de que la subversión es aceptable sólo cuando es la única opción” (Smith, 26).⁶⁵ Aquellas protagonistas que no regresan a ese papel —como en el caso de Tris (*Divergente*) o Cassie (*La quinta ola*) — se sacrifican para traer el orden de vuelta. “Ninguna puede existir con su yo más masculino, una vez que el conflicto social es resuelto” (Smith, 27).⁶⁶

Las personalidades no suelen ser multidimensionales; los personajes principales femeninos se encuentran restringidos a un tipo de identidad, caracterizados por su seriedad, estoicidad, justicia, honor y su falta de sentido del humor. Las heroínas pueden sonreír, pero no hacen bromas, lo que queda reservado para sus contrapartes masculinas.

La historia de la heroína comienza con lo que Campbell denomina “la partida”; este punto suele ser propiciado por un momento de quiebre en la relación con el progenitor, por su desaparición o su muerte. Tanto en *Cazadores de sombras* como en *Scarlet* (*Las crónicas*

⁶⁵ They have to conform in some way, in order to convey the message that subversion is acceptable only when it is the only option. (Smith, 26)

⁶⁶ Neither can continue to exist as their more masculine selves with the larger societal conflict is resolved. (Smith, 27)

lunares), el rapto de la figura materna es lo que causa que la heroína decida adentrarse en un nuevo mundo. En *Divergente* y en *Juntos*, la protagonista decide optar por un camino diferente al de generaciones anteriores. En *Los juegos del hambre*, *Maze Runner*, *Legend*, *Insignia*, *la quinta ola*, *la saga Selección* y *Cinder* (primer tomo de *Las crónicas lunares*) la muerte o falta de las figuras progenitoras es lo que motiva que el héroe tome decisiones que lo prepararán para la aventura.

Cabe resaltar que los padres de los héroes suelen desempeñar alguna de las cuatro funciones que se enlistan a continuación: aliados, enemigos, las figuras ausentes o como misterio. Sin importar qué papel desempeñe alguno (o ambos) morirán de forma inevitable en algún punto de la saga. En la mayoría de los casos el personaje se encuentra ausente (o muerto) desde el principio. Para que el viaje del héroe pueda comenzar debe haber alguna clase de alejamiento por parte de éste.

A continuación, se enlistan algunos ejemplos:

... Mi padre lo sabía y me había enseñado unas cuantas cosas antes de volar en pedazos en la explosión de una mina. No quedó nada de él que pudiéramos enterrar. Yo tenía once años; cinco años después, muchas noches me sigo despertando gritándole que corra. (Collins, *Los juegos*, 13)

En el caso de *Los juegos del hambre* son las enseñanzas del padre lo que la salvara y marcará la identidad de la heroína. Mientras que la ausencia de recuerdos sobre sus progenitores servirá como un motivante para que Thomas (héroe de *Maze Runner*) comience a cuestionarse la sociedad en la que vive:

No sabía de dónde venía, cómo había terminado adentro de ese sombrío montacargas, ni quiénes eran sus padres (Dashner, *Maze* 6)

En el caso de *Cazadores de sombras* y *Eve*, las protagonistas crecen con una idea errónea sobre quién era su padre y cómo murió. A lo largo de la serie esa idea será desmentida. Sin embargo las heroínas crecen admirando la falsa idea sobre él.

En la repisa sobre la chimenea había una foto enmarcada del padre de Clary (...) Había sido un soldado condecorado por su servicio en el extranjero. Jocelyn tenía algunas de sus medallas en una cajita junto a su cama, aunque las medallas no sirvieron de nada cuando Jonathan Clark estrelló su coche contra un árbol a las afueras de Albany y murió incluso antes de que naciera su hija (Clare, *Ciudad de hueso* 32)

En ocasiones, sólo se conoce al progenitor a partir de las palabras del protagonista o de otros personajes. Aunque muchas veces no existe el personaje en la obra, su muerte es uno de los factores que motiva el viaje del héroe. La separación es necesaria, ya que plantea un problema angustioso con el cual el personaje principal deberá lidiar. Mediante ello, se plantea un conflicto en la existencia del héroe de forma concisa y breve. Esto le permite atacar los problemas en su forma esencial⁶⁷.

Si bien las figuras paternas cumplen alguno de los cuatro roles mencionados, según sus características pueden ser divididos en dos categorías: ideales y conflictivos. De las cinco sagas analizadas, sólo en una existe un padre ideal. En las sagas distópicas, al igual que en la mayoría de los cuentos folklóricos (Propp, 39), los progenitores se encargan de dar las prohibiciones (ya sea de forma velada o no) y mostrarle cómo relacionarse con la sociedad. En la novela distópica formularia uno de los padres es el encargado de sembrar la idea de la rebelión (de forma indirecta, en ocasiones). Tras la muerte o el alejamiento de estos, el héroe toma conciencia de la verdadera naturaleza de la sociedad en que habita.

Cuando el héroe o heroína se encuentra solo es cuando los aliados se manifiestan: el guía y los colaboradores, el ayudante y el interés amoroso. Estos personajes lo ayudan en su búsqueda; por ejemplo, el personaje del guía introduce a la heroína al nuevo mundo y le

⁶⁷ En las adaptaciones fílmicas y televisivas el alejamiento de la figura paterna se establece de dos formas: fuera de cámara (en este caso el espectador conoce el evento mediante regresiones o porque el héroe comenta con otro personaje lo acontecido previamente) o como una secuencia que aparece en los primeros minutos de la producción.

ayuda a desarrollar alguna habilidad que necesite para enfrentar la misión; por ejemplo, Cinna en *Los juegos del hambre* es quien confecciona los atuendos para la heroína y quien termina por darle el apelativo por la cual será reconocido⁶⁸: “Cinna me ha dado una gran ventaja, nadie me olvidará. Ni mi aspecto, ni mi nombre: Katniss, la chica en llamas. Por primera vez siento una chispa de esperanza. (Collins, *Los juegos* 46).”

El guía toma el lugar de la figura paterna y supervisa al héroe en las pruebas que debe enfrentar. De igual forma, brinda al protagonista alguna clase de amuleto que lo ayude en su trayecto. Como menciona Joseph Campbell, “Esta figura se aparece típicamente al héroe que ha respondido a la llamada de la aventura (74)”. Si bien este personaje se encuentra en algunas de las sagas utilizadas (*Los juegos del hambre*, *Insignia*, *Maze Runner*) no está en la totalidad de ellas, debido a que la mayoría de los héroes en las sagas rechazan en un primer momento el llamado a la aventura.

La diferencia entre el guía y los colaboradores recae en la relevancia del primero, puesto que los colaboradores son personajes secundarios que aparecen en un punto para brindar apoyo al personaje o regresarlo al camino correcto (Propp, 55). Como se profundiza más adelante, existe un punto en la historia en el cual el héroe le da la espalda a la aventura o pierde el propósito de esta.

En este momento, la muerte de uno de los colaboradores causará que el héroe retome su senda, como sucede en el caso de Rue (colaborador de *Los juegos del hambre*):

⁶⁸ Cabe señalar que en las adaptaciones cinematográficas, estos son los roles que suelen ser realizados por actores o celebridades reconocidas en el medio fílmico masivo. Por ejemplo el músico Lenny Kravitz en el papel de Cinna o Patricia Clarkson como funcionaria de CRUEL en *Maze Runner*, Octavia Spencer como Johanna Reyes en *Divergente*, etc.,. Una de las razones de ello es debido a que en la mayoría de los casos los papeles de héroes suelen ser asignados a actores jóvenes no tan conocidos por el público internacional, mientras que los roles de reparto son adjudicados a artistas con mayor fama en espera de atraer a espectadores no familiarizados con la saga literaria.

La muerte de Rue me ha obligado a enfrentarme a mi furia contra la crueldad, contra la injusticia a la que nos someten. Sin embargo, aquí me siento todavía más impotente que en casa, pues no hay forma de vengarme del Capitolio, ¿verdad? Entonces recuerdo las palabras de Peeta en el tejado: «Pero desearía poder encontrar una forma de... de demostrarle al Capitolio que no le pertenezco, que soy algo más que una pieza de sus juegos» (Collins, *Los juegos*, 149).

La muerte de la niña recuerda a la heroína de la crueldad que el gobierno es capaz de ejercer y la importancia de mantenerse fiel a sí misma, la muerte de Chuck (*Maze Runner*) y Al (*Divergente*) posee el mismo efecto en los protagonistas de las otras sagas estudiadas.

Otro de los personajes que entra en la categoría de aliados es la figura del ayudante. Ésta es una de las figuras más emblemáticas de las sagas debido a sus diferentes puestos y a la evolución que ha dado, en las sagas distópicas, el ayudante también cumple otra función: es el primer interés amoroso de la protagonista, cabe señalar que este personaje es un constante en todas las sagas analizadas. Esta figura aparece desde el principio de la novela y se caracteriza por su aparente perfección como pareja amorosa para la heroína. Él o ella conocen y comprenden a la heroína o héroe desde mucho antes de que se presente la situación que desatará la aventura. Él ve a la protagonista aun cuando ella se considera invisible para el mundo. Por ejemplo:

En los bosques me espera la única persona con la que puedo ser yo misma: Gale. (..) Entre Gale y yo nunca ha habido nada romántico. Cuando nos conocimos, yo era una niña flacucha de doce años y, aunque él sólo era dos años mayor, ya parecía un hombre. Nos llevó mucho tiempo hacernos amigos. (Collins, *Los juegos*, 18)

En las sagas se reitera a lo largo de la obra la unión casi fraternal que comparte con el ayudante y el contraste con la inmediata atracción sexual del interés amoroso. Por ejemplo:

Con Simón se sentía cómoda y a gusto. Lo conocía el tiempo suficiente como para recordar que tuvo una cama en forma de camión de bomberos y LEGO amontonados en un rincón de la habitación. (Casandra, *Ciudad de hueso*, 26)

A pesar de su aparente perfección y sintonía, el ayudante y la protagonista sólo gozan

de una relación de amistad. Con la llegada del interés amoroso, el equilibrio se verá perturbado, el ayudante reconsiderará su postura y tratará de conquistar a la protagonista de una forma activa.

El ayudante tarda demasiado en percatarse que está enamorado de la protagonista y cuando lo hace, procede de una forma lenta y cuidadosa. Mientras que el interés amoroso lo hace de una forma osada y abrumadora. El ayudante es quien crea tensión en la trama sentimental de la novela, al instaurar un triángulo romántico entre los personajes principales.

Tómese por ejemplo a Peris y Zane (*Traición*), Simon (*Cazadores de sombras*), Gale (*los juegos del hambre*), Xander (*Juntos*) Anden y Tess (*Legend*), Marcus (*Parciales*), Wyatt (*Insignia*), Aspen (*La Selección*), etc. Todos ellos comparten la misma característica, son lo opuesto del interés amoroso; por ejemplo, si éste es audaz y atrevido, el ayudante será tímido y respetuoso. En todas las sagas tendrá una oportunidad de mantener una relación con la protagonista; sin embargo, ésta no prosperará por un sin número de razones, por lo que él regresará a su posición habitual.

Por ejemplo, en el caso de Simon, ayudante en *Cazadores de sombras*:

Estoy bien- afirmo él- Pero... no creo que debamos volver a vernos (...) me refiero a lo de novia-novio. (...) No te estoy abandonando. Pero prefiero tener lo que tenemos, que es real, y auténtico e importante, que tenerte fingiendo otra cosa. Cuando estoy contigo quiero saber que estoy con la auténtica tú, la auténtica Clary. (Clare, *ciudad de ceniza*, 441)

Cabe resaltar que el ayudante es uno de los pocos personajes dentro de la novela que no muere; al igual que el protagonista, él encuentra la felicidad en una pareja ideal (una vez que declina sus intenciones románticas con la heroína), su pareja a menudo termina siendo la o el ayudante del interés amoroso o alguno de los aliados de la heroína.

En la mayoría de los casos esta pareja pertenece a la familia de la protagonista o del interés amoroso. De tal forma que todos terminan ligados por un grado de parentesco, lo cual

crea concordia en el lugar en que alguna vez hubo conflicto.

La pareja del ayudante (al igual que el interés amoroso de la heroína) valora todos esos rasgos ocultos del personaje. Tras la tensión creada a partir del triángulo afectivo entre éste, la heroína y el interés amoroso, la llegada de la pareja ideal del ayudante, será recibida como un bálsamo para curar las heridas infligidas por esa situación. A diferencia de la heroína, él mantiene varias parejas antes de encontrar a su compañero perfecto; sin embargo, la mayoría de éstas tendrán como función crear celos con el personaje principal (de forma intencionada o no). La relación entre la heroína y el ayudante entra en la categoría de anhelos, en el que todas las relaciones son perfectas y se puede regresar al estado anterior de compañerismo después de pasar por una relación amorosa fallida.

El último personaje perteneciente a la lista de aliados es el más importante de todos: el interés amoroso. Se usa esta frase sobre el término de pareja debido a que éste es visto desde esa perspectiva por el o la heroína. El interés amoroso es el foco en el cual el protagonista dirige su atención romántica y sólo hasta el final de la saga ambos personajes establecerán una relación de pareja. A pesar de que el papel principal es introducir tensión romántica a la trama, también desempeña el rol de guía, profesor, tentación e, incluso, el de obstáculo. Al igual que el ayudante, el interés amoroso está presente en todas las sagas analizadas.

En todas las novelas revisadas, es debido al interés amoroso que la heroína o el héroe comienza a cuestionarse el mundo en el que vive. El primer encuentro entre ambos suele ser un error, ya que la protagonista, por alguna razón, se aleja de aquello dictado por sus padres o por la sociedad.

