

MÁSTER UNIVERSITARIO EN IGUALDAD Y GÉNERO EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO

“Análisis de la visión de la mujer en el ámbito de la literatura romántica y la influencia del Marketing: Universo de 50 Sombras de Grey ”



Trabajo Fin de Máster (12 créditos)

Presentado por:

Pascual Sánchez Alfredo
18434848A

Dirigido por:

Aznar Márquez Juana
SEPTIEMBRE 2014

ÍNDICE

1.- Introducción	3
2.- Justificación del trabajo	9
3.- Objetivos que se plantean el trabajo	10
4.- Breve revisión de la evolución de la novela romántica	10
5.- Estereotipos en la novela romántica	17
6.- La imagen de mujeres y hombres en las portadas de la novela romántica a lo largo del tiempo	24
7.- Visión de autoras y autores españolas/es sobre el papel de las mujeres en sus propias obras	32
8.- El modo de escritura y el lenguaje sexista en la novela romántica: otro refuerzo más de los estereotipos de género	41
9.- Internet, las nuevas tecnologías y las redes sociales en la literatura romántica	43
10.- Dos autoras y su relación con el marketing: Megan Maxwell y E. L. James	48
10.1.- Megan Maxwell y sus “Guerreras”: La generación de una marca	48
10.2.- E.L. James y sus “Cincuenta sobras de Grey”	51
11.- Nueva aportaciones en la novela erótica actual: de las aberraciones a la apología de la violencia de género	57
12.- La novela romántica: literatura o negocio	61
13.- Conclusiones	65
14.- Recursos bibliográficos	69

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

1.- Tabla N° 1: Comparativa Géneros Romántica	8
2.- Tabla N° 2: Roles y estereotipos femeninos en 6 obras de literatura romántica	21
3.- Tabla N° 3: Roles y estereotipos masculinos en 6 obras de literatura romántica ...	22
4.- Tabla N° 4: Valores Sociales recogidas en 6 obras de literatura romántica	23
5.- Tabla N° 5: Principales Blogs en Romántica	47
6.- Gráfico N° 1: Disposición de E-book	44
7.- Gráfico N° 2: Peso del libro en papel vs el ebook.....	45
8.- Gráfico N° 3: Evolución Facturación en Romántica (2007-13)	62
9.- Gráfico N° 4: Evolución Facturación del Libro (2007-13)	62

► 1.- INTRODUCCIÓN: APROXIMACIÓN A LA NOVELA ROMÁNTICA

La novela romántica la concebimos como un producto de la industria cultural, sin embargo, a lo largo del tiempo en muchas ocasiones, ha sido considerada como una producción literaria de segundo orden. Incluso la crítica literaria no la consideraba un género literario. Según Zulema Morresi (1997), en ocasiones aparece como "sub-literatura", "contra-literatura", "literatura marginal", o "para-literatura" ya que se entendía que su calidad estaba por debajo de otros géneros literarios considerados más "serios", tales como los ensayos, tesis, los tratados de filosofía, producciones científicas y de investigación,...

Sin embargo la novela rosa está en auge en el ámbito literario y en el editorial, y ha merecido análisis que podríamos ubicar dentro del campo de la sociología. Equiparándola a otros fenómenos de comunicación de masas, autores como Rivero (1985), Samoilovich, Gallagher (1988) o Mattelart y Mattelart (1997) la han estudiado junto al folletín, la telenovela, la fotonovela o el radioteatro, haciendo análisis globales sin detenerse a resaltar su especificidad.

En nuestras sociedades actuales, es indudable que la novela romántica se perfila como un elemento clave y fundamental de ocio, especialmente dentro del público femenino. Según la Asociación Americana de Escritoras de Novela Romántica (RWA), podemos caracterizar la novela romántica como un producto creado y consumido especialmente por y para mujeres, de tal forma que el público objetivo de la novela romántica, según José de la Rosa (2010), vendría determinado por mujeres de una edad comprendida entre los 25 y 70 años (el 50% se sitúa entre 18 y 29 años y el 30% entre 30 y 45). A este respecto podemos indicar otros datos relevantes del sector:

- Según el autor José de la Rosa (2010), la novela romántica ya supuso en 2006 un 6% del mercado español, lo que supuso una facturación de más de 34 millones de euros anuales.
- El valor estimado anual de las ventas totales de novela romántica en USA, según BookStats, en 2013 fue de 1.080 millones de dólares mientras que en España, según la Federación de Gremios de Editores (2013) el volumen de negocio de la novela romántica ascendió a 48 millones de euros en 2012.

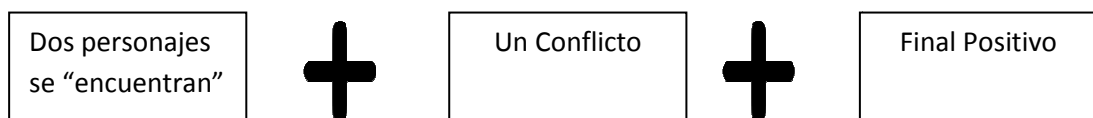
¿Pero qué publicaciones podemos decir que quedarían incluidos bajo la definición de novela romántica? Para resolver la pregunta procederemos a aportar una serie de definiciones que nos ayuden a comprender mejor dicho concepto. La novela romántica podemos entenderla como aquel género literario que se adscribe dentro del llamado Romanticismo, o de un modo más frecuente, a aquellas que también se denominan

novela rosa. Por otra parte, la Real Academia Española de la lengua (RAE) en su diccionario la define como *"una variedad de relato novelesco, cultivado en época moderna, con personajes y ambientes muy convencionales, en el cual se narran las vicisitudes de dos enamorados, cuyo amor triunfa frente a la adversidad"*.