A continuación, se exponen algunos ejemplos:

Tally no estaba de humor para soportar otra de las bromas de su amiga. Se sentía cansada, y les quedaba un largo camino de regreso a la ciudad. Además, al día

siguiente le tocaba limpieza en su residencia. ¿Y con quién vamos a encontrarnos? Preguntó -Se llama David. — ¿David? ¡Qué nombre más raro! A Tally le pareció un nombre inventado, y quiso creer una vez más que todo aquello era una broma. (Westerfeld, *Traición*, 57)

En este ejemplo también se muestra uno de los clichés más utilizados en las sagas distópicas: la separación de la población dictada por la sociedad. En la cual sólo los ciudadanos obedientes habitan en la ciudad, mientras que los rebeldes viven en el campo o las montañas. Esto se puede ver en la saga *Eve y Juntos*. En las sagas a menudo es el interés amoroso quien revela la verdad del mundo que habitan a la heroína y quien la introduce al peligro:

Clary se volvió justo a tiempo para ver al chico rubio franquear la puerta en la que decía: «PROHIBIDA LA ENTRADA», con su amigo pegado a él. Miró a su alrededor; Simon seguía intentando avanzar a empujones por la pista de baile, pero no hacía muchos progresos. Incluso aunque ella gritara ahora, nadie la oiría, (...) Mordiéndose con fuerza el labio inferior, Clary empezó a culebrear por entre la gente. (Clare, *Ciudad de hueso*, 17)

En ciertos casos los amantes pertenecen a especies diferentes que en supuesto no pueden convivir ni congeniar, la pareja proba al mundo que esto es falso y todos pueden convivir en armonía. Por ejemplo en *Las crónicas lunares* la heroína es *ciborg* y mitad alienígena lunar y su amado es un príncipe terrícola, mientras que en *La quinta ola*, el personaje principal es humano mientras que su pareja es alienígena, en *Divergente* ella no tiene daño en su ADN y su pretendiente sí, etc. Cuando la situación se expone de esta forma la protagonista odiará en un principio al interés amoroso por la única razón de pertenecer al grupo contrario, y a menudo no los consideran un igual, por ejemplo:

Kira tragó bruscamente, tratando de aparentar toda la certeza y la seriedad que sentía. —Quiero que capturemos a un Parcial. Jayden frunció el ceño. — ¿Hablas de ejecutar un ataque organizado a tierra firme?—No por parte de *East Meadow* — respondió Kira—, ni de la Red de Defensa. Hablé con Skousen, y es imposible que el Senado acceda a algo así. Me refiero a nosotros, los que estamos aquí, en esta sala. Es posible que los Parciales sean la clave para curar el RM; por eso quiero que vayamos, crucemos el estrecho y capturemos a uno. (Wells, *Parciales*, 521)

Contrario a la descripción física de la protagonista o el ayudante, el interés amoroso se expone como atractivo desde el principio. Las primeras lo muestran como un ser misterioso. Como se ha visto, la mayoría de los héroes de las sagas distópicas son mujeres; por tanto, la mayoría de los intereses amorosos son hombres.⁶⁹

Las heroínas poseen diferentes aspectos físicos: altura, peso, color de piel, color de ojos, etc.; sin embargo, el interés amoroso posee (en su inmensa mayoría) la misma descripción física. David (*Traición*), Jace (*Cazadores de sombras*), Peeta (*Los juegos del hambre*), Tobías (*Divergente*), Day (*Legend*), Samm (*Parciales*), Maxon (*La Selección*), Evan (*La quinta ola*), Carswell (*Las crónicas lunares*) son hombres caucásicos, de cabello rubio y ojos azules, mientras que su cuerpo es definido como atlético. Esto se expone en los siguientes fragmentos:

Ahora lo veo con más claridad, y no me equivocaba sobre su cara: tiene cara de bueno, al estilo pulcro de Clark Kent, Le echo unos dieciocho o diecinueve años; tiene los hombros anchos, los brazos bonitos y esas manos de cutículas perfectas. (Yance, *La quinta ola*, 618)

Si bien el interés amoroso es en su mayoría hosco, rebelde y mordaz con el resto de los protagonistas, la heroína es capaz de ver su lado vulnerable y sensible. Por ejemplo

Jace estaba sentado ante el piano de cola, las manos delgadas se movían veloces sobre las teclas. Los cabellos leonados alborotados alrededor de la cabeza, como si acabara de despertar. (Clare, *Ciudad de hueso*, 73)

De igual forma los atributos físicos del personaje suelen ser equivalentes a sus cualidades morales. A pesar que él trata de ocultar su inherente bondad, la protagonista puede vislumbrar

⁶⁹ En las sagas distópicas juveniles, son pocos los personajes principales LGBTTTIQ. De las novelas analizadas *Cazadores de sombras* es la saga con mayor inclusión con un total de seis parejas pertenecientes a la comunidad LGBTTTIQ, mientras que en las sagas del corpus complementario sólo se encontró un total de tres parejas homosexuales (*La corona* secuela de la *Selección*, *Legend* e *Insignia*). Aunque las sagas distópicas subvierten ciertos roles de género, la mayoría de las parejas son heteronormativas; los personajes LGBTTTIQ son relegados a personajes secundarios o toman el papel de antagonistas. La saga de *Los juegos del Hambre* fue criticada con dureza (Seltzer, párr. 13) por mantener el estereotipo de que una comunidad no binaria o con libre expresión de la sexualidad del individuo es una sociedad decadente y condenada al fracaso.

su potencial gracias a sus rasgos:

Él es el joven junto a la mano que tomé. Su labio superior es delgado y el inferior grueso. Sus ojos son tan profundos que sus pestañas tocan la piel debajo de sus cejas, son color azul oscuro, un soñador, adormilado y anhelante color. (Roth, *Divergente*, 49)

Al analizar los diferentes fragmentos queda claro que mientras que con la descripción de las protagonistas buscan promover diferentes tipos de belleza física femenina, se mantiene un mismo estereotipo de belleza masculina. Si se compara los personajes principales masculinos, el ayudante no sólo es el opuesto físico del interés amoroso;⁷⁰ también la forma de comportarse lo es. Dado que el interés amoroso realiza acciones que no son estereotípicamente masculinas, Peeta (*Los juegos del hambre*) hornea; Jace (*Cazadores de sombras*) expresa sus miedos; Caleb (*Eve*) cuida y cría a los niños; Tobías (*Divergente*) habla de sus desencantos; David (*Traición*) expresa su vulnerabilidad, entre otras actitudes. Como característica general, todos ellos expresan sus inseguridades y ponen de manifiesto sus sentimientos. Por ejemplo:

Sintió una punzada aguda y cerró los ojos. *A veces podía ser tan irritante*, dijo. Luego recordó aquella noche cuando Chuck le dio un susto a Gally en el baño. *Pero duele. Siento como si hubiese perdido a un hermano.* (Dashner, *Maze*, 394)

En el mundo de *Maze Runner* los hombres se encuentran separados de las mujeres, a pesar de vivir en una sociedad con reglas rígidas que le dictan que hacer y no hacer el protagonista masculino destaca y se fortalece porque confía en sus aliados y expresa sus sentimientos. Por

⁷⁰ El ayudante también suele ser un hombre blanco, atlético, el contraste es en el cabello y en los ojos, mientras que el interés amoroso los posee azules, verdes o dorados, el ayudante los tiene de color café, grises o negros y, en general, tiene el cabello castaño oscuro. Ej:

Observo a Gale sacar el cuchillo y cortar el pan; podrá ser mi hermano: pelo negro liso, piel aceitunada, incluso tenemos los mismos ojos grises. (Collins, *Los juegos*, 16)

Por lo general, no pensaba en si Simón era guapo o no. Tenía unos bonitos ojos oscuros, supuso, y el cuerpo se le había rellenado bien en el transcurso del anterior y parte del otro. Con el corte de pelo adecuado... (Clare, *Ciudad de hueso*, 48)

ejemplo:

Peeta Mellark ha estado llorando y, curiosamente, no intenta esconderlo. (Collins, *Los juegos*, 51)

En *Los juegos del hambre* la protagonista vive en un mundo tan vigilado y controlado que cuando ve al interés amoroso expresando sus sentimientos, su primer instinto es desconfiar de él. Sin embargo esta será la cualidad que terminará por conquistarla. Mientras que en *Cazadores de sombras* el aparente sarcasmo utilizado por el personaje masculino expresa sus verdaderos deseos, al final de la saga él aprende a verbalizar sus emociones y deseos de una forma abierta. Por ejemplo:

No quiero ser un hombre -replicó Jace-, quiero ser un adolescente dominado por la angustia que no puede enfrentarse a sus demonios interiores y por eso ataca verbalmente a otras personas. (Clare, *Ciudad de ceniza*, 54)

Hannah Smith autora de *Permission to Diverge: Gender in Young Adult Dystopian Literature*, comenta que, así como la heroína posee cualidades estereotípicamente asignadas a los hombres, el personaje masculino (e interés amoroso) tendrá cualidades “femeninas”. Esto no es accidental ya que los autores de estos libros quieren que sus productos sean comprados por ambos géneros.

Los lectores pueden experimentar un nivel de libertad de la opresión y libertad para jugar con el género de una forma que no es posible en el mundo real. Las novelas distópicas para jóvenes animan a pensar de diferentes formas acerca del género y la sexualidad, aparte de aquello que es “normal” y enseñan a aceptar diversas formas de identidad y autoexpresión. (Smith, 6)⁷¹

La pareja formada por el interés amoroso y la heroína, se basa en la relación de opuestos. Si ella es tímida, el será atrevido (o viceversa). En las sagas, la pareja está conformada por un

⁷¹ Readers can experience a level of freedom from oppression and freedom to play with gender not possible in the real world. Young adult dystopian novels encourage different ways of thinking about gender and sexuality, departing from what is “normal” and teaching acceptance of varying forms of identity and self-expression” (Smith, 6).

elemento fuerte y un elemento débil. El elemento fuerte será el asertivo, impetuoso y dispuesto a hacer lo que se requiera para realizar una acción, mientras que el débil se dejará guiar por el elemento fuerte y, a menudo, se reserva sus verdaderas opiniones. Como se expone a continuación:

Lo que necesito para sobrevivir no es el fuego de Gale, alimentado con rabia y odio. De eso tengo yo de sobra. Lo que necesito es el diente de león en primavera, el brillante color amarillo que significa renacimiento y no destrucción. La promesa de que la vida puede continuar por dolorosas que sean nuestras pérdidas, que puede volver a ser buena. Y eso sólo puede dármelo Peeta. Así que, después, cuando me susurra:- Me amas. ¿Real o no? Yo respondo:- Real (Collins, *Sinsajo*, 233)

En ninguna de las sagas analizadas se encontró una pareja principal en la cual los participantes tuvieran el mismo tipo de personalidad; es decir, dos elementos fuertes o dos débiles. El género del elemento fuerte o débil cambia según la saga estudiada; por tanto, si bien las peculiaridades del carácter de un personaje fuerte o débil son fáciles de delimitar, éstas pueden pertenecer a un personaje femenino o a uno masculino. La idea de que personajes masculinos y femeninos no jueguen los típicos roles de género ha causado un atractivo gigantesco e instantáneo en las audiencias, lo que ha vuelto esta fórmula popular entre los adolescentes.

El romance es parte esencial de las novelas distópicas juveniles, ya que la relación entre la protagonista y el interés amoroso sirve como hilo conductor para mostrar la aventura a enfrentar. A pesar de que las sagas pueden ser divididas desde el estudio del camino del héroe, también puede ser vista desde el punto de desarrollo de la relación entre ambos personajes. Como se ha comentado, la mayoría de las sagas suelen ser trilogías; por tanto, el primer libro expone cómo ambos personajes se conocen, se enamoran y se plantean los obstáculos que impiden que estén juntos (a menudo, el impedimento es causado por las reglas inverosímiles de la sociedad en la que viven).

El segundo libro esboza la relación tirante entre los personajes. Aunque ambos se aman, razones ajenas a ellos les impiden estar juntos o, por un malentendido, se han distanciado. En el tercer libro los personajes pueden consumir su amor. En todas las series se muestra a un personaje femenino que se sale de los límites de su papel tradicional; sin embargo, siempre se muestra una relación con un personaje masculino.

A pesar de que en esta fórmula la protagonista es capaz de salvarse a sí misma, el interés amoroso la ayuda y rescata de constantes peligros. El personaje masculino principal posee cualidades como el honor y la fidelidad, pero, al mismo tiempo, goza de cierta rebeldía y malicia que se contraponen con la benevolencia del ayudante e incluso con la bondad de la protagonista. El interés amoroso se convierte en virtuoso y puro por obra de su amor, su arrogante comportamiento se verá aplacado (o removido) al entrar en contacto con la protagonista. Por lo que se puede establecer que se presenta la idea de un amor casto y puro. En los mundos ficticios de las sagas, el gobierno controla todas las relaciones interpersonales y las utiliza como herramientas de control. Ya sea porque se pierden los derechos reproductivos o porque el sistema es quien elige a las parejas.

A continuación, se ejemplifica esto:

Conozco la ley, señor. No soy tonta. Claro que soy virgen. (..) —*Muy bien. Pues necesito que firme este impreso para confirmar su declaración.* Puse los ojos en blanco, pero obedecí (...) tantas normas empezaban a sofocarme, como si fueran cadenas invisibles que me ataran. Leyes sobre a quién podías querer, papeles que certificaran tu virginidad... Era exasperante. (Cass, *La Selección*, 35)

Tanto en el mundo de *Divergente*, *La Selección*, *Eve* y *Juntos* la sociedad demanda que las jóvenes permanezcan vírgenes hasta el matrimonio, para promover la segregación de la población. Mientras que en *Parciales*, y *Los juegos del hambre* se teme que el gobierno implemente embarazos forzosos:

Una de las pocas libertades que tenemos en el Distrito 12 es el derecho a casarnos

con quien queramos o a no casarnos, y hasta eso me lo han quitado. Me pregunto si el presidente Snow insistirá en que tengamos hijos. (Collins, *Los juegos*, 33)

En las sagas, el debate sobre los derechos reproductivos y el control social cumple dos funciones: primero plasmar las preocupaciones que autores como George Orwell, Aldous Huxley y Margaret Atwood plantearon en su momento, acerca del problema del extremo control gubernamental en la vida del individuo y las implicaciones de esto. Segundo, crear un obstáculo el cual los personajes principales tendrán que superar.

Puesto que en un lugar en el que se prohíbe sentir amor, el acto de cortejo se convierte en un acto de rebelión. Cawelti menciona que "el centro de la mayoría de las fórmulas románticas es la combinación de barreras sociales o psicológicas" (*Adventure*, 43).⁷² Se crea una fantasía moral en torno al romance en la que se establece la idea de un amor permanente, que sobrepasa cualquier obstáculo o dificultad para culminar en un feliz y permanente matrimonio. Algunas de éstas terminan con la muerte de uno o de ambos amantes (por ejemplo: *La quinta ola* y *Divergente*), pero siempre concluyen de tal forma que se sugiere que la relación amorosa ha sido la última de esa índole y que tendrá un impacto permanente, ya sea en el sobreviviente o en el mundo.

Las sagas distópicas juveniles pueden entenderse como una novela romántica y de aventuras situada en un futuro decadente. La relación amorosa entre el personaje masculino y la heroína siempre está condicionada por la victoria o a la derrota del enemigo. Mientras el líder de la oposición siga vivo, ellos no serán capaces de entablar una relación, ya que el enemigo hará todo lo que esté en su poder para evitar que estén juntos. En la mayoría de las obras el amor triunfa sobre el mal y la pareja logra consumir su amor y no sólo ellos viven

⁷² Most romantic formulas center on the overcoming of some combination of social or psychological barriers (Cawelti, 43).

felices para siempre; también lo harán sus amigos, sus hijos e incluso sus nietos. Las sagas incluyen un epílogo que expone que, una vez superado el gran obstáculo, los personajes no tendrán que enfrentarse jamás a ningún nuevo problema⁷³.

En la conclusión se ve cómo la heroína y el ayudante poseen ambos finales felices, lo cual muestra cómo se cierra un círculo, en el que sólo existirá la felicidad más pura y un brillante futuro para el resto de la humanidad, en la cual ésta es capaz de trascender a sus limitaciones como especie. Por ejemplo:

¿Te preparas para otra guerra, Plutarch? -le pregunto.- Oh, ahora no. Ahora estamos en ese dulce periodo en el que todos están de acuerdo en no repetir los recientes horrores. Sin embargo, esta coincidencia colectiva no suele durar. Somos seres inconstantes y estúpidos con mala memoria y un don para la autodestrucción. Pero ¿quién sabe? Quizá esta vez sea la buena, Katniss.- ¿La buena?- La vez que acertemos. Quizá estemos siendo testigos de la evolución de la raza humana. Piénsalo. (...) Las preguntas están empezando. Las arenas se han destruido por completo, se han construido monumentos en recuerdo a las víctimas y ya no hay Juegos del Hambre. Sin embargo, lo enseñan en el colegio y mi hija sabe que formamos parte de ello. Mi hijo lo sabrá dentro de unos cuantos años. (Collins, *Sinsajo*, 228- 234)

En la obra principal la heroína tiene miedo que el gobierno vuelva a establecer practicas fascistas, empero en el epilogo se muestra a la protagonista y su pareja esperanzadaos por el porvenir.

Por supuesto, leer la relación entre el interés amoroso y la protagonista no sería interesante si ésta fuera sencilla; como se ha explicado, el mayor obstáculo a enfrentar — tanto en la relación como en el camino del héroe— será pelear con un enemigo. El rival será el gobierno/ corporación, muy en específico, el líder de ésta.

Existen dos tipos de antagonistas: el villano principal y sus ayudantes. En las sagas distópicas, los ayudantes son de poca relevancia, estos están reducidos a simples marionetas.