Más rigurosa en los detalles es la aportación realizada por la asociación de escritoras de novela romántica de Estados Unidos que determina que la *trama* principal de una novela romántica debe girar en torno a dos personas a medida que desarrollan un amor romántico, de tal forma que tanto el conflicto como el clímax de la novela deben estar directamente relacionados con ese tema central de desarrollar una relación romántica, a pesar de que la novela también puede contener argumentos secundarios que no se refieren específicamente al amor romántico de los personajes principales. Por otra parte, una novela romántica debe tener un "final emocionalmente satisfactorio y optimista".

Destacar también que la autora Nora Roberts resume el género, afirmando que *"los libros románticos versan sobre la celebración de la caída en el amor, la emoción y el compromiso, y todas esas cosas que realmente deseamos dentro de nuestras vidas"*. Asimismo, en las Primeras Jornadas sobre Novela Romántica celebradas en noviembre de 2007 en Sevilla, se definió la novela romántica como cualquier novela cuya trama principal, y de forma destacada como para imprimir su carácter a la totalidad de la obra, sea una historia de amor. Siguiendo esta definición, la estructura que ha de respetar en grandes líneas una novela romántica para que podamos considerarla como tal queda recogida en la siguiente figura:

Figura 1: Esquema Novela Romántica.



Fuente: José de la Rosa (2010)

A) Dos personajes se "encuentran": forzosamente la historia debe estar centrada en la relación amorosa entre dos personajes, en el 99% de los casos, entre un hombre y una mujer pero ya hay novelas en Norteamérica en las que los personajes son dos hombres o dos mujeres.

B) Un conflicto: si no hay conflicto no hay novela. El éxito de la novela se centra en el atractivo de los personajes ya no tan solo del atractivo físico, sino de la capacidad de atrapar al lector, en la credibilidad de los conflictos (y por qué no, en su originalidad), y en la potencia de la historia de amor. Para sazonar todo esto tenemos otros recursos, como el erotismo, la acción, los subgéneros, etc.

C) Final Positivo. Aún cuando existen novela románticas que terminan mal, francamente mal, el/la lector/a debe acabar siempre con una sensación positiva. Éste es otro punto clave que nos permitirá encontrar nuevos caminos más allá de un final-boda, nada desdeñable, por supuesto, pero no el único.

Una vez identificados los elementos que se encuentran en toda novela romántica podemos pasar a caracterizar brevemente **los distintos subgéneros que constituyen la novela romántica**. Siguiendo a José de la Rosa (2010) tenemos:

- SEAL (Sea, Air and Land): también conocido como romance militar. Aunque sus personajes son militares (él siempre, ella a veces), no debemos confundirlo con la novela bélica. Generalmente la historia se articula en torno a misiones secretas cuya resolución salvaguardará el honor de los protagonistas. Dentro de esta corriente podemos citar a autoras como Suzanne Brockman, Dee Henderson, Lindsay McKenna.
- Suspense Romántico: Gira alrededor de la solución de un misterio, cuyas pistas irán jalonando a lo largo de la narración, y supone la evolución de la antigua novela gótica, aunque suele desarrollarse en el presente. Dentro de este subgénero quedaría recogido también el thriller romántico. Pudiendo citar dentro de este campo a las autoras Catherine Coulter, Linda Howard, Iris Johansen.
- Time Travel: Describe un viaje en el tiempo, normalmente de la protagonista, a cualquier época del pasado o futuro. Dependiendo hacia dónde se viaje, adquirirá también la forma bien de una novela histórica, bien de ciencia ficción. En este tipo de novelas podemos citar a autoras como Diana Gabaldon, Jude Deveraux, Pilar Cabedo.
- Sentimental: Se centran en la carga emocional de las relaciones, buscando siempre una reacción de complejidad emotiva con el lector. Las autoras con un mayor peso dentro de esta vertiente podrían ser: Tara Heavey, Nicholas Sparks, Isabelle Desesquelles.
- Paranormal: Cuenta dentro de la historia con la presencia de criaturas fantásticas como vampiros, hombres lobos, genios, fantasmas, brujas,

apariciones, duendes o hadas,... Así nombraremos como representantes de este tipo de novelas a Charlaine Harris, Linda Howard, Jezz Burning.

- Regencia: Se trata de una novela histórica con características particulares, como el hecho de desarrollarse a principios del siglo XIX, de centrarse en las relaciones sociales, y sobre todo de articularse en torno al diálogo. Suelen estar impregnadas de sentido del humor, aunque también existe una sublínea más trágica. Trata habitualmente sobre uniones de conveniencia o saltos de clases sociales. Aunque hay atracción y tensión sexual, no hay generalmente sexo entre los protagonistas. Podríamos destacar a autoras como Jane Austen, Mary Jo Putney, Jo Beverley, Bel Frances.
- Histórica: Su único requisito es situar la trama en el pasado. A esto habría que sumarle todos los ingredientes de la novela de aventuras. A partir de aquí podemos subdividirla según la ambientación (Colonias, Escocia, Medieval, Western, Árabes, Vikingos, Grecia clásica,..). En este campo podremos citar a las siguientes autoras Suzanne Barclay, Lisa Kleypas, Julie Garwood, Julia Quinn, Mary Jo Putney.
- Contemporánea: Es aquella que se desarrolla en la actualidad y suelen tratar todos los temas presentes en la sociedad actual, sobre las relaciones entre dos personas. Aquí encontraríamos a autoras como Nora Roberts, Linda Howard, Jude Deveraux, Rachel Gibson.

Como un subgénero en auge dentro de la contemporánea, encontramos el denominado Chick-lit. Desarrolla con historias de la vida cotidiana con altas dosis de humor. Las protagonistas se identifican claramente con cualquier chica actual y contemporánea. Son especialmente destacables las aportaciones de autoras como Megan Maxwell, Lisa Jewel, Carole Matthews, Ruth García Orozco.

- Ciencia Ficción: Se desarrollan en el futuro, donde se han producido cambios debidos al impacto de los avances científicos, tecnológicos, sociales o culturales. También puede desarrollarse en otros planetas, otros mundos, y debe haber una sólida historia de amor. Destacaremos a las autoras Linnea Sinclair, Stphenie Meyer, Melinda Snodgrass.
- Fantasía: Se desarrolla en un mundo imaginario, que no cumple las leyes de la naturaleza. A este respecto podemos nombrar a autoras tales como Jim C. Hines, Jo Graham, Maria V. Snyder.
- Inspiracional: Celebran valores religiosos y espirituales, habitualmente cristianos, pero también de cualquier de cualquier otra religión o doctrina.

Destacan las contribuciones realizadas por autoras como: Dusk Peterson, Rebecca Goings, Lisa Mondello.

- Aventuras: Novelas centradas en la acción, que suelen desarrollarse en múltiples escenarios, y en las que el héroe pretende descubrir un misterio poniéndose en peligro. El misterio es expuesto habitualmente por la heroína. La dificultad de los objetivos, los lugares ignotos, pero muy exóticos o esotéricos, y el relato pormenorizado del paisaje cambiante, la inclusión de detalles arqueológicos, botánicos y descripción de otras costumbres, son otras características. Donde podríamos citar a autoras como Rona Sharon y Mar Carrión.
- Afroamericano / Multicultural: Tienden a centrarse exclusivamente en relaciones entre los héroes y las heroínas de origen afroamericano o bien multicultural. Aquí debemos hacer una especial mención a las siguientes autoras Sandra Kitt, Brenda Jackson, Kayla Perrin.
- GLBT: Novela romántica donde las historias implican una historia de amor entre gays, lesbianas, bisexuales y/o transexuales. Existe un subgénero más intenso que es el Yaoi (término popular japonés que denota la representación artística, erótica o romántica de relaciones de amor homosexual entre dos varones). Mencionamos a autoras como: Kissa Starling, Mychael Black, James Buchanan, Kay Derwydd.
- Young Adult: Se caracteriza por desarrollar una historia de amor entre adolescentes. Suele estar cerca del género sentimental, aunque a veces puede tener contenido erótico. Destacando en este campo autoras como Cheryl Zach, Arleyann Presser, Blue Jeans.
- Erótica: Cuyo contenido tiene una fuerte carga sexual en las relaciones de los protagonistas, donde el sexo juega un papel primordial. Siendo especialmente reputadas en este género las aportaciones de las autoras: Emma Holly, Robin Schone, Thea Devine, Celeste Anwar, Noelia Amarillo, E.L. James.

Utilizando como punto de partida la clasificación anterior José de la Rosa (2010), realiza un análisis de los puntos fuertes y débiles de los principales subgéneros de romántica, información que se recoge en la tabla 1 que se presenta a continuación:

Tabla 1: Comparativa Géneros Romántica.

SUBGÉNERO	CLAVE	PUNTO FUERTE	PUNTO DÉVIL
Suspense romántico	Acción	Control del suspense, dosificándolo en capítulos y escenas	Que el lector descubra los hilos de la trama antes de tiempo. Falta de cobertura de expectativas.
Ciencia Ficción	Acción	Explicación científica a los hechos de futuro	Pérdida de la historia de amor
SEAL	Acción	Canto al honor	Belicismo
Paranormal	Acción	Credibilidad de los personajes como seres paranormales	Poco creíble
Time Travel	Acción	Que sean creíbles las reacciones del personaje en la nueva época	El contrario a su punto fuerte
Fantasia	Acción	Que el mundo creado se dosifique adecuadamente y sea sólido	Falta de credibilidad y solidez.
Aventuras	Acción	La agilidad	Dilución de la historia de amor
Sentimental	Relaciones entre personajes	La especial relación entre los personajes	Pasividad
Inspiracional	Relaciones entre personajes	El desarrollo de valores espirituales	Debilidad de la historia de amor a causa del tema.
Regencia	Relaciones entre personajes	Humor y diálogos inteligentes	Personaje femenino demasiado enclavado en valores caducos
Chick Lit	Relaciones entre personajes	Transmitir con humor las inquietudes de una chica soltera de hoy	Exceso de frivolidad o caer en situaciones poco creíbles.
Contemporánea	Relaciones entre personajes	Transmitir una realidad identificable	Que el dramatismo solape la historia de amor
Erótica Romántica	Relaciones entre personajes /Acción	Conseguir mantener el clímax erótico a lo largo de toda la novela	Caer en la zafiedad
Young Adult	Relaciones entre personajes /Acción	Adecuarse a la edad de los personajes	Exceso de flash back
Afroamericana Multicultural	Relaciones entre personajes /Acción	Conocer las claves de cada comunidad	Pérdida de perspectiva étnica
GLBT	Relaciones entre personajes /Acción	Respeto por la diferencia	Frivolar sobre opciones sexuales
Histórica	Relaciones entre personajes /Acción	Documentación	Elementos ajenos a la época tratada

Fuente: José de la Rosa (2010)

Una vez definida y caracterizada la novela romántica, el presente trabajo se organiza como sigue, en los apartados 2 y 3 encontramos la justificación y los objetivos que se persiguen con el siguiente trabajo. En el siguiente apartado se realiza una breve revisión de la evolución mostrada en la novela romántica de temas, valores y personajes para pasar en el apartado 5 a evidenciar los estereotipos más frecuentes en la novela romántica. Los mismos estereotipos que aparecen en el texto quedarán también recogidos en un buen número de ocasiones en las portadas de las novelas lo que evidenciaremos en el apartado 6. En la sección siguiente mostraremos la visión que tienen de las mujeres un grupo de destacados/as autores/as de novela romántica revisando sus propias obras. En el apartado 8 se presentará como tanto el lenguaje como la forma de escritura utilizadas en estas novelas tiene un claro carácter sexista para posteriormente revisaremos el papel de Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías en el desarrollo del negocio de la literatura romántica. La sección 10 nos permite mostrar dos autoras con enorme éxito editorial y nos preguntaremos qué variables han utilizado a su favor. En el apartado 11 mostramos como la literatura romántica es capaz de incorporar verdaderas aberraciones como las relaciones sexuales entre dinosaurios y mujeres o como al igual que hace un siglo pueden justificar las violaciones. La sección 12 plantea el negocio de la literatura romántica, y finalmente el trabajo concluye con las conclusiones y las referencias bibliográficas utilizadas.