⁷³ Este epilogo se suele vender de forma separada de la obra principal en forma de obra corta o como un anexo en un nuevo volumen de la obra. Mientras que en las diferentes adaptaciones se suele incluir como material adicional o escenas editadas/ extras de la película/serie en el formato casero (DVD/ o servicios de *streaming*).

Mientras que el enemigo quedará establecido desde el principio. En su mayoría, el antagonista puede presentarse de dos formas como una persona o como un colectivo.

Del primer caso, está el Presidente Snow (*Los juegos del hambre*); Jeannine Matthews (*Divergente*); Dra. Cable (*Tracción*); Valentin Morgenstern (*Cazadores de sombras*), Elector Primo (*Legend*); Dra. Morgan (*Parciales*); la Reina Levana (*Las crónicas lunares*); El rey (*Eve*). Mientras que de la segunda clase están: Los otros (*La quinta ola*); Multinacionales aliadas (*Insignia*); El grupo C.R.U.E.L (*Maze Runner*) o La sociedad (*Juntos*).

Sin importar si es uno o un grupo, el rasgo común es que todos son en absoluto malvados. Encarnan en su figura lo peor de la sociedad y la única forma de acabar con ellos será matándolos. Estos personajes son casi omnipotentes y omnipresentes. El miedo al gobierno es causado a que el antagonista abusa de su poder e implementa sus políticas mediante violencia y opresión. Los protagonistas saben que son vigilados pero desconocen como esto es realizado:

Parte de mí también está preocupada, porque me parece que no es una coincidencia que electrifiquen la valla el mismo día que decido volver al bosque. Creía que no me había visto nadie meterme bajo la alambrada, aunque ¿quién sabe? Siempre hay espías pagados. Alguien informó sobre el beso que me dio Gale en este mismo sitio, pero fue a plena luz del día y antes de empezar a tener más cuidado con mi comportamiento. ¿Habrán colocado cámaras de vigilancia? Es algo que me he preguntado antes. ¿Así averiguó el presidente lo del beso? (Collins, *En llamas*,101)

El villano trata de atraer al héroe a su lado, al mostrarle los beneficios de unirse a él; el personaje principal será forzado o caerá en la tentación, de alguna forma conocerá el otro lado de la sociedad. A menudo, el conocimiento adquirido durante ese periodo será clave para derrocar al antagonista. Por ejemplo, Katniss en *Los juegos del hambre* se alía con el presidente Snow; Thomas en *Maze Runner* ayuda a la asociación C.R.U.E.L.

De todas las sagas analizadas, sólo en *Juntos* se profundiza en el origen del antagonista; en el resto sólo se conoce al enemigo por medio de sus tiránicas acciones. Para vencerlo, el héroe tendrá que llegar al límite de sus fuerzas y casi pierde la vida en el intento. Pocas veces el protagonista será el encargado directo de efectuar el asesinato; en la mayoría de las sagas el villano muere a manos de terceros o a causa de sus propias acciones o trampas. Una vez que se logra derrotarlo, los secuaces de éste huirán y la transición al nuevo régimen será pacífica. En el mundo de las sagas distópicas, pocos apoyan al antagonista.

En *Los juegos del hambre* el conflicto se expresa de la siguiente forma:

Plutarch trata de explicármelo en términos simples. En primer lugar, todos los distritos luchan contra el Capitolio, salvo el 2, que siempre ha tenido una relación privilegiada con nuestros enemigos, a pesar de su participación en los Juegos del Hambre. Reciben más comida y mejores condiciones de vida. (...) Pero ¿todos los demás distritos están de nuestra parte? -preguntó.- Sí. Nuestro objetivo es tomar los distritos uno a uno y acabar en el 2, de modo que el Capitolio se quede sin suministros. Entonces, cuando esté más débil, lo invadiremos -explica Plutarch-. Será un reto completamente distinto, pero no adelantemos acontecimientos. (Collins, *Sinsajo*, 54)

En ciertos casos las personas se alían con el régimen corrupto por miedo y debido a que este controla un recurso esencial para la vida o porque se fuerza la obediencia mediante algún método implacable, en ocasiones mediante un tipo de control mental realizado por algún artefacto futurista. Por ejemplo, en *Los juegos del hambre* la sociedad acepta el sacrificio de unos cuantos jóvenes en aras de mantener la paz en un estado militarizado. En *La quinta ola* se implementa el control utilizando un *software* que modifica la conducta; en *Divergente* la sociedad es manejada mediante un suero de control mental y en *Traición* los personajes son manipulados debido a que son sometidos a una operación cerebral la cual altera la capacidad de elegir.

Una vez muerto el enemigo, el héroe se hace del poder de forma momentánea y destruye o libera aquello que ejercía el control forzado entre los miembros de la población.

Una vez libre, el pueblo completo se une al movimiento de insurgencia y termina por restaurar el orden. Por ejemplo:

Después el presidente Snow, que intentó usarme para apagar las llamas de la rebelión y sólo consiguió que cada uno de mis actos resultara incendiario (Collins, *Sinsajo*, 40)

En *Los juegos del hambre*, el antagonista busca controlar a la heroína, sin embargo en lugar de aplacarla, solidifica sus acciones como mártir de la revolución. Por otro lado en *las crónicas lunares* las protagonistas logran destabilizar las fuerzas enemigas al liberar a los soldados del control mental ejercidos por los villanos:

Es tan malo que le hayan hecho toda esa manipulación a nuestros cerebros— dijo el Alfa Strom. —De otra manera ustedes nos hubieran manipulado, ¿verdad? Forzándonos a seguir su mando. En vez de eso, nos han transformado en un grupo de animales salvajes—. —Una manada de lobos hambrientos— gruñó alguien. (...). —Suficiente— Holt se quebró. —Les ordeno...— La tensión explotó antes de que pudiera terminar. Los soldados se enfrentaron contra sus maestros, bocas gruñendo y enormes manos listas para desgarrar, arrancar y despedazar. La respiración de Winter empañó el aire. (...) Scarlet estaba ahí en un segundo, sus codos se engancharon bajo los brazos de Winter, jalándola. Todos a su alrededor, aquellos que habían caído se estaban recuperando de cualquiera que fuera el tormento que sus maestros les hubieran infligido. Sus caras estaban acristaladas de dolor, pero había también una satisfacción cuando se dieron cuenta de los taumaturgos muertos. (Meyer, *Winter*, 316)

A lo largo de los libros de la saga, la heroína tendrá tres encuentros con el enemigo. En el primero será derrotada debido a su inexperiencia y sólo logrará escapar por su suerte más que por su habilidad o el propio villano lo dejará ir, pues menosprecia la amenaza que representa.

En el segundo tomo se presenta una verdadera batalla, y el antagonista se percata del peligro real que la protagonista suscita para sus planes por lo cual trata de convertirla en su aliada; ella cae en la tentación. En esta ocasión, es la arrogancia del protagonista lo que impide su victoria, al final ella replantea su camino y decide obrar con rectitud.

El fracaso del segundo encuentro recae en la forma frívola en la que la heroína trata de enfrentarse al antagonista, ya que rechaza la ayuda de sus aliados por lo que pierde la oportunidad de vencerlo. A pesar de que la protagonista parece mejor preparada que la primera ocasión, es fácilmente derrotada y sólo escapa debido a la oportuna ayuda de sus amigos. En esas pequeñas escaramuzas, aprenderá sobre sí misma, sobre sus aliados y se preparará para la última batalla.

La tercera vez será la gran pelea, en la que ella y el villano se encuentran en igualdad de condiciones; en esta ocasión, ella tiene claro su camino y el porqué de la lucha. Ella logra cortar de alguna forma el recurso que le da ventaja al villano; al hacerlo, merma sus fuerzas; aunque por un momento la batalla parece inclinarse a favor del antagonista, la heroína revela o hace uso de un poder, al fin controlado, para terminar con él.

Por ejemplo, en *Divergente*, Tris, la heroína, tiene claro su misión:

—El sacrificio real debe hacerse por amor, no por el disgusto fuera de lugar por la genética de otra persona. Debe hacerse de la necesidad, no sin agotar todas las otras opciones. Que debe hacerse por las personas que necesitan tu fuerza ya que ellos no tienen suficiente en sí mismos. Es por eso que necesito detener el sacrificio de todas esas personas y sus recuerdos. Es por eso que tengo que librar al mundo de ti de una vez por todas. (*Leal*, 341)

Como se mencionó con anterioridad en las sagas distópicas juveniles se profundiza poco en la historia del villano. Se presenta como si éste hubiese existido desde el principio de esa sociedad; a menudo, el antagonista fue un personaje que vivió en la etapa predistópica o durante el apocalipsis que destruyó a la sociedad previa. El antagonista, mediante la inteligencia o el uso de algún recurso externo, se hace con el control de un pueblo debilitado y comienza en su búsqueda del control absoluto.

La primera acción para lograrlo será eliminar cualquier vestigio del pasado; sin embargo, fragmentos de la historia anterior a él sobreviven, pedazos que, en algún punto,

llegarán a manos del héroe. Éstos permiten conocer que existe o existió algún otro tipo de vida; por lo general serán libros (*Junto, Eve*), revistas (*Traición, Parciales, Maze Runner*), computadoras (*Las crónicas lunares, Divergente*), monedas (*Legend*) o celulares (*La quinta ola*), objetos que existen en la realidad del lector; no obstante, en manos del héroe se volverán objetos de subversión.

Por ejemplo, en *La quinta ola* se menciona:

¿Libros? Pesan y ocupan mucho espacio, y la mochila ya está a reventar. Pero los libros son mi debilidad. Igual que a mi padre. Después de que la tercera ola acabara con más de 3.500 millones de personas, llenó nuestra casa de montones de libros. Mientras los demás rebuscábamos agua potable y comida, y almacenábamos armas para la última batalla que estábamos seguros que se produciría, papá salía con la carretilla de mi hermano pequeño para traerse libros a casa. —Hay que pensar en el futuro—insistía—. Cuando esto acabe tendremos que reconstruir casi todos los aspectos de la civilización. (Yancey,86)

Dentro de la obra, el antagonista busca eliminar todo vestigio de oposición abierta, al igual que en el punto anterior no logrará erradicarlo por completo, lo cual causará que el movimiento rebelde pase a la clandestinidad. A pesar de que él conoce este grupo periférico, menoscaba sus alcances y tolera su existencia ya que, a menudo, los culpabiliza de los problemas que ocurran bajo su gobierno.

La tercera acción (que, a su vez, es su principal objetivo) es buscar el control absoluto de todo el planeta y de sus habitantes. Todas las obras se sitúan en Estados Unidos, por tanto, es el lugar controlado por el villano; sin embargo, él desea apropiarse de todos los territorios libres. Para realizarlo necesita poner en marcha alguna acción bélica, por lo cual fuerza a su desgastado pueblo a realizar acciones aún más ignominiosas de lo usual. Es esta nueva situación lo que lleva al héroe a actuar; así pues, podemos decir que el antagonista es quien crea a su peor enemigo, el héroe.

En la saga de *Los juegos del hambre* se establece que, a causa de una rebelión pasada,

los distritos que conforman el ficticio país de *Panem* tienen que enviar a jóvenes los cuales deberán pelear a muerte para entretener a la población privilegiada. La situación crea enojo entre las clases menos acaudaladas. Sin embargo, tal práctica se mantiene de la misma forma durante poco más de 75 años, cuando se exige crear una versión ampliada de “los juegos” cuando la población se revela.

Esto se establece como una de las características de elementos a seguir de la fórmula de novelas distópicas. Puesto que el primer elemento que compone a la distopía es el férreo control de la población mediante la fuerza, la propaganda, el miedo u otras formas que desembocan en el poder del gobierno sobre sus habitantes; con frecuencia la razón de dichas medidas es mantener el orden de la sociedad “perfecta” y su seguridad. En *Los juegos del hambre* el sacrificio de niños es para socavar las rebeliones; en *Legend*, es la propaganda de La república contra la rebelión; tanto en *La quinta ola*, como en *The Maze Runner* y *Las crónicas lunares* es el miedo a una nueva enfermedad.

En *Maze Runner* el padecimiento lleva el nombre de llamarada y es incurable:

Las llamaradas del Sol han devastado muchas partes de la tierra. Además, una enfermedad diferente a cualquiera que hubiera conocido antes el hombre ha estado asolando la tierra, a la gente, una enfermedad llamada la Fiebre. Por primera vez, los gobiernos de todas las naciones (los supervivientes) están trabajando juntos. Han unido sus fuerzas para crear C.R.U.E.L. un grupo destinado a luchar contra los nuevos problemas de este mundo. Ustedes son gran parte de esa lucha. Y tendrán todos los incentivos para trabajar con nosotros, porque, por desgracia, cada uno de ustedes ya ha contraído el virus. (Dashner, *Prueba*, 52)

Otra característica es la segregación social o la nula capacidad de movilidad social, la cual o no existe o es casi imposible de alcanzar. En la saga *La Selección* se muestra el regreso de la sociedad a un sistema de castas, en la que la única forma de cambiar de condición es mediante un matrimonio; en la saga *Divergente*, aquéllos que no entran en las facciones creadas por el gobierno se convierten en parias y son perseguidos:

Aquí es donde los Sin Facciones viven. Debido a que no pudieron completar la Iniciación en cualquiera de las Facciones que eligieron, viven en la pobreza, haciendo el trabajo que nadie quiere hacer. Ellos son porteros y trabajadores de la construcción y recolectores de basura, hacen tejidos y operan trenes y autobuses. A cambio de su trabajo, consiguen comida y ropa, pero, como dice mi madre, no lo suficiente de ambos. (Roth, *Divergente*, 25)

Otro componente central de las distopías es la deshumanización por el bien de la sociedad. En *Traición*, los habitantes aceptan operaciones en las que les será extirpada parte de su cerebro, mientras que en *Maze Runner* la sociedad aplica experimentos crueles a niños por el bien del resto de los habitantes; tanto en *Eve*, como en *Parciales*, las mujeres deben embarazarse para engrosar las filas de la humanidad mermada:

Han decidido que la mejor manera de derrotar al RM es ahogarlo en estadísticas, y eso significa que van a bajar la edad de embarazo hasta donde crean que pueden salirse con la suya. Si la reducen de dieciocho a dieciséis años, tendrán ¿cuántas?: ¿cinco mil nuevas madres?, ¿cinco mil nuevos bebés cada diez o doce meses? No importa si resulta efectivo o no; eligieron la mejor forma de hacer que la estrategia avance, y la más rápida. Es inevitable (Wells, *Parciales*, 506).

Mientras que en *Insignia* y en *Las crónicas lunares* se instalan computadoras en el cerebro para mejorar el rendimiento natural. Todas estas acciones cuestionan si la humanidad futura tendrá componentes humanos. En éstas, los personajes se temen las diferentes partes que componen a las sociedades. Este comportamiento surge en la obra, puesto que el gobierno se ha esforzado en crear desconfianza entre los miembros del país o ha tratado de socavar la idea de solidaridad. Pedir ayuda es el primer paso en el camino de la heroína; de forma general, ésta proviene del interés amoroso, quien le muestra el otro lado de la sociedad.

En todas las obras, los derechos son limitados y las leyes son estrictas, esto en aras de un “bien mayor” o para la protección de la sociedad. Las sagas analizadas se plantean un mundo en el cual existe una conformidad masiva por parte de la sociedad ante los problemas existente y se ejercen castigos desproporcionados a los infractores o detractores, instigados

por la misma población. En *Los juegos del hambre*, los hombres son golpeados por apoyar a la protagonista, mientras que en *Divergente*, *Eve* y en *Las crónicas lunares* las personas son asesinadas por ayudar a los disidentes.