► 2. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

El origen y la razón de ser del presente proyecto se encuentran en la relación existente entre Estereotipos de Género y Marketing. De hecho, la cuestión que se plantea es la incongruencia que, a mi juicio, se produce entre los principios del Marketing y una buena parte de las novelas románticas. Así, encontramos que en las obras de este género se oferta un producto que muestra una visión estereotipada de hombres y mujeres. En la que además, la imagen que se presenta de las mujeres tiene bastante de negativo, y aún así han logrado convertirse en un éxito de ventas, llegando a tener una verdadera extensión de carácter viral, y donde su mayor refuerzo y sustento proviene del propio ámbito femenino.

La constatación de este fenómeno me ha llevado a cuestionar cuánto hay en el sector editorial de la novela romántica de literatura, y cuánto de mero y puro negocio, así como plantearme el papel que las redes sociales están llevando a cabo en este juego.

► 3. OBJETIVOS DEL TRABAJO

El objetivo general es analizar la evolución de la visión de la mujer en el ámbito de la literatura romántica. Para ello se estudiarán también la importancia que juegan las TIC, y en especial las redes sociales, así como el marketing en el mercado de la novela rosa actual.

Nuestro objetivo general se concretará en los siguientes objetivos específicos:

- Destacar la presencia de roles y estereotipos de género en la novela romántica.
- Estudiar los roles y estereotipos de género en un conjunto de seis libros que van desde *“Orgullo y Prejuicio”* de Jane Austin hasta el libro de E.L. James *“Cincuenta sombras de Grey”*.
- Revisar la persistencia de estereotipos a través de portadas de las novelas a lo largo del tiempo.
- Mostrar la opinión de los/as autores/as de novela romántica españoles/as a través de unas preguntas que se les han formulado.
- Destacar que la novela romántica actual, aún cuando va destinada a un público básicamente femenino, utiliza un lenguaje sexista.
- Exponer la importancia del marketing, de las redes sociales y las TIC en creación de la marca Megan Maxwell y en el éxito de la trilogía de *“Cincuenta sombras de Grey”*.
- Evidenciar el principio de “todo vale” en el negocio de la novela romántica.

► 4.- BREVE REVISION DE LA EVOLUCIÓN DE LA NOVELA ROMÁNTICA

El presente trabajo no pretende ser una revisión completa de la literatura romántica y tampoco una crítica literaria. Lo que se va a hacer es realizar una introducción a algunos conceptos y cuestiones que posteriormente serán de utilidad para poder cubrir los objetivos propuestos.

En primer lugar, consideramos relevante mencionar la introducción del “elemento sentimental” dentro de la literatura inglesa como figura clave en el nacimiento de la novela romántica. En la Inglaterra de comienzos del siglo XVIII es donde se articula por primera vez la forma de sentimentalidad que ha llegado hasta nuestros días, según la cual el enamoramiento precedía al matrimonio. Esta nueva ética sobre las pasiones amorosas va permeando la mentalidad europea gracias a la influencia de una literatura

centrada en el sentimiento y en la virtud femenina, cuyo máximo exponente es "*Pamela o la virtud recompensada*" de Samuel Richardson publicada en 1740. Esta novela, considerada la primera novela romántica de la que se tiene constancia. Fue la primera novela popular que se basó en un noviazgo contado bajo la perspectiva de la protagonista. A diferencia de muchas de las novelas de la época, "*Pamela*" tuvo un final feliz. El libro fue best-seller con cinco ediciones impresas en los once primeros meses tras su lanzamiento, sin embargo el género no tomó plena forma hasta el siglo XIX.

Anna Clark (1986) muestra que la literatura popular producida entre 1748 y 1848 incorpora lo que denomina el "mito de la seducción" como metáfora de la lucha de clases producida en la época, ya que se representa a la joven de clase media o baja como víctima del galán aristócrata o burgués.

Además, la desigualdad sexual del romance implica necesariamente también una desigualdad social. Desde la literatura "culta" las llamadas "Lady Novelists" abordan la temática del "Contrato Social-Contrato Sexual" en una práctica narrativa que tiene un importante valor político. Así por ejemplo, Jane Austen y Charlotte Brontë, plantean el romance como conflicto social y heterosexual, por eso en "*Orgullo y Prejuicio*" (1813) y "*Jane Eyre*" (1847) respectivamente equiparan el poder sexual con el económico y solo gracias a la intersección de ambos es posible el desenlace feliz de estas narrativas. Existe sin embargo una diferencia muy significativa entre ambas novelas. Si en "*Orgullo y Prejuicio*" es siempre Darcy el que ostenta la superioridad económica sobre Elizabeth, en "*Jane Eyre*" (escrita en una década de desórdenes sociales en la que la transgresión de las barreras de clases se percibe como un hecho) es Jane la que finalmente subvierte el poder económico y sexual al casarse con un Rochester, ciego y arruinado, que a partir de entonces solo percibirá el mundo exterior a través de la mirada y la palabra femenina de su compañera.

"*Orgullo y prejuicio*", publicada en 1813 es sin duda una de las mejores novelas de amor jamás escritas, y Jane Austen está considerada como una de las maestras del género de la novela romántica. Aún cuando la crítica lamentó que las obras de Austen reforzaran los estereotipos sexistas en la primera parte de la era victoriana.

En otro orden de cosas, cabe destacar también que las hermanas Brönte construyeron sus obras sobre la base creada por Jane Austen. La novedad que introdujeron en "*Jaine Eyre*" fue el concepto de la protagonista huérfana en 1847.