En el arquetipo distópico, las muestras de opresión por parte del gobierno hacia actividades culturales son frecuentes. En *Los juegos del Hambre* y en *Juntos* la música está controlada por el poder, leer está mal visto en *Insignia* mientras que en *La Selección* la producción artística está destinada a las castas inferiores. A pesar de las diferentes actitudes realizadas por el gobierno en la obra, los ricos alaban la actitud de sus gobernantes, el resto de los habitantes les teme; todo esto registrado por la alta vigilancia que existe en esas sociedades. En las sagas juveniles de distopía, la sociedad futurista en la que viven sirve de fondo para contar la historia del héroe y su historia romántica. En ella, se expone que si éste actúa con cualidades honrosas, el mundo cambiará, la revolución será rápida y las fuerzas del bien triunfarán. Mientras que en las novelas clásicas de distopía, la narración del personaje es sólo un grano de arena en la sociedad donde habita; sus acciones no cambian el régimen, su vida sirve como un retrato crudo y visceral de un mundo con pocas o ninguna esperanza.

En las sagas, los héroes nunca pierden la fe dado que confían que serán capaces de resolver el problema o sobreponerse al obstáculo, las obras suelen terminar en una nota esperanzadora:

No sé cómo será la vida ahora, separados de una Facción; se siente como estar desconectado, como la hoja separada del árbol que le da sustento. Somos criaturas de lo perdido; hemos dejado todo atrás. No tengo casa, no tengo un camino, y ninguna certeza. Ya no soy más Tris, la egoísta, o Tris, la valiente. Supongo que ahora, tengo que ser más que cualquiera de las dos. (Roth, *Leal*, 357)

Si bien la protagonista de la saga *Divergente* muere al final de la saga, su sacrificio destruye al antiguo régimen y permite ganar la guerra contra el mal, lo mismo sucede en *La quinta ola*:

Está a punto de amanecer, se nota que llega el día. El mundo contiene el aliento porque no hay nada que garantice que el sol vuelva a salir. Que hubiera un ayer no significa que haya un mañana. ¿Qué dijo Evan? “Estamos aquí y después desaparecemos, y lo importante no es el tiempo que pasemos en este mundo, sino lo que hagamos con ese tiempo” (...) Estoy temblando. Debe de haberse dado cuenta, porque me echa un brazo por encima y nos quedamos así sentados un rato, yo abrazando a Sammy, Ben abrazándome a mí, y los tres juntos contemplando el sol que sale por el horizonte y arrasa la oscuridad con su estallido de luz dorada. (Yancey, *La última estrella*, 1765)

Las partes más importantes de una fórmula literaria son la creación de un mundo imaginario propio y el suspenso. La creación del suspenso es esencial ya que le da al lector una sensación de miedo e incertidumbre acerca del destino del personaje, al dar indicios de algo indique a una posible resolución del problema. Un ejemplo es el modelo más sencillo de suspenso: dejar al protagonista al borde del precipicio. En esta estructura, el héroe se encuentra en medio de lo que parece una situación insalvable, el lector sabe que, en ese momento, la vida del protagonista se encuentra amenazada, pero no teme porque sabe que siempre es salvado de alguna forma. En este modelo, se presenta la combinación de una extrema excitación con la seguridad y certeza que caracteriza a una fórmula (Cawelti, *Adventure*, 17).

Este recurso se usa para unir los volúmenes en los libros de sagas; en éstos, se introduce un nuevo peligro o misterio que dará pie a la siguiente entrega. Así sucede en la saga *Maze Runner*: el libro culmina dando a conocer que todos los problemas enfrentados por los personajes fueron orquestados por una asociación llamada C.R.U.E.L y que todo fue una prueba, lo cual crea una nueva situación que deberán enfrentar los personajes.

La capacidad para desarrollar el suspenso es mejor si el autor crea secuencias largas con bases verosímiles; la ansiedad del lector aumentará de tal forma que se cuestionará si los personajes harán o no lo que se espera de ellos. Pensar si uno de los personajes traicionará a

otro, si el mal triunfará y el inocente sufrirá. Como ya se ha explicado, la estructura de la novela de fórmula es: inicio, nudo y desenlace. En las sagas analizadas, se encontraron pocas alteraciones en el orden cronológico de los sucesos en el relato. En éstas, los protagonistas recorren el camino del héroe en una sociedad distópica. Erich Fromm menciona:

(Las distopías) manifiestan un sentimiento y una advertencia. El sentimiento que expresa desesperanza por el futuro del individuo y la advertencia en la que a menos que el hombre cambie el curso de la historia, la humanidad alrededor del mundo perderá sus más importantes cualidades; sin ellas, éste se convertiría en desalmado autómatas, sin siquiera notarlo.⁷⁴ (cit. en Mackay, 1)

Las novelas cuestionan a las sociedades que podrían parecer utópicas y revisan si de verdad lo son, o si para ser construidas, el hombre se perdió a sí mismo en el camino. En todas las sagas, el objeto del gobierno es erradicar los registros escritos, como los libros, las revistas o las cartas. Por tanto, éstos se convierten en objetos que el héroe trata de preservar a toda costa. Dicha situación es un cliché en las sagas distópicas juveniles.

En la obra *Juntos*, parte de la misión de la protagonista, Cassia, es proteger a toda costa el poema "*Do not go gentle into that good night*" de Dylan Thomas, legado por su abuelo en el momento de su muerte. Este poema no sólo es uno de los pocos vestigios del pasado no erradicados por el gobierno, también tiene valor para los rebeldes quienes están dispuestos a pagar por tener esa información.

En el mundo de *Juntos* pocas personas saben cómo leer, pues el gobierno considera que esa actividad es peligrosa; el villano comienza a perseguir a Cassia porque sospecha que guarda una obra que, a sus ojos, es subversiva. En otras sagas se puede apreciar que el libro físico guarda un gran significado. En *La quinta ola*, el padre de Cassiopea, la heroína, deambula de casa en casa rescatando todos los libros, mientras que invierte sus fuerzas en

⁷⁴ "(...) is the expression of a mood, and it is a warning. The mood it expresses is that of near despair about the future of man, and the warning is that unless the course of history changes, men all over the world will lose their most human qualities, will become soulless automatons, and will not even be aware of it." (Mackay, 1)

realizar un libro físico con sus memorias. La escritura y lectura de este material será aquello que la salve.

En *Traición*, los rebeldes, forzados a vivir como nómadas, cargan en sus espaldas la mayor cantidad de libros y revistas que puedan resistir; esto lo hacen para probar que no siempre se les forzó a ser perfectos. Mientras que en *Eve*, al seguir el ejemplo *El cuento de la criada* de Atwood, se prohíbe a las mujeres leer o, de hacerlo, se leen versiones censuradas; sólo los rebeldes poseen libros originales. En sagas como *Insignia*, en el que los jóvenes tienen máquinas implantadas en los cerebros, leer libros físicos es visto como símbolo de indisciplina. Mientras que en *El señor de las sombras* (libro de la saga *Cazadores de sombras*) recuperar un libro es el objetivo que desata toda la aventura de la novela.

Como puede apreciarse, en los mundos creados por las sagas distópicas juveniles, leer un libro es un símbolo de rebeldía. Sin embargo, esto no es algo nuevo, desde los inicios de las sagas distópicas este componente ha estado presente; como puede apreciarse en la obra *1984*, en la que el gobierno comienza a manipular las publicaciones e, incluso el lenguaje; igualmente en *El cuento de la criada* donde casi toda la literatura desaparece, o el ejemplo más notable, de *Fahrenheit 451* en el que los libros son quemados por un organismo gubernamental.

Como explica Jack Zipes, en su prólogo a *Fahrenheit 451*: “Los temas más tocados por la distopía son: la libertad de la mente, la evocación del pasado, el deseo por el Edén; la integridad del individuo; las seducciones y trampas del futuro” (3)⁷⁵. El libro termina por englobar los anhelos de un mundo sumergido en la conformidad. El texto físico se convierte en instrumento para inducir el pensamiento y el diálogo crítico. Mientras que las demás

⁷⁵ “Dystopia contains his major themes: the freedom of the mind, the evocation of the past; the desire for Eden; the integrity of the individual; the allurements and traps of the future” (3).

manifestaciones artísticas han sido convertidas en herramientas de control, la literatura es vista como el único arte puro. Mediante la lectura, los personajes aprenden de manera gradual cómo el gobierno manipula a las masas a través de los medios, muestras de poder y medidas legales que persiguen sus propios intereses.

En ese ambiente, el pasado se observa con nostalgia; el libro se convierte en un objeto que demuestra que existieron tiempos mejores, “se dan cuenta del esfuerzo humano y los sentimientos depositados en la creación de un libro” (Zipes, 8). Estos se convierten en la cura para la estandarización impuesta por el gobierno, el libro físico es la esperanza para los héroes y la humanidad, un recordatorio de aquel tiempo cuando se podía ser sensible y crítico, sin ser enjuiciado por el poder. Cuando el autor le da ese valor al libro físico en su obra, implícitamente también le atribuye esa cualidad a su libro en la realidad del lector. El joven percibe que el libro que tiene entre sus manos es parte de la tradición que narra el autor y crea un nexo con el volumen que posee y con el resto de las personas que leen la misma obra. Esto es uno de los hechos que permite construir una comunidad en torno a dichos textos, uno de los principales objetivos de estos libros. El mercado aprovecha ese sentimiento de unidad para vender productos de *merchandising*; irónicamente, favorece el consumismo que la mayoría de las obras critican.

El género de las novelas de ficción distópica ha crecido y continúa evolucionando. Existen numerosos ejemplos de éstas que se han convertido en puntos de referencia de las sagas juveniles distópica; libros como *1984*, de George Orwell; *Un mundo feliz*, de Aldous Huxley; *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury; *¡Hagan sitio!, ¡hagan sitio!* de Harry Harrison; *La naranja mecánica*, de Anthony Burgess; *El cuento de la criada*, de Margaret Atwood, etc. Muchas de las sagas analizadas rinden directo homenaje a otras del mismo tipo, pero, contrario a muchas de las novelas distópicas clásicas, en éstas existe una moraleja

esperanzadora:

Éstas son metáforas que sirven para comparar los problemas dentro de la obra con los conflictos actuales del mundo, éstas tocan temas controvertidos que los jóvenes enfrentan, desde la violencia exacerbada, pasando por la desconfianza en las autoridades, hasta la modificación de los roles de género. Como se ha explicado, los problemas en las obras son reconocibles y fáciles de resolver para el lector, comparado con los problemas del mundo real. Estas obras simplifican los problemas reales y brindan soluciones esperanzadoras, “permite que los jóvenes escapen a un mundo en el que el bien y el mal son más blanco y negro que el suyo.”⁷⁶ (Khood, 8)

Cabe señalar que cuando se habla con un joven sobre la política, en muchos casos, es relegado o simplificado, ya que se menosprecia la capacidad de comprensión de una situación. Las novelas sirven como metáforas para explicar una situación política de una forma sencilla; cuando se plantean las bases de la distopía en los libros, el autor explica de forma concisa y clara el origen de problema, así como las implicaciones políticas de cada acción tomada por el héroe. Por ello, los lectores pueden seguir y entender la situación de los personajes de la saga.

Sin embargo, por cuestiones narrativas los temas políticos suelen simplificarse; los problemas sociales se limitan a una lucha entre malos y buenos, y la solución para enmendar o mejorar la comunidad es clara y sencilla. Mientras que los actos deshonestos son fáciles de distinguir, se hace creer que todos los problemas tienen un mismo origen y poseen una idéntica solución.

En las sagas distópicas la revolución es aislada; basta con que un pequeño grupo insurgente se oponga al gobierno para que éste comience a tambalearse. La heroína y sus aliados derrumban en cuestión de días a supuestos regímenes que llevan décadas o cientos de años en el poder. En la mayoría de las batallas nadie muere y aquellos que llegan a hacerlo

⁷⁶ It introduces...the problems of today's society and allows them to escape to a world where good and evil are more black and white than our own (Khood, 8).

serán recordados en los años por venir. Se da a entender que una gran batalla es suficiente para que el estrato político cambie por completo. Durante ella no existirá un gran derrame de sangre, puesto que el gobierno se negará a matar al pueblo o aquello que controlaba a la población se logra desactivar, después de esto rendirán sus armas y aceptara los términos de los rebeldes.

Como sucede en *Cazadores de sombras*:

Todos los Cazadores Oscuros alrededor de la sala habían empezado a desplomarse. Caían como piezas de ajedrez, en silencio y sin gritar. Caían bloqueando la batalla con los Nefilim, (...) las hadas estaban huyendo de la Sala, abandonando las armas a su paso. Más y más Nefilim estaban inundando el Salón de la plaza exterior. Por primera vez desde que habían dejado la casa de los Penhallow, Emma creyó que podrían sobrevivir. —Están muertos —dijo Clary, mirando alrededor de la habitación con asombro los restos del ejército de Sebastián—. Están todos muertos. (Clare, *Ciudad del fuego*, 593)

Una vez superada la revolución, la transición de poder es sencilla; los buenos serán recompensados, los malos serán castigados. Las fracciones sociales se unen bajo una misma bandera y la gente confía sin reservas en la nueva autoridad. Se hace creer que, una vez superado ese altercado, la sociedad no volverá a enfrentar un problema semejante. En las sagas juveniles la política se idealiza y se aligera para volverla manejable.

Por ejemplo, en la saga *La Selección*, se plantea un futuro donde se instaure un sistema de castas como forma de controlar a la población, los protagonistas terminan el intrincado problema con las siguientes palabras:

Me puse a leer el documento, intentando procesar lo que decía. Llegué al final del primer párrafo y luego volví a leerlo, convencida de que no lo había entendido. —¿Vas a... disolver las castas? —Pregunté, mirándole a la cara. —Esa es la idea —respondió sonriente—. No quiero que te emociones demasiado. (...) Estaba anonadada. Yo sólo conocía un mundo en el que mi casta me acompañaba a todas partes, como la ropa que me ponía. Y ahí estaba él, con un papel en la mano que decía que aquellas líneas invisibles que separaban a la gente por fin podrían eliminarse (Cass, *La Elegida*, 442)

Estos libros plasman los miedos no conscientes de los adolescentes actuales, quienes temen que el futuro sea siniestro y tener enfrentarse a él. La resolución de un problema político es uno de los elementos distintivos de las sagas distópicas juveniles y uno de los puntos más esperados por los fans al final de la saga (Armisted, párr. 14) ya que brinda una satisfactoria conclusión a una situación caótica.

3.3 NOVELA COMO CREADORA DE ESPACIO SOCIAL (SAGAS Y SOCIEDAD)

Las sagas juveniles distópicas no sólo logran conjurar el escape y distracción; el libro trasciende las páginas y logra crear entre los jóvenes una experiencia social. Ellos discuten en foros, *blogs* y cafés temáticos acerca de la trama enlistada por Horowitz. Parece digno de mención la reflexión plasmado por Claire Armitstead:

Existen muchos autores de libros infantiles que tienen *best sellers*, pero pocos son los que permean en el subconsciente cultural universal, C.S. Lewis lo hizo, al igual que Roald Dahl y J. K. Rowling, Ahora le toca el turno a Suzanne Collins (...) quizá es muy pronto para saber que tanto durarán estas series, sin embargo hasta ahora las señales son buenas, ya que se han mantenido más de 100 semanas consecutivas en la lista de *best sellers* del New York Times (Párr.1).⁷⁷

Sin embargo, ella no es la única que lo ha conseguido. Las sagas analizadas han logrado entrar en tales listas y han obtenido un contrato con alguna empresa cinematográfica o televisora para desarrollar una adaptación filmográfica. Como se ha explicado, éstos siempre poseen una nota esperanzadora entre sus páginas; el anhelo de encontrar un posible camino de salvación. Para los jóvenes, estas obras son divertimento, anhelo, esperanza y un punto de reunión entre sus pares.

Como se estudió en este capítulo, los jóvenes trascienden las páginas de los libros y

⁷⁷ There are many bestselling children's authors but only rarely do any come along who break through into the universal cultural consciousness. CS Lewis did it, as did Roald Dahl and JK Rowling. Now along comes Suzanne Collins, a 49-year-old from Connecticut, in the US, with *The Hunger Games* trilogy. It's too early to know how durable this series will prove, but the signs so far are good. It has spent more than 100 weeks on the New York Times bestseller list. (Párr.1)

crean entornos sociales paralelos alrededor de la obra, como lo son los *blogs*, los *fan fictions*, o los *fandoms*⁷⁸, páginas, puntos de reunión como cafeterías, clubs, etc. Aunque en el argumento del libro se hace una dura crítica al mercado y al consumismo, los libros físicos pertenecen a ese espacio; por ejemplo, la franquicia de *Los juegos del hambre* ha logrado batir récords al juntar ganancias de alrededor 531 millones de dólares (Armitstead, párr.1). La forma como logran esto es gracias al *merchandising*⁷⁹ de productos relacionados con la obra.

Las piezas vendidas son objetos inspirados en la novela. Piénsese en las túnicas empleadas en *Harry Potter* o en los pines en forma de pájaro (sinsajo) utilizados en *Los juegos del hambre*; los tatuajes temporales usados en *Cazadores de sombras*, etc.⁸⁰ Tras la salida del libro, esas piezas no existían en el mercado; fueron los fans quienes crearon los primeros artículos; para ellos era una forma de lucir un elemento de la obra que tanto les había gustado. Al mismo tiempo, se convirtió en un elemento que sólo otros lectores de las sagas eran capaces de reconocer, lo cual dio inicio a una pequeña comunidad.

Cuando el mercado editorial se dio cuenta de lo nutrido que podría a llegar a ser ese grupo, comenzó a crear esas piezas distintivas y a venderlas al mayoreo. Los fans compraron la mercancía, con lo que contribuyeron a que ese negocio creciera. Esto aumentó el círculo del *merchandising* y el de la comunidad formada a partir del libro. Este fenómeno es conocido en el mundo del *marketing* como *fanadvertising*. Al respecto, María Ramos comenta:

Hoy en día, y gracias, sobre todo, a internet y a los nuevos soportes de comunicación como las redes sociales o a las herramientas de *bloggin*, algunas de las creaciones

⁷⁸ Estos términos son explicados a profundidad en la página 148.

⁷⁹ Ver página 44.

⁸⁰ Todos esos son elementos presentes en el argumento de la obra portados, en su mayoría, por el protagonista; en general, se trata de una pieza que dentro del argumento diferencia al héroe de otros personajes o también puede ser usado como símbolo de rebeldía contra el gobierno, como un medio para reconocerse entre las diferentes facciones descritas dentro de la novela, aunque puede ser también una pieza que le concede poder al héroe.

realizadas por los *fandoms* se han convertido en auténticos fenómenos virales que han sobrepasado el consumo marginal y exclusivo de las comunidades de fans, alcanzando medios de comunicación tradicionales y, con ellos al espectador televisivo tradicional (8).

Gracias a diferentes plataformas, los fans no sólo opinan, reflexionan y socializan sobre su libro favorito; también se convierten en piezas clave para promocionarlo entre sus contactos. Este proceso se conoce como *prosumismo* y quien lo realiza recibe el nombre de *prosumidor*, término que refiere a una nueva tipología de consumidor que se aleja de la actitud conformista del cliente tradicional. Al no obtener justo lo que quiere, comienza a fabricarlo para y por sí mismo. Pero está de acuerdo en comprar el mismo objeto u otra versión hecha por una compañía.

Por supuesto, la compra del producto original sólo es un aspecto de una manifestación social; las sagas juveniles crean diferentes espacios existentes tanto en forma física como virtual. Ambos son creados y mantenidos por los *fandoms*. Antes de continuar con el análisis de dichas categorías parece necesario hacer algunas acotaciones sobre el término *fan*. El término es una abreviación de la palabra inglesa *fanatic*, el diccionario de Oxford rastrea la etimología del vocablo alrededor de la mitad del siglo XVI, proveniente de la palabra latina *fanum* (templo) alude a ciertas personas quienes, al creerse bajo la influencia de algún dios o demonio, realizaban acciones fuera de lo cotidiano. Con el paso del tiempo la palabra pasó a señalar a una persona con un entusiasmo excesivo y a menudo no crítico.

Jordi Sánchez Navarro comenta:

Los fans han sido tradicionalmente menospreciados como objetos de estudio serio para las aproximaciones sociológicas y culturales de la comunicación por la misma razón por la que se ha identificado la cultura popular difundida por los medios de comunicación y a sus públicos con la decadencia y la vulgarización. La relación intensa de los fans con sus objetos de adoración ha resultado sospechosa y ha sido vista como el reflejo directo de una patología. Para muchos, los fans son la sublimación del modelo de consumidor de cultura vulgar carente de cualquier tipo de gusto. (1)

Al igual que los *best sellers* han sido estigmatizados por la alta cultura, sus lectores han padecido el mismo trato. La asociación del consumo que los seguidores hacen de un determinado producto cultural, en este caso las sagas distópicas, marca el estatus de estos mismos receptores, al calificarlos de vulgares o motivados por el exceso y la emoción propios de las clases populares.

Con en el término fan hay dos imágenes que se piensan; la primera es la concepción de un individuo obsesivo y solitario, el cual remite al concepto de la alienación del individuo dentro de la masa. Mientras que la segunda tiene que ver con alguien que vive entre las multitudes y es víctima de la irracionalidad y de la persuasión de los medios de comunicación o, lo que es lo mismo, “cierta ideología asociada al buen gusto motiva la segregación de los individuos cualificados culturalmente, representantes del buen gusto, de aquellos otros desposeídos del prestigio cultural, de buen gusto.” (Sanchez, 11)

Una de las ideas arraigadas sobre el fan como consumidor de una cultura considerada de rango inferior, tiene como origen la exacerbada exhibición emocional. Por ejemplo, las largas filas de los fanáticos fuera de las librerías en espera del nuevo volumen de la saga, vestirse como un personaje de la saga (*cosplay*), etc. El origen de esta apreciación se encuentra en la dicotomía que existe entre la razón y la emoción, vinculadas a la distinción cultural, ya que si la racionalidad se vincula al conocimiento objetivo de la realidad social y física, la emoción, por tanto, se liga con la subjetividad, la imaginación y la irracionalidad.

Se suele entender el autocontrol como un aspecto clave del comportamiento adecuado, aquello que sea lo opuesto se considera, por ende, inapropiado. Las personas toman dos posturas frente a los productos culturales novedosos y con gran éxito; por un lado, existen aquellos espectadores que se relacionan de forma cínica con la cultura popular y toman una

postura crítica; por otro, los espectadores que gustan de esas producciones. Sánchez los distingue entre “ideología de la cultura de masas e ideología del populismo respectivamente.” (16)

La segunda postura suele ser desaprobada por la primera. La alta cultura denuncia a la cultura de las mayorías, de forma general bajo prejuicios de clase o de carencia de educación. No obstante, es prudente distinguir entre la categoría de manipulación comercial. No es casual que algunas de las películas de estas sagas hayan sido alargadas hasta lograr convertir un libro en dos filmes.

Se debe recordar que, en cuanto a la comunicación y la literatura se refiere, también es posible realizar un análisis de procesos y prácticas sociales. Como explica Jordi Sánchez Navarro, director de estudios culturales en la universidad de Catalunya: “Es imposible e indecente entender la cultura de masas, popular o mediática y sus productos, como simples objetos resultantes de esa demonizada industria cultural capitalista” (17). Éstos, como cualquier otra manifestación humana, se encuentran enmarcados en ciertas estructuras. Por ejemplo, sobre el sentido de comunidad, Silverstone dice:

Compartimos pasados, así como el presente inmediato: nuestras biografías entrelazadas con historias y fundidas por la memoria. Encontramos nuestra identidad en las relaciones sociales que se nos imponen y en las que buscamos. Las exteriorizamos diariamente. Sentimos la necesidad de pertenecer. Y necesitamos la confirmación de que en efecto pertenecemos. Construimos ideas sobre a qué cosa pertenecemos, y la definimos y comprendemos en las imágenes que tenemos de ella o en las que se nos ofrecen. Necesitamos que se nos recuerde y confirme constantemente que nuestro sentido de pertenencia y nuestra participación son valiosos. (Sanchez, 25)

Lo anterior sirve para definir el impulso que lleva a la creación de *fandoms*. La palabra *fandom* es un término de origen anglófono, formado por la voz fan y el sufijo –dom⁸¹, esta

⁸¹ A suffix forming nouns which refer to domain (kingdom), collection of persons (officialdom), rank or station (earldom), or general condition (freedom).

categoría refiere a un conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular. Pueden existir *fandoms* en torno a un artista musical, una banda, un actor, un show de televisión, cómics, una serie de película, videojuegos y, por supuesto, libros.

Los *fandoms* se autonombran de alguna forma; por norma general con una palabra que se relacione con el objeto de afición. Por ejemplo, aquellos que siguen a *Los juegos del Hambre* se hacen llamar “tributos”; mientras que los fanáticos de *Maze Runner* se llaman a sí mismos “Gladers”; los de la saga *Divergente* se llaman “Divergentes”; los admiradores de *La Selección* se llaman “Seleccionados”; para *Cazadores de sombras* son “Nefilim”, etc⁸².

Aunque la palabra *fandom* es de uso reciente, la idea de que fanáticos de algo se reúnan e intercambien diferentes manifestaciones en torno a un fenómeno social no es nuevo. La idea central de un *fandom* es: “compartir con otra persona el estado de exaltación y gusto con respecto a algo. (Ramos, 4)

Lozano comenta que antes de la llegada del internet, los fans que tenían un gusto similar se reunían de forma esporádica para demostrar e intercambiar pensamientos, reflexiones, material creados por ellos mismos. Si bien estas reuniones dieron origen a convenciones, por ejemplo, la *comic-con* de San Diego, lo cierto es que eran esporádicas.

Lozano explica que:

Actualmente, las audiencias de los shows de T.V. han abandonado “la pantalla chica”, hoy en día se observan los capítulos a través de computadoras. Con este simple cambio, el espectador se ha vuelto independiente de los horarios y programas impuestos por los sistemas de las televisoras de su país [...] Esta nueva opción equivale a la eliminación de los límites espaciales-temporales y la globalización de

Los sustantivos con el sufijo -dom pueden referirse a dominio (kingdom), a un conjunto de personas (officialdom), a un rango o estación (earldom) o a una condición general (freedom).

⁸² Los nombres de los *fandoms* pueden variar según el idioma de cada lector; en este caso, se utiliza las palabras que se dan a sí mismos los fans hispanohablantes. En la mayoría de los casos, los nombres de los *fandoms* en español provienen de la traducción literal de los *fandoms* en inglés (*Tributes* = tributos, *Divergent*= Divergente, *demigods*= semidioses), mientras que en otros casos se mantuvo el término en inglés (*Potterheads*, *Gladers*). Cabe señalar que la pertenencia a un *fandom* no es exclusiva; una misma persona puede pertenecer a diferentes *fandoms*.

los contenidos. Por lo tanto, cualquier programa de televisión se concibe como un producto de entretenimiento, accesible a cualquier persona, en cualquier momento, desde casi cualquier parte del mundo y, sobre todo, de una manera totalmente gratuita. Como consecuencia, los límites del lenguaje se han diluido también. El nuevo espectador accede al contenido en su versión original; gracias a los subtítulos que son frecuentemente elaborados por los fans del programa de televisión.⁸³ (Ramos 5-6)

Lo dicho por Lozano puede extrapolarse a los libros, pues la obra va más allá del papel. Supóngase que el día de hoy saliera en Estados Unidos un libro, basta con que uno o varios fans escaneen el documento y lo suban a internet (este proceso es parte de lo que hace un *fandom* y dicha función es referida con el término de *scanlation*); la obra comienza a ser distribuida entre los propios usuarios, ávidos lectores que toman el documento digital y lo convierten a diferentes formatos el cual envían a sus amigos o crean una publicación en sus propios blogs o redes sociales en donde otros fans podrán descargarlo.

Si éste agrada en otras regiones, fuera del lugar en el cual se produjo, también será traducido por los mismos *fans* (esto se conoce como *fansub*) y, de igual forma, será distribuido entre los usuarios; un ejemplo, es la traducción del inglés al español. Existen incluso páginas se dedican en exclusivo a esta tarea. A pesar de que existen numerosos ejemplos de blogs en español dedicados a la tarea de *scanlation*, *fansub* y distribución de los libros, muchos son forzados a cerrar debido a transgredir la ley de la propiedad intelectual. Sin embargo, la clausura de los blogs no es permanente pues los participantes crean una página nueva con un nombre similar. Por ejemplo, el blog *City of Angels* cambio el nombre

⁸³ Today, Television show audiences have abandoned their once small screens and moved viewing episodes on their personal computers. With this simple change, the spectator has become independent from schedules and programs imposed by the TV broadcasting systems in their country [...] This new option equates to an elimination of spatial-temporary boundaries and the globalization of contents. Thus, any TV show is conceived as an entertainment product, accessible to anyone, anytime, from almost anywhere in the world, and above all, in a completely free way. As a consequence, language boundaries have become diluted as well. The new spectator accesses the content in its original version; thanks to subtitles which are frequently elaborated by the TV show's fans (Lozano ctd. en Ramos, 5-6).

por *City of Angels Reload*.⁸⁴

De igual forma, la mayoría de los blogs que publican libros suelen colocar un enunciado que remarque sus principios, por ejemplo:

En este blog encontrarás diferentes copias digitales de libros que sin ánimos de lucro son aportados al blog para su libre distribución, los cuales no se encuentran dentro de éste, aportamos un enlace para su tránsito. Si eres AUTOR o REPRESENTANTE de alguna editorial, se les recuerda que en este blog NO HAY ARCHIVO ALMACENADOS, el administrador SÓLO recopila los enlaces que circulan en Internet. Si se siente afectado con las menciones de sus obras, dejen o envíen un mensaje en el blog o al e-mail cityofangell@live.com. NO HAY NECESIDAD DE AMENAZAS u otro tipo de intimidación, este es un blog SIN FIN DE LUCRO y apoya a los NUEVOS TALENTOS que se quieran dar a conocer, así como a la fomentación de la lectura, ¡Gracias!⁸⁵ (City of Angeles, *disclaimer*)

Este documento es una traducción oficial del foro *Eyes Of Angels*, por y para fans. Ninguna otra traducción de este libro es considerada oficial salvo ésta. Agradecemos la distribución de dicho documento a aquellas regiones en las que no es posible su publicación ya sea por motivos relacionados con alguna editorial u otros ajenos. Esperamos que este trabajo realizado con gran esfuerzo por parte de los *staffs* tanto de traducción como de corrección, y de revisión y diseño, sea de vuestro agrado y que impulse a aquellos lectores que están adentrándose y que ya están dentro del mundo de la lectura. Recuerda apoyar al autor/a de este libro comprando el libro en cuanto llegue a tu localidad.⁸⁶

Para las personas involucradas en el *fandom*, la traducción y distribución de estos materiales no entran en contradicción con los derechos de autor, puesto que siempre le dan el crédito y consideran que la distribución del material crea más fans que consumen su obra. De igual manera, en la mayoría de las traducciones realizadas de fans para fans, incitan a que se compre el libro y el *merchandising* tan pronto como salga la obra en su país.