La novela romántica siguió siendo muy popular en el siglo XX. En 1919, la novela “*Sheik*” de E.M. Hull, publicada en el Reino Unido fue todo un éxito hasta el punto de que se realizó una película de la misma con Rodolfo Valentino. El protagonista de este libro era un macho alfa icónico que secuestraba a la protagonista y que fue ganando su admiración a través del uso de la fuerza. La novela fue una de las primeras en introducir la violación. Aunque las mujeres en los años 20 fueron ganando más independencia, las editoriales creían que los/as lectores/as sólo aceptarían las relaciones sexuales prematrimoniales en el contexto de una violación. En esta novela y en las que siguieron, la violación fue representada más como una fantasía en la que la protagonista rara vez sentía o experimentaba terror o estrés post traumático como resultado de tal aberración.

Las primeras novelas históricorománticas aparecieron en 1921, cuando Georgette Heyer comenzó a escribir novelas ambientadas en la Regencia Inglesa. Heyer se inspiró en las novelas de Jane Austen, con la diferencia de que Austen describía lo que sucedía en su propia época por lo que eran novelas contemporáneas. En sus novelas describe la vida aristocrática de la época con todo “lujo” de detalles (herencias, renta de las propiedades, pretensiones de los nuevos ricos, lucha de clases,...). Heyer, a diferencia de otras novelas románticas de la época, estableció personajes que contenían sensibilidades más modernas e incluso llegó a introducir una excentricidad: el deseo de la protagonista de querer casarse por amor, ya que para la frívola sociedad de la Regencia el amor es solo incidental, y como tal está sujeto a las rígidas instituciones del matrimonio, la familia o la iglesia.

En la década de los años 30, Mills&Boon, puso en práctica la estrategia de lanzar novelas románticas de tapa dura que se vendían a través de las bibliotecas. No sería hasta los años 50 cuando comenzaron a comercializarse estas novelas en los quioscos de todo el Reino Unido.

Una empresa canadiense, Harlequin Enterprises, comenzó a distribuir en EEUU en 1957 las novelas publicadas por Mills&Boon. Fueron María y Judy, esposa e hija de Richard Bonneycastle editor de Harlequin, las que ejercieron el control sobre las publicaciones estableciendo un código de buenas costumbres y rechazando el material sexualmente más explícito. En general, las novelas eran cortas y con unas fórmulas establecidas: protagonistas dulces, compasivas, puras e inocentes. Las pocas protagonistas femeninas que trabajaban lo hacían en empleos tradicionalmente femeninos como enfermeras, institutrices o secretarias. La intimidad en las novelas nunca se extendió más allá de un casto beso entre los protagonistas.

El 1 de octubre de 1971, Harlequin compró Mills&Boon justo en un momento en que la novela de género romántico se había popularizado y distribuido ampliamente a un público femenino. En un intento por mejorar el sistema de distribución, comenzaron a vender los libros en mercados mucho más amplios, siempre con una peculiaridad: eran los lugares donde iban mujeres como era el caso de los supermercados. Como curiosidad, apuntar que todas estas novelas tenían exactamente 192 páginas.

El género romántico moderno nació en 1972 con la publicación “*La llama y la flor*” de Kathleen Woodwiss”, primera novela de Avon. Además de su contenido, el libro fue revolucionario ya que fue una de las primeras novelas románticas que se publicó como libro de bolsillo en lugar de en tapa dura y al igual que otros libros de su categoría se distribuyó en las farmacias y otros medios de comercialización para el mercado femenino masivo. La novela vendió 2,35 millones de copias y estas ventas estimularon a Avon que continuó publicando en la misma línea.

El éxito de las novelas se debió a un nuevo estilo de escritura romántica, concentrándose principalmente en la relación monógama entre una protagonista femenina y el héroe que la rescata, aunque en muchas ocasiones el peligro venía dado por él mismo.

En este nuevo estilo de la novela histórica romántica, las protagonistas eran independientes, de carácter fuerte y con frecuencia lidiaban con protagonistas masculinos que evolucionaban en hombres cariñosos y compasivos que acababan admirando a las mujeres que amaban. Esto contrastaba de lleno con las novelas contemporáneas publicadas en esa época que a menudo se caracterizaban por mujeres débiles que se enamoraban de los machos “alfa dominantes”. En esta época, las protagonistas solían tener entre 16 y 20 años de edad, sin embargo los protagonistas eran en general un poco mayores, rondando la treintena. Las mujeres eran siempre vírgenes, mientras que los hombres no.

En los años 70, comenzaron a publicarse también novelas de escritoras estadounidenses ya que proporcionaba protagonistas con la sensibilidad estadounidense. Así, Harlequin publicó por primera vez una novela a Janet Dailey. La mencionada editorial no estaba demasiado convencida de esta decisión y a finales de la década se permitió rechazar un manuscrito de Nora Roberts (actualmente la autora más venida del género) ya que ellos “ya tenían una autora estadounidense”.

En 1979 Harlequin comenzó a distribuir sus propios libros a través de Simon&Schuster Pocket Books, compañía que acabó llamándose Silhouette Books para publicar sus

propias obras, comenzando lo que el New York Times denominó “la más amarga guerra en América de la historia editorial”. La compañía trató de aprovechar el talento de los/as autores/as americanos/as y publicaron varias líneas románticas alentando a la creación de protagonistas fuertes y hombres menos dominantes. También se les instó a abordar temas de actualidad. Harlequin absorbió la editorial en 1984, adaptándose a las señales que los lectores solicitaban: escenas sexuales más explícitas. Y es que desde la publicación en 1972 de “*The Flame and the Flower*” y dos años más tarde de “*Sweet Savage Love*” el llamado “erotic historical romance” se establece como un subgénero genuinamente americano que adquiere gran importancia. La nueva fórmula nace de una serie de circunstancias sociopolíticas que afectan al discurso de la sexualidad femenina y a su proyección en la literatura popular de estos años. Ejemplos muy significativos por convertirse en auténticos best-sellers, son los de de Erica Jong “*Fear of Flaying*” en 1973, “*My Secret Garden*” (1973) de Nancy Friday o “*Emmanuelle*” de Emmanuelle Arsan en (1959).