Una vez que el libro ha sido publicado en el blog —y si goza de buena recepción— puede que el *fandom* de la obra crezca y dé origen al *cosplay*, los *fanzines* (cómic y viñetas con temática de la obra), las historias de *fanfiction* (historias creadas por los fans de la obra),

⁸⁴ Consultado el 30 oct 2018 en <http://cityofangels-reload.blogspot.com/p/sobre-el-blog.html>

⁸⁵ Consultado el 30 oct 2018 en <http://cityofangels-reload.blogspot.com/p/sobre-el-blog.html>

⁸⁶ Consultado el 30 oct 2018 en <http://eyesofangels.foroactivo.com/>

el *vidding* (video hechos por los fans), las convenciones temáticas, los *fanart* (arte inspirado en el libro); todo esto, sin necesidad de mediación por parte de la casa editora que compró los derechos de la obra.

El resultado de todo esto es la creación de una comunidad en torno al libro; la mayoría de las personas involucradas en los *fandoms* suelen ser jóvenes, puesto que tienen las herramientas y el tiempo necesario para invertir en dichas actividades sin esperar una remuneración económica. Sánchez menciona que:

En la actualidad, la actividad de los fans se desarrolla a través de redes de intercambio de información y conocimiento, de forma que las tecnologías digitales, y especialmente la infraestructura de Internet, han empleado un papel central en sus relaciones. Internet amplía y configura las relaciones y la producción de los fans, con lo que se convierte en un agente capital de un cambio cultural. Es imposible dar cuenta de la relevancia social y cultural sin pasar en algún momento por la observación de las comunidades formadas por los fans (2).

Todas las sagas analizadas poseen amplios *fandoms* que permitieron la distribución de los textos de forma gratuita al español. Éstos lograron que dichas obras llegaran a México mucho antes de que las editoriales mexicanas comenzaran los procesos de traducción.

Mientras que algunos autores de sagas juveniles están encantados con los *fandoms* creados en torno a sus libros. Por ejemplo, Cassandra Clare, autora de *Cazadores de sombras* no sólo admira los *fan fictions*, incluso ella misma los elaboraba (The Guardian, párr.1) o como J.K. Rowling (*Harry Potter*), quien no sólo ha alentado la creación de obras de fans, incluso (en conjunto con *Warner Bros*) permitió la creación de *Voldemort: el origen del heredero*⁸⁷ (Shepherd, párr.3), una película ideada y dirigida por fans, que retoma la historia de los orígenes de Voldemort, villano de la saga. Otros autores, como Anne Rice (*Entrevista con un vampiro*) detesta la creación de *fan-fictions* y la distribución gratuita de su obra

⁸⁷ El nombre original es *Voldemort: Origins of the Heir*, la obra fue financiada a través de la página *crowdfunding.org* en la cual fans de todo el mundo podían donar dinero para la producción. La película fue distribuida en español gracias al subtítulo realizado por los fans hispanoamericanos.

(Ambrosio, párr.17). Lo cierto es que —independientemente de si el autor esté a favor o en contra de los *fandoms* y sus diferentes manifestaciones— esto es un fenómeno que sigue creciendo y modificando, redefiniendo lo que, hasta ahora, se había entendido con respecto a la experiencia con los libros.

CONCLUSIONES

En los capítulos anteriores, se intentó comparar las dos hipótesis planteadas: a) Las prácticas mercantiles de la última década han influido en el argumento de las sagas distópicas juveniles y su reproducción; b) El marco de lectura de estas sagas está formado mediante las fórmulas argumentales y su relación con el mercado editorial.

A continuación, se concluye la problemática que envolvió al primer enunciado; de igual forma, se plantean los resultados recabados en torno a la cuestión.

En la actualidad se editan, publican y traducen más obras que en otro periodo de la historia; ante tal abundancia, las personas pueden no saber cómo seleccionar lo que leen. Cuando se trata de adquirir una obra, un lector asiduo posee una mayor gama de información en torno a libros, comparado con un lector ocasional—que quizá no tenga aún ese grado de referencias— entrará al establecimiento esperando encontrar algo que llame su atención. El joven entra en la categoría de lector casual, quien debido a su corta edad posee un pequeño sistema de referencias creado por su esfera social cercana. Quienes participan del mercado editorial conocen esto y mediante campañas de *marketing* promueven libros que consideran serán atractivos para los jóvenes, por ejemplo las sagas distópicas juveniles, las cuales exponen inquietudes propias de la juventud.

Esto da origen a un ciclo, ciertos libros son vigorosamente anunciados, los adolescentes los adquieren y muestran una preferencia por ellos, las obras son

reproducidas/adaptadas a otros medios, las editoriales publicitan estos materiales y los consumen.

Por tanto si se puede concluir que si se analiza el contexto, modelo, marco y contenido es posible saber porque un lector compra una obra en particular; el mercado utiliza esta información para optimizar los procesos de edición para cada nicho de mercado en particular. Uno de los desafíos del contexto editorial actual es la piratería *online*, ya que un libro electrónico en la red abierta tiene una capacidad infinita de copiarse y compartirse, al instante, en todo el mundo. Esta desmaterialización del contenido (Bhaskar, 49) no sólo afecta la cadena de coste por lo que respecta a los resultados para el editor, sino también a la percepción de valor por parte de los lectores. Por ello, las editoriales buscan convencer al lector que vale la pena adquirir la obra en lugar de descargarla de manera ilegal.

Por ese motivo, la editorial aplica técnicas para amplificar el texto y hacerlo llegar al público, mientras que el *merchandising* se encarga de crear objetos relacionados con el libro. Si existe suficiente público, la obra será adaptada en otro medio; con lo que se convierte en una narrativa transmediática. Todas las sagas analizadas pertenecen a esta categoría.

Esto permitió adentrarse en la primera hipótesis planteada: los requerimientos del mercado han modificado el argumento de las obras en específico, las sagas juveniles distópicas. Sin embargo —como se demostró a lo largo de la investigación— los requerimientos del mercado no modificaron por completo los argumentos de las obras. No obstante, Este cambio se muestra en pequeñas concesiones realizadas en los protagonistas, como la inclusión de personajes principales con diferentes tipos de físico, herencia cultural u orientación sexual. Esta modificación se realiza debido a la nueva conciencia de mercado global que existe en la actualidad, por lo que una obra puede ser consumida por públicos de

diferentes nacionalidades. Esto permite que los textos resuenen con un amplio espectro de lectores, por tanto se puede concluir que las sagas literarias se editan pensando en el mercado global.

Como se expuso, la existencia de obras de entretenimiento y escape, ha estado presente a lo largo de la literatura. Pero, en la actualidad, se privilegia sobre otros la venta de libros con cierto arco argumental debido a que existe una gran demanda de ellos. Cuando a un lector termina de leer una obra que le agradó busca otra con características similares a la primera. Las editoriales optan por la publicación de textos de corte formulario porque brindan lo esperado por los lectores; en la actualidad, los jóvenes eligen leer sobre personajes con los cuales se pueden identificar y situaciones que les interesan. Las novelas con estas características resuelven de un modo satisfactorio los anhelos comunes (por ejemplo, el deseo entre la seguridad y el peligro, el romance y el desamor, la paz y la guerra o el sueño de modificar su situación actual).

Como se estableció, una fórmula consta de situaciones lineales de tres puntos: interés, excitación y resolución, por eso cuando se lee una obra que contiene estos impulsos balanceados, se encuentra una temporal resolución y, tras resolverla, el lector encuentra satisfacción. Como se explicó en el Capítulo tres, las cinco sagas analizadas sitúan la acción en un futuro lejano y utilizan el arquetipo del camino del héroe, junto con el cliché del triángulo amoroso como líneas argumentales principales. El subtema político es reducido y simplificado para convertirse en un elemento que rodea a la obra, pero, a diferencia de otras producciones distópicas (*1984*, *El cuento de la criada*, *Un mundo feliz*, *Fahrenheit 451*, *¡Hagan sitio!*, *¡Hagan sitio!*) no invita al lector a realizar una profunda reflexión sobre los factores que llevaron a la formación de la distopía.

Desde el inicio de la obra, se establece que los protagonistas viven en esa sociedad,

empero no se explica qué fue lo que llevó a la creación de ese régimen; incluso cuando los personajes principales investigan los orígenes de la sociedad en la viven, Como se explicó previamente las razones para explicar el origen de la distopía son, a menudo, argumentos vagos e imprecisos. Esto debido a que el punto de la obra no es generar una confrontación con el lector, sino brindar esperanza acerca de la posibilidad de cambiar a la sociedad.

Debido a la generalidad de los argumentos —a pesar que las sagas fueron producidas y escritas desde un punto de vista estadounidense— los lectores hispanoamericanos pueden sentirse identificados con las acciones representadas. No obstante, dada la amplia aceptación de estas obras en diferentes partes del mundo, en las nuevas obras se suele incluir personajes con ascendencia hispanoamericana, o global.⁸⁸

Las fórmulas literarias tienen ciclos: origen, popularidad y agotamiento. Si la fórmula lo resiste, se transforma. Hoy las sagas distópicas juveniles se encuentran en pleno apogeo; no obstante, los elementos se han convertido en pautas tan rígidas, que el público no tardará en exigir algo nuevo. El investigador Leo Braudy comenta en su libro, *The World in a Frame: What We See in Films*, que:

Esencialmente los géneros/fórmulas le preguntan a la audiencia: ¿Aún quieres creer en esto? la fórmula es popular mientras la respuesta del público sea: sí. Los cambios ocurren cuando la audiencia replica: Lo que se está exponiendo es una representación simple de lo que creemos, queremos ver algo más complicado (Braudy 179).⁸⁹

Las fórmulas se convierten en géneros cuando las producciones cambian y evolucionan. En su ensayo *Chinatown and generic transformation in recent american films*, Jonh Cawelti

⁸⁸ Esto se puede ver en la secuela de *Cazadores de sombras*, (*Cazadores de Sombras: Renacimiento*); en *Warcross* por Mary Lu y en *Renegados* de Marissa Meyer, por mencionar algunos ejemplos.

⁸⁹ “Genre/formula essentially ask the audience, ‘Do you still want to believe in this?’ Popularity is the audience answering, ‘Yes’. Change in genre occurs when the audience says, ‘That’s too infantile a form of what we believe. Show us something more complicated.’ (Braudy 179)

expone que existen cuatro categorías de subversión de la fórmula: 1. Irónico/ *burlesque*, 2. Evocación de la nostalgia, 3. Desmitologización y 4. Reafirmación del mito (Cawelti, *Chinatown* 4).

La primera categoría refiere a una ridícula exageración de las partes que conforman la fórmula; un ejemplo de ello es *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha* en las novelas de caballerías. Por otro lado la segunda expone una característica (personaje, argumento, ambiente) genérica con un aura de tiempo pasado. La “nostalgia contemporánea” no duplica las obras anteriores, sino que hace consiente al lector del nexo que une pasado y presente como se puede ver en *Entrevista con el vampiro*.

Mientras tanto, la tercera evoca una característica tradicional y la trastoca hasta llevarla al opuesto de lo esperado de forma tradicional por ejemplo *Rebelión en la granja* de George Orwell. Por último, en la reafirmación del mito, al igual que en la desmitologización, se expone la fórmula como irreal, pero al final decide afirmar el mito no como si fuese algo real sino como algo que los lectores necesitan creer que lo es, como es el caso del *Fahrenheit 541*.

Al concluir esta investigación, no se ha publicado ninguna obra que juegue o transgreda con las nociones clásicas de la distopía juvenil, lo que lleva a suponer que, con probabilidad, este tipo de producciones terminan por extenuarse. Como sucedió con el auge y caída de las novelas de corte conspiratorio (surgidas a partir del 2000) cuyo máximo exponente fue *El código Da Vinci* (2003), este tipo de obras que combinaban los géneros de suspenso detectivesco y esoterismo *new age*, y que además creaban y explicaban teorías

conspiratorias de corte religioso⁹⁰, no se escribió nada que modificara su estatus de fórmula a género, como sí sucedió en el caso de las obras de detectives o las novelas románticas. De momento, las sagas de distopía juvenil cuentan con el favor del público y el mercado, en gran parte porque el origen del furor de estas sagas tiene como base las campañas de *marketing*. Este punto podría profundizarse y analizarse en una posterior investigación de administración o *marketing*; sin embargo, lo central es destacar que el éxito de las sagas no radica en un solo punto, sino en la relación de diversos elementos: la teoría literaria, el entorno editorial, el mercado y el componente social.

Uno de los factores destacados que ha modificado las prácticas de consumo literario entre los jóvenes es el internet y las narrativas transmediáticas. Como se comentó en el capítulo dos, estas obras se desarrollan por medio de múltiples medios, en la forma ideal de las diversas narraciones aportan nueva información —no representada con anterioridad— sobre los personajes, la historia del mundo ficticio o profundiza sobre un aspecto de la obra.

Las industrias de entretenimiento favorecen estas novelas por numerosas razones. Por ejemplo, las estrategias usadas explotan ventajas de la conglomeración mediática, dado que estos productos crean múltiples formas de vender contenidos a los consumidores. De igual modo, como se discutió en el segundo capítulo, este tipo de productos crea una fidelidad en el consumidor, quien seguirá de cerca los diferentes artículos que produzca la franquicia. Como demuestra el éxito de las películas, videojuegos y novelas gráficas basadas en las cinco sagas distópicas estudiadas.

Estas narrativas forman una calle de dos vías, en la que los productores dan material

⁹⁰ Un ejemplo de estas obras son: *El último Merovingio* de Jim Houghan (2004), el resto de la serie *Robert Langdon* escrita por Dan Brown (2003-2013), *Caballo de Troya* de Juan José Benítez (2013), *El último catón* de Matilde Asensi (2001), *La Hermandad de la Sábana Santa* de Julia Navarro (2004), etc.

a los consumidores, pero, al mismo tiempo, las producciones e ideas realizadas por los fanáticos influyen en los generadores de contenido, ya que los admiradores alientan la intermedia. Éstos exigen a las empresas mayor receptividad sus gustos e intereses (Jenkins 242). Los fans realizan demandas acerca de aquello que quieren ver, aunque las empresas mediáticas no necesitan participar en los ideales propuestos por los admiradores (diversidad o inclusión), lo que motiva a las empresas mediáticas son sus intereses económicos.

Este nuevo tipo de obras está modificando la forma como operan las industrias mediáticas y la manera con la que el público concibe su relación con los medios. Como se pudo apreciar en el Capítulo tres, cuando los entusiastas de un producto —en este caso las sagas literarias— se movilizan para difundir intereses en común, se transforman en intermediarios que garantizan que los mensajes y contenidos que ellos consideran importantes, circulen de manera amplia y rápida mediante los diversos medios disponibles. Los fans terminan por convertirse en *prosumidores*⁹¹ que opinan y crean contenido que quieren ver. A pesar de que en esta tesis se abordó de forma breve la noción de *fandoms* y algunas de sus actividades, parece importante mencionar el fuerte impacto que han tenido en los últimos años en el mercado editorial. Como se explicó en el Capítulo tres, prácticas como *scanlation* y *fansub* crean libros electrónicos con formatos diferentes a los realizados por las empresas editoriales. Lo que implica la “*amateurización* masiva de la edición” (Shriky, 65). Dentro de los *fandoms* existen entusiastas de la edición los cuales trabajan, muchas veces gratis, para conectar las obras con su público y difundir aquello que les apasiona, estas acciones se realizan de modo frecuente mediante el intercambio gratuito de material

⁹¹ Término que refiere a una nueva tipología de consumidor que se aleja de la actitud conformista del cliente tradicional. Al no obtener justo lo que quiere, comienza a fabricarlo para y por sí mismo. Pero está de acuerdo en comprar el mismo objeto u otra versión hecha por una compañía.

por la red.

En los últimos años, la voz de los *fandoms* se ha vuelto más poderosa; por ejemplo, editoriales (como HarperCollins) envían su material de forma gratuita a *bloggers* o grupos de *fandoms* en espera que ellos produzcan *booktraileres*, *viddings* y reseñas positivas (Flood, párr.1) que ayuden a publicitar la obra.⁹² De igual manera, algunas editoriales han tomado nota de autores de *fan fictions* sobresalientes, a quienes les han brindado contratos por sus obras. Walter Damien comenta que quizá para alguien apegado a la industria editorial, y lejos del movimiento de los *fandoms*, el éxito de las obras creadas por autores que primero escribieron *fan fictions* parezca desmedido (Walter, párr.3).

Sin embargo, los editores se percataron de que al amplificar la señal de aquellos autores que ya habían sido escogidos por los fans como nuevas voces, los convertiría en los próximos autores en destacar. Autores como Cassandra Clare (*Cazadores de sombras*) y Marissa Meyer (*Las crónicas lunares*) comenzaron como escritoras de *fan fictions*. Por lo que, cuando publicaron sus obras originales, ya habían construido con una base de fans establecida, que estaba dispuesta a comprar sus libros.

Aunque queda pendiente el estudio a profundidad de los *fandoms*, es innegable admitir que este fenómeno ha comenzado a modificar el rostro de la industria editorial, ya que las narrativas transmediáticas representan un cambio de paradigma en el paso de un contenido específico de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, a la interrelación de los medios de comunicación y a las diferentes formas de acceder a los contenidos mediáticos.

⁹² Recientemente, el acuerdo se modificó para exigir la publicación de una reseña en menos de un mes, lo cual ha enfurecido a la comunidad de *bloggers* (Flood, párr.2).

De igual forma las narraciones transmediáticas no son un fenómeno exclusivamente americano. Autores hispanos han comenzado a incursionar y publicar libros siguiendo dicho modelo. El autor mexicano Xavier Velasco con su libro *El diablo guardián* aceptó la adaptación de su obra a una serie televisiva, producida por la plataforma Amazon Prime. Mientras que el autor español Blue Jeans (Francisco de Paula Fernández) con su obra de romance juvenil, *El club de los incomprensidos*, logró su adaptación fílmica en 2014.

Se espera que en 2020 la escritora española Laura Gallegos estrene la adaptación de su obra *Memorias de Idhún* como una serie animada en la plataforma de Netflix. Por otro lado, el autor español de novelas fantásticas Fernando Trujillo Sanz vende y promueve sus obras auto publicadas mediante la plataforma Kindle Direct Publishing (*KDP*) y se encuentra en la espera de realizar adaptaciones graficas de sus obras.

Por esta razón es pertinente suponer que grupos editoriales hispanoamericanos se unirán a esta tendencia de producción de productos transmediáticos o promoverán plataformas que permitan el diálogo entre los fans de la obra. Por ejemplo V&R editoras ha comenzado a utilizar estructuras multimedia para publicitar las diferentes adaptaciones de obras de las cuales poseen derechos, de igual forma promueven y realizan eventos (en vivo o vía internet) para los diferentes *fandoms* puesto que ellos serán los consumidores de esas publicaciones.

Por tanto, se puede concluir que —aunque el fenómeno de las sagas distópicas juveniles quizá no trascienda a convertirse en un género literario— las estructuras transmediáticas utilizadas por éstas, se seguirán replicando y adaptando a diferentes producciones culturales. Incluso se puede ver cómo dicha tendencia está ganando notoriedad en los años recientes, en gran parte debido a la difusión del material por vía electrónica y el acceso por parte del público en general al internet.

OBRAS CONSULTADAS

Aguilar Sosa, Yanet, “Amanda Hocking desafió con éxito al mundo editorial”. *El Universal*, 8 Nov. 2011. <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/66895.html>

Aguirre, Carolina. “El furor de los book trailers”, *La Nación*. 30 May. 2011. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/el-furor-de-los-book-trailers-nid1377386>

Agustí Aparisi, Carme, “Nuevas generaciones, nuevas lecturas. La influencia de Crepúsculo en la literatura juvenil de sagas”, *Espéctaculo*, eléctrica revista de estudios literarios, Dic. 2015. https://www.academia.edu/16155538/Nuevas_generaciones_nuevas_lecturas._La_influencia_de_Crep%C3%BAsculo_en_la_literatura_juvenil_de_sagas

Altares Guillermo, “Scouts, los sabuesos de los libros”, *El país*. 18 Oct. 2008. https://elpais.com/diario/2008/10/18/cultura/1224280801_850215.html

Amar Sánchez, Ana María, “Canon y tradición: Literatura vs cultura de masas”, *Revista de crítica literaria latinoamericana*, vol. 45, 1997. 43-53.

Anderson, Chris. “The longtail”, *Wired*, en línea 19 Ene. 16. <https://www.wired.com/2004/10/tail/>

Anderson, Chris. *The Longtail*, Estados Unidos: Hyperion Books, 2006

Anónimo, “La ciudad de los ángeles caídos” en línea. 30 Oct. 2018. <http://eyesofangels.foroactivo.com/>

Anónimo, “Russia does the Hunger Games for real in Siberia but no guns are allowed”, *BBC news beat*. 16 Dec. 2016. <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/38342421/russia-does-the-hunger-games-for-real-in-siberia-but-no-guns-are-allowed>

Anónimo, “Sobre el blog”, 30 Oct. 2018 <http://cityofangels-reload.blogspot.com/p/sobre-el-blog.html>

Anónimo, “What’s meeting Cassandra Clare was really like”, *The Guardian*, 21 May. 2014. <https://www.theguardian.com/childrens-books-site/2014/may/21/what-meeting-cassandra-clare-mortal-instruments-really-like>

Armitstead, Claire. “Suzanne Collins: Hunger Games autor who found rich pickings in dystopia”, *The Guardian*. 22 Abr. 2012. <https://www.theguardian.com/books/2012/apr/27/suzanne-collins-hunger-games-profile>

Astor, Dave. “Why do we like dystopian novels?”, *The Huffington post*. 19 Dic. 2012. https://www.huffingtonpost.com/dave-astor/why-do-we-like-dystopian-novels_b_1979301.html

Babae, Ruzbeh. "Critical Review on the Idea of dystopia", *Canadian Center of Science and Education*, 16 Jun. 2015.
<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/res/article/view/48625>

Barthes, Roland. *El Susurro Del Lenguaje, Más Allá De La Palabra y De La Escritura*. Mexico: Paidós, 2009.

Basu, Balaka, Katherine R. Broad, *Carrie Hintz. Contemporary distopian fiction for youngadults, brave new teenagers*, New York: Routledge, 2013.

Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Siglo xxi, 1969.

Benítez, José A., *La dependencia, el subdesarrollo y la publicidad comercial capitalista*. La Habana: Editora política, 1989.

Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido. Hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. México: FCE, 2014.

Blanco, Lidia. *Literatura infantil. Ensayos críticos*, Buenos Aires: Colihue, 1992.

Bloom, Harold. *Civil Disobedience*, New York: Infobase Publishing, 2010.

Bradbury, Ray, Prologue by Jack Zipes. *Bloom's Modern Critical Interpretations: Fahrenheit 451-New Edition*. New York: Infobase Publishing, 2008.

Bort Muñoz, Miguel Ángel, *Merchandising, cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. Madrid: ESIC, 2004.

Bourdieu, Pierre. *Capital cultural, escuela y espacio social*. México: Siglo XXI, 2005.

Brown, Kat. "How to write a dystopian YA novel in 10 easy steps", *The Telegraph*. 19 Mar. 2015. <https://www.telegraph.co.uk/film/insurgent/divergent-hunger-games-how-to-write-dystopian-thriller/>

Bruker, Pascal, *Misera de la prosperidad (la religión del mercado y sus enemigos)*, México: Tusquets Editores, 2003.

Busquet, Jordi. *Lo sublime y lo vulgar, La cultura de masas o la pervivencia de un mito*, Barcelona: Editorial VOC, 2008.

Busquet, Jordi. *Reflexiones críticas sobre el mito de la "sociedad de masas"*. Barcelona: Trípodos, 2008.

Calderon, Arielle, Farrah Penn, "18 YA noveles that are currently being developed for TV and the big screen", *Buzzfeed News*. 3 feb. 2017.
<https://www.buzzfeed.com/ariellecalderon/ya-books-rumored-to-be-coming-to-tv-and-the-big-screen>

Cárdenas, Juan David, "Anotaciones sobre el fetiche cultural y el cine", *Pensamiento Artístico y Comunicación*, Vol.17, 2014. 619- 644.

Carter, Betty. "What are young adults reading?", *Educational Horizons*, Vol. 65, 1987. 185-187.

Catálogo Harper Collins, 25 Sep. 2018 <https://www.harpercollinsespanol.com/libros/>

Catálogos : Randon House, 25 Sep. 2018
<https://www.penguinrandomhouse.com/books/>

Catálogos Simon and Schuster, 25 Sep. 2018
<https://www.simonandschuster.biz/c/biz-seasonal-catalogs>

Cawelti, John G. "The concept of formula on the study of popular literature", *The Bulletin of the Midwest Modern Language*, 5, 1972. 115-123.

Cawelti, John G. *Adventure, Mystery, and Romance*, Chicago: Paperback edition, 1977.

Cawelti, John G. *Mystery, violence and popular culture*, USA: The University of Wisconsin Press, 2004.

Cervantes de, Miguel, *Don Quijote de la Mancha*, España: Alfaguara, 2004

Cervera, Juan, "En torno a la literatura Juvenil", *Revista CAUCE, revista de filología y didáctica*, 12, 1989. 157-168.

Carey, Anna, *Eve*, Barcelona: Roca editorial, 2012.

Carey, Anna, *Un nuevo mundo*, Barcelona: Roca editorial, 2013.

Carey, Anna, *Una vez*, Barcelona: Roca editorial, 2013.

Cass, Kiera, *La Elegida*, Barcelona: Roca editorial, 2014

Cass, Kiera, *La Élite*, Barcelona: Roca editorial, 2013

Cass, Kiera, *La Selección*, Barcelona: Roca editorial, 2012.

Chavez, Carlos. "La Publicidad Catapulta a Ghandi." *Expansión*. 31 May 2008.
<https://expansion.mx/negocios/2008/05/31/el-exito-amarillo-de-gandhi>

Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad de las almas perdidas*, México: Planeta, 2014.

Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad de los ángeles caídos*, México: Planeta, 2011.

Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad de ceniza*, México: Planeta, 2010.

Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad de cristal*, México: Planeta, 2009.

Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad del fuego celestial*, México: Planeta, 2014.

- Clare, Cassandra, *Cazadores de sombras. Ciudad de hueso*, México: Planeta, 2009.
- Clare, Casandra . “*The Mortal Instruments, bestselling*” *Official Shadowhunters Site*. 13 Ene. 2018 <https://www.cassandraclare.com/series/the-shadowhunter-chronicles/>
- Clark, Pamela. “Utopian and dystopian writing for children and young adults”, *Utopian Studies*, 29, 2004. 118-121.
- Cluá, Ginés Isabel. *Género y cultura popular*. Barcelona: Ediciones UAB,2008.
- Cochrane, Kira. “Stephnie Meyer on Twilight, Feminism and true love”, *The Guardian*. 11 Mar. 2013. <https://www.theguardian.com/books/2013/mar/11/stephenie-meyer-twilight-the-host>
- Cole, David, *Marketing Editorial: La guía*, México: FCE, 2003.
- Collera ,Virginia, “El libro como fetiche vuelve a seducir”, *El país*.19 Feb. 2016. https://elpais.com/cultura/2014/06/05/babelia/1401974403_361647.html
- Collera, Virginia, “Decepcionante”, “Aburrida”, “Brillante”, JK Rowling, *El país*. 15 May. 2012. <https://blogs.elpais.com/papeles-perdidos/2012/10/jk-rowling.html>
- Collins, Suzanne, *En llamas*, México: Editorial Océano, 2009.
- Collins, Suzanne, *Los juegos del hambre*, México: Editorial Océano, 2009.
- Collins, Suzanne, *Sinsajo*, México: Editorial Océano, 2010.
- Condie, Ally, *Crossed*, New York: Ed. Penguin Group, 2011.
- Condie, Ally, *Matched*, New York: Ed. Penguin Group, 2011.
- Condie, Ally, *Reached*, New York: Ed. Penguin Group, 2012.
- Comic-con 15 Feb. 2017 <https://www.comic-con.org/>
- Cuccinello, Hayley C. “Fifty Shades Of Green: How Fan-fiction Went From Dirty Little Secret To Money Machine.” *Forbes*. 10 Feb. 2017. <https://www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2017/02/10/fifty-shades-of-green-how-fanfiction-went-from-dirty-little-secret-to-money-machine/#1ec25ca9264c>
- Curtis, Alexa. “Does 13 reasons why glamorize ten suicide?”, *Rolling Stone*. 14 Abr. 2017. <https://www.rollingstone.com/tv/tv-features/does-13-reasons-why-glamorize-teen-suicide-111327/>
- Dark Horse, 15 Feb. 2017 <https://www.darkhorse.com/>
- Dashner, James, *Maze runner, Correr o morir*, México: V&R editoras, 2014.
- Dashner, James, *Maze runner. La cura mortal*, Argentina: V&R editoras, 2012.
- Dashner, James, *Maze runner. Prueba de fuego*, Argentina: V&R editoras, 2012.

Dashner, James. "The author." Maze Runner books. 17 Dec. 2018.
<http://www.jamesdashner.com/about-james-dashner/>

Davies, Gill, *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*. México: FCE, 2005.

Damien, Walter, "Fandom matters: writers must respect their followers or pay with their careers". *The Guardian*. 9 May. 2012.
<https://www.theguardian.com/books/2012/may/09/fandom-writers-respect-followers-pay-careers>

Dawn Wells, April. "Themes found in young adult literature: a Comparative study between 1980 and 200", Tesis, University of North Carolina, 2003.
<https://ils.unc.edu/MSpapers/2861.pdf>

Day, Sara K., *Female rebellion in young adult dystopian fiction*, Estados Unidos: Routledge, 2014.

Day, Sara K. *Reading like a girl*, Estados Unidos: The University Press of Mississippi, 2019.

DeGrasse Tyson, Neil. *Death by Black Hole*. Norton Paperback, Estados Unidos: 2007.

Desmet, Fran. "Female perspectives in the dystopian novel". Tesis. Ghent University. https://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/457/858/RUG01-001457858_2011_0001_AC.pdf

Domingo Argüelles, Juan. "Libros e industria editorial", *La Jornada*. 7 Feb. 2016.
<http://semanal.jornada.com.mx/2016/02/08/libros-e-industria-editorial-el-negocio-contrala-cultura-1532.html>

Dominguez, Michael Christopher. "Bazlen: informes de lectura", *Letras libres*. 4 Sep. 2014. <https://www.letraslibres.com/mexico-espana/bazlen-informes-lectura-0>

Dunn, George A., *The Hunger Games and Philosophy a Critique of Pure Treason*, Estados Unidos: John Wiley & Sons, 2012.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Trad. Andrés Boglar, España: Lumen, 1984.

EFE. "El Código Da Vinci' No Es Un Plagio." *El país*. 28 Mar. 2007.
https://elpais.com/cultura/2007/03/28/actualidad/1175032806_850215.html

Encuesta Intercensal 2015, INEGI.
<http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/analfabeta.aspx?>

Enrico, Roger, *La guerra de las colas, vista por el presidente de Pepsi*, Colombia: Editorial Norma, 1988.

Entel, Alicia, *Escuela de Frankfurt: razón, arte y libertad*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 1999.

Escalante Gonzalbo, Fernando, *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*, México: El Colegio de México, 2007.

Evenson, Candice. "The Lost civilization of Pottermore", *The Artifice*. 22 Feb. 2016. <https://the-artifice.com/the-lost-civilization-of-pottermore/>

Fernández Fernández, José Manuel, "Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu", *Papers*, 98, 2013. 33-60.

Flood, Alison, "Are publishers putting the squeeze on bloggers?" *The Guardian*. 5 Dec. 2011, <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2011/dec/05/publishers-bloggers>

Furedi, Frank, *Power of reading, From Socrates to Twitter*, Estados Unidos: Boomsbury Continuum, 2015.