En la década de los 80, varias editoriales se lanzaron de lleno con el romance erótico. Así, Dell lanzó su línea “Éxtasis a la luz de la velas” convirtiéndose en la primera línea que renunció a la exigencia de que las protagonistas fueran vírgenes. A finales de 1983 la venta de esta línea de novelas alcanzaba los treinta millones de dólares. Silhouette, animada ante el éxito de su competidora puso en marcha una colección similar que alcanzó una enorme cifra de ventas.

El género continuó en expansión y también a finales de los años ochenta, los editores se dieron cuenta de que había que cambiar las características de los protagonistas. Ejemplo de ello es la novela “*Los dulces años*” de LaVyrle Spencer de 1986, cuyo protagonista era un hombre con sobrepeso, de mediana edad, que tuvo que hacer cambios drásticos en su estilo de vida para enamorar a la protagonista. De esta manera se dio un gran paso para “normalizar” a los protagonistas que hasta entonces eran poco menos que perfectos a nivel físico. A esta obra le siguieron otras como “*El intruso*” en 1982 de Janet Dailey donde el héroe era feo.

Por otro lado, las novelas de Catherine Cookson, muy populares a finales de los 80 son un claro exponente del “Social democratic subgenre” por reflejar una clara preocupación social y cierto compromiso con las clases bajas.

En 1986, “*Dulce Starfire*” de Jayne Ann Krentz se convirtió en el primer romance futurista, combinando elementos de las novelas románticas tradicionales y la ciencia ficción.

Las relaciones también se habían modernizado, de manera que en la década de los noventa era raro ver un libro en el que apareciera un hombre violando a su futura esposa. Además, los romances contemporáneos comenzaron a ofrecer a las mujeres puestos de trabajo por cuenta ajena e incluso en sectores dominados por los hombres, como los ejercidos en plataformas petrolíferas en alta mar o en programas espaciales. Por otra parte, el rango de edad de las protagonistas también varió, presentando a mujeres de 30 o incluso 40 años. Los protagonistas masculinos también cambiaron, siendo mucho más sensibles. A pesar de esta ampliación de características personales, muchos estereotipos se mantuvieron y las editoriales desalentaron a los/as autores/as que escribían sobre el terrorismo, las guerras o los deportes masculinos. Curiosamente en los años 2000 estas temáticas triunfaron con autoras como Susan Elisabeth Phillips.

Fue también importante el cambio introducido por Julie Garwood, una de las autorías más prestigiosas, quién comenzó a dotar sus novelas históricas con grandes dosis de humor. Siendo un ejemplo de ellas "*El rescate*" de 1999.

Otra de las autoras a las que hay que agradecer el giro que tuvo lugar en la novela romántica, es sin duda Jude Deveraux ya que se convirtió en la primera escritora que ofreció la posibilidad de establecer sus novelas en tiempos modernos con lo que se podían incluir más elementos como las familias monoparentales, la adopción o el abuso.

Como opciones laborales, en los últimos años, al igual que las mujeres en la vida real, las protagonistas femeninas han entrado con fuerza en el mercado laboral, abarcando todo tipo de carreras y puestos. Es justo señalar que en las novelas románticas actuales, hombres y mujeres cuentan con relaciones más equitativas.

Debemos hacer especial mención a Barbara Cartland, considerada por muchos "la reina del romance" por haber sido la autora más prolífica (723 libros) no solo dentro del género rosa sino de toda la literatura inglesa¹. Cartland defiende en sus libros una ética amorosa profundamente conservadora y su producción se inició en los años veinte y siguió después de su muerte en el año 2000 ya que dejó más de un centenar de obras sin publicar.

¹ Llegando a constituir un auténtico imperio comercial.

Por lo que respecta a la novela romántica española, cabe destacar las contribuciones de autoras como Concha Linares-Becerra o Carmen de Icaza, aún cuando es obligatoria la referencia a la que Cabrera Infante denominaba como “la inocente pornógrafa”, que no es otra que Corín Tellado (1927-2009). Hasta tal punto ha llegado su relevancia en el ámbito de la romántica, que ha sido incluso objeto de una tesis doctoral, en la Universidad de Oviedo².

Natural de Asturias, María del Socorro Tellado López, más conocida como Corín Tellado es la escritora más leída en castellano y la autora más conocida de la literatura popular española. Publicó alrededor de cuatro mil novelas y ha vendido más de cuatrocientos millones de ejemplares, muchos de los cuales fueron traducidos a 27 idiomas. Algunas de sus novelas fueron llevadas al cine, a la televisión y a la radio.

Todas las novelas románticas de esta autora³ transcurren en un periodo contemporáneo al que le tocó vivir, reflejando la realidad social de la época, y siendo la mayoría de sus protagonistas mujeres normales⁴. Al igual que sus heroínas ella también era una mujer decidida e independiente, y tres años después de contraer matrimonio se separó algo poco habitual en la sociedad de aquella época, en la que, por ejemplo, las mujeres necesitaban permiso del marido para abrir una cuenta bancaria.

Siempre negó ser o considerarse feminista, y cuando se le preguntaba al respecto decía: *“Considero que los hombres tienen su lugar y las mujeres el suyo. A partir de ahí, cada cual llegará a donde merezca”*.

La mayoría de las novelas de Corín Tellado tuvieron que pasar por la censura de la España franquista. En palabras de la propia autora: *“Algunas novelas venían con tantos subrayados que apenas quedaba letra en negro. Me enseñaron a insinuar, a sugerir más que a mostrar”*. Por supuesto todas las historias acababan inevitablemente en boda.

² *“Las novelas de Corín Tellado y su repercusión social”* tesis realizada por M^a Teresa González García (2011). Disponible en <http://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/12734>

³ Sin embargo esta autora en cierta ocasión hizo estas declaraciones: *“Ni soy romántica ni escribo novelas románticas. Soy positiva y sensible, y escribo novelas de sentimientos, que no es lo mismo”*.

⁴ En sus últimos libros creó personajes de más alta posición social.

Bajo el seudónimo de Ada Miller Leswy y Ada Miller, Corín Tellado publicó en Bruguera entre los años 1978 y 1979 veintiséis novelas eróticas de bolsillo en la colección Especial Venus (que serían traducidas al inglés). Según sus propias palabras, estas novelas no le costaron ningún trabajo puesto que carecían de sentimientos.

Corín fue la base para muchas de las actuales autoras de novela romántica españolas. Escritoras como Megan Maxwell, Noelia Amarillo, Olivia Ardey, Lydia Leyte, Gema Samaro, Teresa Cameselle, Mar Carrión, Menchu Garcerán, Ana R. Vivo, Pilar Cabero, Yolanda Quiralte, Olga Salar, Jezz Burning, entre otras, presentan mujeres con carácter, independientes, con valores, autosuficientes y capaces independientemente del subgénero en el que escriban, al igual que establecen relaciones igualitarias entre hombres y mujeres.

► 5.- ESTEREOTIPOS EN LA NOVELA ROMÁNTICA

Entendemos por estereotipo al conjunto de creencias mantenidas por un individuo en relación con un grupo social, o dicho de otro modo tal y como se recoge en la RAE “*Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable*”. Su importancia radica en que actúan como creencias compartidas sobre un grupo y porque ayudan a explicar la realidad social.

Según Raquel Suriá (2011) podemos plasmar **distintas visiones sobre los estereotipos** (sociocultural vs sociocognitivo):

- Si nos atenemos al enfoque sociocultural nos encontramos que los estereotipos surgen del medio social, siendo un reflejo de la cultura y de la historia, y que sirven para ajustarse a unas normas sociales, es decir podemos entender que éstos se van construyendo progresivamente dentro de una sociedad.
- Desde la perspectiva del enfoque sociocognitivo se entiende que los estereotipos son una estructura cognitiva que contiene el conocimiento, creencias y expectativas del que percibe respecto a un grupo humano, es decir Los estereotipos se consideran desde la óptica del procesamiento de la información, enfocando los procesos de atención, codificación, retención y recuperación por la memoria, haciendo énfasis en los sesgos que se producen en el procesamiento de la información, como consecuencia de las limitaciones normales de su funcionamiento. Por tanto, se producen por la asociación de

unos atributos determinados y unos grupos determinados. Son las estructuras cognitivas que contienen las creencias y expectativas del que percibe respecto a un grupo humano.

Por otro lado, considero relevante hacer una breve distinción entre **Estereotipo – Prejuicio – Discriminación** de tal forma que:

- Estereotipo: conjunto de creencias acerca de los atributos asignados al grupo (Creencia u opinión). Si bien los estereotipos se utilizan para satisfacer cuestiones inconscientes y operan como justificantes de los prejuicios.
- Prejuicio: efecto o evaluación negativa del grupo (actitud negativa).
- Discriminación: conducta parcial o negativa en el tratamiento a las personas en virtud de su pertenencia al grupo.

Las **novelas románticas** tradicionalmente han estado plagadas de **estereotipos**, que determinaban y condicionaban dichas creaciones, así según José de la Rosa (2010) podemos citar los siguientes como los más relevantes:

- Un alto porcentaje de heroínas tienen el cabello cobrizo y los ojos color ámbar.
- Los aromas: ellos huelen a sándalo (ignoro cómo es posible por ejemplo en un highlander) y ellas a lavanda.
- Se mordió el labio inferior antes de hablar. Expresiones de este tipo se repiten en casi todas las novelas.
- Escenas eróticas repetidas. Hay autoras que repiten una y otra vez las mismas escenas eróticas en distintas novelas, con los mismos pasos y los mismos resultados expuestos de la misma manera. Esta es una de las claves para que la escena deje de ser erótica puesto que falta de inventiva.
- La cicatriz en el rostro. Suele ser habitual que el protagonista la tenga. Esto suele ser una excusa de la autora, avergonzada por haber descrito a un personaje tan perfecto.
- El físico de los protagonistas masculinos suele seguir un mismo patrón descriptivo: pectorales, abdominales, melenas, traseros y pieles morenas.
- La protagonista suele ser muy liberal en cuanto a su sexualidad, pero también muy casta... ¿Cómo?.
- El consumo de alcohol por parte del héroe en las situaciones de estrés. Que evoluciona en romper el vaso cuando la situación es de mucho estrés.
- La obsesión de algunas autoras en que sus protagonistas en novelas actuales o históricas sean vírgenes, aunque sea a costa de la coherencia de la historia.
- Clones. Hay autoras cuyos héroes son siempre iguales.

- Las protagonistas se sonrojan y hacen el ridículo nada más ver al héroe (tropezos, tartamudeos o sonrojos), mientras ellos permanecen serios o burlones dominando plenamente la situación.
- Uno es más rico que la otra o viceversa. Esto es un trasvase del “ascenso de clases” propio de la novela de Regencia, que se ha estereotipado pasando a otros subgéneros.
- Estereotipo de la “mujer fatal”: La mujer fatal es una mujer irresistible la cual emplea sus atributos físicos como arma para conquistar y utilizar a los hombres, pudiendo obtener así dinero, bienes materiales,...
- En muchas obras se plasma una imagen de los hombres como “supermanes” y mujeres frágiles “sedientas de amor”.