Furedi, Frank. "The medias' first moral panic", *History Today*. 65, 2015. <https://www.historytoday.com/archive/media%E2%80%99s-first-moral-panic>

García Canclini, Néstor, "Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina", *Estudios Internacionales*, 33, 2000. 90-111.

García Victo, Enrique, "La sociedad unidimensional una reflexión filosófica sobre la cultura de masas". Tesis. UNAM, 1998.

Garrido, Felipe. *El buen lector se hace, no nace, reflexiones sobre la lectura y formación de lectores*, México: Paidós, 2014.

Glazer, Lori. "#1 New York Times Bestselling Author Veronica Roth's First Book for Adults", *Press Releases Houghton Mifflin Harcourt Acquires*. 25 Jul. 2018 <https://www.prnewswire.com/news-releases/houghton-mifflin-harcourt-acquires-1-new-york-times-bestselling-author-veronica-roths-first-book-for-adults-300686486.html>

Gaudiosi, John. "Hunger Games trilogy beats Harry Potter series to become all-time bestselling book series", *Forbes*. 17 Ago. 2012. <https://www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/08/17/hunger-games-trilogy-beats-harry-potter-series-to-become-all-time-bestselling-book-series/#4a7750537dc1>

Grady, Constance, Romano Aja. "How Harry Potter Changed the World." *VOX*. 1 Sept. 2018. <https://www.vox.com/culture/2017/6/26/15856668/harry-potter-20th-anniversary-explained>

Grover, Lea. "12 dystopian novels where women kick the future's ass", *Sheknows*. 18 Feb. 2016. <https://www.sheknows.com/entertainment/articles/1112965/dystopian-novels-with-heroines/>

Guillén, Claudio. “Lo Uno Con Lo Diverso: Literatura y Complejidad.” *Anuario De La Sociedad Española De Literatura General y Comparada*, IX, 1995, pp. 51–66.

Hanquinet ,Laurie, Mike Savage, *Routledge International Handbook of the sociology of art and culture*, New York: Routled, Taylor & Francis Group, 2016.

Hillenbrand, Laura, *Inquebrantable*, México: Santillana, 2011

Hintz, Carrie, Elaine Ostry. *Utopian and dystopian, writing for childrens and young adults*, Estados Unidos: Routledge, 2003.

Horkheimer, Max, Theodor Adorno, *La industria cultural. Ilusionismo como mistificación de masas, Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires: Eudeba 1988.

Horkeimer, Max, Thedor W. Adorno. *Dialéctica De La Ilustración, Fragmentos Filosóficos*. Trad. Juan José Sanchez, Madrid: Editorial Trotta, 1998.

Ilar, Sandra, *The Hunger Games Viral marketing campaing*, Estados Unidos: Ed. Stockholms Universitet, 2014.

Jakobson, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Barcelona: Ed. Six Barral.1981

Khood, “The rising popularity of Dystopian Literature”. *The Artifice*. 20 Abr. 2015. <https://the-artifice.com/popularity-of-dystopian-literature/>

Kincaid S.J., *Vortex*, Estados Unidos, Harper Collins, 2012.

Kovach Catherine,”7 Authors Who Wrote Fan-fiction Because It's Actually the Best, Bustle”, *Bustle*. 20 May. 2016. <https://www.bustle.com/articles/160939-7-authors-who-wrote-fanfiction-because-its-actually-the-best>

Kirst, Seamus, “The Kardashian’s social media influence”, *Forbes*. 17 Dic. 2015. <https://www.forbes.com/sites/seamuskirst/2015/12/17/the-kardashians-social-media-influence/#19180011f037>

Kotler, Philip, *Mercadotecnia, México*: Prentice- Hall Hispanoamericana, 1989.

Levithan, David, “Suzanne Collins Talks About ‘The Hunger Games,’ the Books and the Movies”, *The New York Times*, 18 Oct. 2018. <https://www.nytimes.com/2018/10/18/books/suzanne-collins-talks-about-the-hunger-games-the-books-and-the-movies.html>

Lim, Dennis, “Fight Club’ Fight Goes On”, *The New York Times*. 6 Nov. 2009. <https://www.nytimes.com/2009/11/08/movies/homevideo/08lim.html>

Lijtmaer, Lucia. “El young adult que trascendió a todos”, *El diario*. 9 Dic. 2015. https://www.eldiario.es/cultura/young-adult-trascendio_0_460554094.html

Liptak, Andrew. “Why Hollywood Is Turning to Books for Its Biggest Productions.” *The Verge*. 26 Ene. 2017.

<https://www.theverge.com/2017/1/26/14326356/hollywood-movie-book-adaptations-2017-expanse-game-of-thrones>

“Los libros traducidos suponen un tercio de la facturación del sector, hasta 293,6 millones de euros, según estudio”. *La vanguardia*. 30 Jun. 2017.

<https://www.lavanguardia.com/vida/20170630/423783838453/los-libros-traducidos-suponen-un-tercio-de-la-facturacion-del-sector-hasta-2936-millones-de-euros-segun-estudio.html>

Lu Marie, *Champion*, México, SM, 2015

Lu Marie, *Legend*, México: SM, 2014

Lu Marie, *Prodigy*, México: SM, 2015

Mackay, Demerjian Louisa. *The age of the distopia, one genre, our fears and our future*, Reino Unido: Cambridge Scholars Publishing, 2016.

Maristain Mónica, “¿Leen los jóvenes en México? La lectura digital hace milagros”, Sin embargo, 17 Feb. 2018. <https://www.sinembargo.mx/17-02-2018/3384442>

Martínez, Myrna I. “Las sagas juveniles que nacieron de la letra hoy alimentan a Hollywood”, *El financiero*. 5 Ene. 2015. <https://www.elfinanciero.com.mx/after-office/las-sagas-juveniles-que-nacieron-en-la-letra-hoy-alimentan-a-hollywood>

Megías, Lucía, José Manuel. *Los Libros De Caballerías a La Luz De Los Primeros Comentarios Del Quijote: De Los Ríos, Bowle, Pellicer y Clemencín*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel De Cervantes, 2010.

Melchor, Ma. Del Refugio. “Los libros más pirateados en México”, *El financiero*. 30 Dic. 2014. <https://www.elfinanciero.com.mx/after-office/los-10-libros-mas-pirateados-en-mexico>

Mendoza, Leo. “De la cuarta de forros”, *La Jornada Semanal*. 3 Jun. 2017. <https://www.jornada.com.mx/2007/06/03/sem-leer.html>

Meyer, Marissa, *Cinder*, México: V&R editores, 2014

Meyer, Marissa, *Cress*, México: V&R editores, 2016

Meyer, Marissa, *Scarlet*, México: V&R editores, 2015

Meyer, Marissa, *Winter*, México: V&R editores, 2014.

Miller, Laura. “What’s behind the boom in the dystopian fictions for young readers?” *The New Yorker*. 14 Jun. 2010. <https://www.newyorker.com/magazine/2010/06/14/fresh-hell-2>

Millán, Jose Antonio. “Separados por un mismo idioma: El mercado del libro en español”, *Letras Libres*. 11 Jun. 2015 <https://www.letraslibres.com/mexico-espana/separados-por-un-mismo-idioma-el-mercado-del-libro-en-espanol>

- Morla , Jorge. “El Éxito De Las Sagas En La Era De Facebook.” *El País*. 16 Mar. 2018. https://elpais.com/elpais/2018/03/09/eps/1520619655_944494.html
- Munguía, Javier, “Una saga mexicana de vampiros”, *El confabulario*. 3 Mayo 2013. <http://confabulario.eluniversal.com.mx/una-saga-mexicana-de-vampiros/>
- Muñoz Alonso, Mariano, *El libro y los Mass Media en la comunicación*, Madrid: Ed. Fragua, 1998.
- Nrv, “En México hay menos lectores: INEGI”, *El Universal*. 27 Abr. 2018 <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/letras/en-mexico-hay-menos-lectores-inegi>
- O’Leary, Brian F., “Context First: A Unified Field Theory of Publishing”, *Lingualeo*. 29 Jul. 2011. https://www.researchgate.net/publication/227058809_Context_First_A_Unified_Field_Theory_of_Publishing
- Palahniuk, Chuck, *El club de la pelea*, México: Ed. De bolsillo, 2011
- Picó, Joseph, *Modernidad y postmodernidad*, México: Alianza Editorial, 1990.
- Pindado Pindado, Julián, “El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Malaga”. Tesis. Universidad de Malaga, 2003.
- Pinto, Varela, “El libro electrónico: ¿Qué será de nosotros?”, *Trama & Texturas*, 14 2011, 109-112.
- Piñero, Raquel, “Aquí tiene 23 libros que fueron prohibidos por la censura”, *Vanity Fair*. 29 Jun. 2016. <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/aqui-tiene-23-libros-que-fueron-prohibidos-por-la-censura/22553>
- Post, Chad, “Will Translated Fiction Ever Really Break Through?”, *Vulture*, 7 May. 2019 <https://www.vulture.com/2019/05/translated-fiction-has-been-growing-or-has-it.html>
- Plaza, J.M., “Barómetro de la lectura 2017: se lee más pero peor”, *El Mundo*. 18 Ene. 2018 <https://www.elmundo.es/cultura/literatura/2018/01/18/5a607873468aeb34758b4600.html>
- Propp, Vladimir, *Morfología del cuento*, México: Ed. AKAL, 1998.
- Putruele, Martina. "El libro como objeto fetiche y la revolución del e-book", *ARG Noticias*. En línea 30 oct. 2013.
- Ramos, Mariana, “Fanadvertising y series de televisión”, *Revista Comunicación*. 2012. http://revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa7/094.Fanadvertising_y_series_de_television.pdf
- Raya, Javier, “Juzgar un libro por su portada (y contraportada)”, *Revista posdata*, 2016. <http://www.revistapostdata.com.ar/>

- Rey, Mario, *Historia y muestra de la literatura infantil mexicana*, México: Conaculta, 2000. Impreso.
- Rodríguez Imbriaco, Laura. “Una lectura arquetipica a los personajes femeninos de cien años de soledad”, *Revista de estudios literarios universidad complutense de Madrid*. 20 Feb. 2018 <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero39/ciensole.html>
- Roth, Veronica, *Allegiant*. Estados Unidos: Ed. Harper Collins, 2013. Impreso.
- Roth Veronica, *Divergente*. Barcelona: Ed. Molino, 2013, Impreso.
- Roth, Veronica, *Insurgent*. Estados Unidos: Ed. Harper Collins, 2015, Impreso.
- Ruiz, Nacho. *La obra de arte como objeto de intercambio, procesos y estructura del mercado del arte*, Madrid: IED Madrid editorial, 2013.
- Sagastizábal, Leandro, Fernando Esteves Fros, *El mundo de la edición del libro*. Argentina: Paidós, 2002.
- Sánchez-Navarro Jordi, Antoni Roig, Editor Aranda Daniel, *Fanáticos, la cultura fan*, Barcelona: UOCpress, 2013.
- Sánchez Onofre, Julio Sánchez, “Fuerza de Netflix nace en los algoritmos”, *El Economista*. 18 Sep. 2014. <https://www.economista.com.mx/tecnologia/Fuerza-de-Netflix-nace-en-los-algoritmos-20140918-0209.html>
- Sapiro, Gisèle, *La sociología de la literatura*, Argentina, FCE, 2016.
- Schfrinn André. "How mergermania is destroying book publishing", *The Nation*. 28 Nov. 2012. <https://www.thenation.com/article/how-mergermania-destroying-book-publishing/>
- Scolari, Carlos, *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Ed. Gedisa, 2008.
- Shannon Claude E., Warren Weaver, *The mathematical theory of communication*. Estados Unidos: University of Illinois, 1963.
- Shatzkin, Leonard, *Cómo seleccionar títulos rentables. Herramientas estadísticas para la venta de libros*. México: FCE, 2004.
- Seltzer, Sarah. “The Hunger Games’ Gender Role Revolution.” *REWIRE*. 12 Dec. 2013. <https://rewire.news/article/2013/12/12/the-hunger-games-gender-role-revolution/>
- Shepherd, Jack. “Harry Potter prequel about Voldemort approved by Warner Bros”, *Independent*. 1 jun. 2017. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/harry-potter-fan-film-voldemort-youtube-free-warner-bros-approved-a8159831.html>

Smith, Hannah, "Permission to Diverge: Gender in Young Adult Dystopian Literature", *Gender Studies Research Papers*, 2014, 1-32.
<https://pdfs.semanticscholar.org/ab17/55086a10e676eb971fd378fef58e363d1f16.pdf>

Soto Galindo, José. "Netflix: los algoritmos también fallan", *El Economista*. 24 Nov. 2016. <https://www.economista.com.mx/opinion/Netflix-los-algoritmos-tambien-fallan-20161124-0001.html>

Squires, Claire. *Marketing Literature, The making of contemporary writing in Britain*, Inglaterra: Palgrave Macmillan, 2007.

Stevens, Dana. "Why teens love distopias", *Slate*. 21 Mar. 2014.
<https://slate.com/culture/2014/03/divergent-starring-shailene-woodley-and-the-hunger-games-why-teens-love-dystopias.html>

Stampler, Laura. "Adult Books Sales Are Down and Young Adult Soars in 2014", *Times*. 16 Dec. 2014. <http://time.com/3636601/young-adult-book-sales-2014/>

Surowiecki James. *The wisdom of crowds*, New York: Random House, 2005.

Tahir, Sabaa. "Katniss Everdeen Is My Hero". *The New York Times*. 18 Oct. 2018.
<https://www.nytimes.com/2018/10/18/books/katniss-everdeen-hunger-games.html>

Tedesco Grey, Bruce. *Neural marketing: artificial intelligence neural networks in measuring consumer expectations*, Chicago: Esomar marketing reaserch congress, 1992.

Throsby, David. *Economics and culture*, Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

Truitt, Brian. "Chuck Palahniuk Reconvenes His 'Fight Club'." *USA Today* . 24 Jul. 2014. <https://www.usatoday.com/story/life/movies/2014/07/21/chuck-palahniuk-fight-club-comic-book-exclusive/12735275/>

Todorov Tzvetan. *Introducción a la literatura fantástica*, México: Premia Editora, 1980.

Viñas Piquer David, *El enigma best-seller, fenómenos extraños en el campo literario*, España: Editorial Ariel, 2009

Wells Dan, *Fragmentos*, Argentina: V&R editoras, 2014.

Wells Dan, *Partials*, Argentina: V&R editoras, 2012.

Wells Dan, *Ruinas*, Argentina: V&R editoras, 2016.

Westerfeld, Scott, *Extras*, Estados Unidos: Ed. Simon Pulse, 2007,

Westerfeld, Scott, *Pretties*, Estados Unidos: Ed. Simon Pulse, 2010,

Westerfeld, Scott, *Specials*, Estados Unidos: Ed. Simon Pulse, 2006,

Westerfeld, Scott. *Uglies*, Estados Unidos: Ed. Simon Pulse, 2005,

Williams Zoe. “Why women love fifty shades of Gray”, *The Guardian*. 6 Jul. 2012.
<https://www.theguardian.com/books/2012/jul/06/why-women-love-fifty-shades-grey>

Woll, Thomas. *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*. México: FCE, 2003.

Yancey, Rick, *El mar infinito*, Barcelona; RBA, 2014

Yancey, Rick, *La quinta ola*, Barcelona; RBA, 2013.

Yancey Rick, *La última estrella*, Barcelona; RBA, 2016

Yúdice, George. “La reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y siglo XXI en América Latina”. *Revista Iberoamericana*. Oct. 2001: 639-656.

Zaid Gabriel, *Los demasiados libros*, México: Ediciones Océano, 1996.