Si analizamos la evolución de la novela romántica a lo largo de su historia, podemos comprobar y se pone de manifiesto, que lógicamente, los estereotipos han ido evolucionando y no han permanecido inmóviles con el objeto de adaptarse a las exigencias y cambios sociales. Sin embargo es destacable la existencia de ciertos estereotipos que permanecen y perduran a lo largo del tiempo, hasta tal punto que parecen incrustarse y permanecer ajenos al paso del tiempo, pero ¿por qué?...

Para intentar responder esta cuestión he elegido los argumentos establecidos por Lippmann (1922), quien señalaba que los estereotipos son resistentes al cambio, poniendo de relieve cómo llegan a desvincularse de los cambios que ocurren en la realidad, porque las imágenes en nuestras mentes son más simples y fijas que el flujo de los acontecimientos. Se plasma la figura del estereotipo como una herramienta de autodefensa, de tal modo que son persistentes y difíciles de cambiar, porque tienen la función de preservar nuestra posición en la sociedad. Cuando las preconcepciones se ven contradichas por los hechos, se recurre a censurarlos o a distorsionarlos.

Para concluir este apartado, me gustaría dejar constancia por otro lado, de la existencia de ciertas **autoras españolas tremendamente comprometidas con la lucha contra los estereotipos** en la literatura romántica, y la importancia del papel que juegan éstas al intentar presentar sus personajes mucho más reales, con sus virtudes y sus miserias, abandonando la imagen idílica y totalmente estereotipada que se da en una gran parte de la novela romántica.

Concretamente, nos centraremos en el estudio de algunas obras de Noelia Amarillo (“*Cuando la memoria olvida*”, o “*Atrévete a quererme*”) y Mayte Esteban (“*Detrás del cristal*”) donde se pone de manifiesto la existencia de unos personajes más humanos

(alegrías, tristezas, miserias, enfermedad,...) mucho más cercanos, más sujetos y cercanos a la realidad diaria de la vida de las lectoras.

Así por ejemplo, Noelia Amarillo en su novela "*Cuando la memoria olvida*" (Amigos del barrio II) de 2011 plagada de emotividad, el padre de la protagonista padece de Herpes Simplex, lo que hacía que tuviera memoria de su pasado pero no fuera capaz de generar y "guardar" nuevos recuerdos desde el momento en que contrató la enfermedad. Esta situación hace que sus hijos todos inferiores a 21 años tengan que replantear su vida porque ahora tienen que hacer frente a un padre dependiente. Esta misma autora en su novela su "*Atrévete a quererme*" (2014) nos plantea la relación entre una mujer y un hombre más joven que ella, rompiendo el estereotipo de la juventud infinita, así como que solo sean los hombres los que puedan tener relaciones con mujeres más jóvenes.

Con respecto a Mayte Esteban, en su obra "*Detrás del cristal*" (2013), aborda en un libro de romántica la temática de los malos tratos, haciendo al libro mucho más creíble al tratar de hacer visibles problemas que afectan a la sociedad actual, es decir evitando mostrar las obras de romántica como un paraíso perfecto y mostrando que sus personajes también lloran...como la vida misma... haciéndonos tomar conciencia de que la vida nos puede cambiar en cualquier momento.

Con el objetivo de mostrar la persistencia de estereotipos en la novela romántica hemos elegido seis libros, que a continuación y en forma de tabla pasamos a concretar. Se han realizado tres tablas. En la primera se recogen los estereotipos y roles que presentan las protagonistas femeninas, en la segunda los protagonistas masculinos y en la tercera el conjunto de valores sociales que destacan.

Análisis de la evolución de la visión de la mujer en el ámbito de la literatura romántica y la influencia del marketing: Universo de 50 Sombras de Grey

Tabla 2: Roles y estereotipos femeninos en 6 obras de literatura romántica

Título Editorial/Año	Autor	Protagon. Femenina	Protagon. Masculino	Género Tipo	Roles Estereotipos Femeninos /
El diario de Bridget Jones DeBolsillo (2003)	Helen Fielding	Bridget Jones	Mark Darcy	Chick-lit	Chica gordita sin suerte en el amor. Patosa.
El rescate Byblos (2004)	Julie Garwood	Gillian	Brodick Buchanan	Highlanders	Se espera de ella sumisión, pero es todo lo contrario. Debe hablar cuando el hombre le dé permiso. Solo sirve para ser esposa y madre.
El vizconde que me amó Books4pocket (2009)	Julia Quinn	Kate Sheffield	Anthony Bridgerton	Histórica-victoriana	Ella no es la "belleza de la temporada". Carácter, aficiones diferentes a lo que se espera de ella.
Donde empiezan los sueños Zeta Bolsillo (2011)	Lisa Kleypas	Holly Taylor	Zachary Bronson	Histórica-victoriana	Viuda acogida en la familia del marido fallecido. "Mantenida" que lo deja todo cuando se enamora de alguien diferente de su clase social
50 sombras de Grey Grijalbo (2012)	E.L. Janes	Anastasia Steele	Christian Grey	Erótica	Sumisa, tímida, apocada...
Adoro a Mauro Divalentis (2013)	Yolanda Quiralte	Marta Requejo	Mauro Álvarez	Chick-lit	Médica, carácter fuerte, madre soltera.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Roles y estereotipos masculinos en 6 obras de literatura romántica

Título Editorial/Año	Autor	Protagon. Femenina	Protagon. Masculino	Género Tipo	Roles Estereotipos Masculinos /
El diario de Bridget Jones DeBolsillo (2003)	Helen Fielding	Bridget Jones	Mark Darcy	Chick-lit	Hombre perfecto, guapo, inteligente, estirado. Se enamora de alguien opuesto a él.
El rescate Byblos (2004)	Julie Garwood	Gillian	Brodick Buchanan	Highlanders	Cabezota, machista, guerrero, jefe de su clan, brusco, oculta sus emociones. Amar es ser débil.
El vizconde que me amó Books4pocket (2009)	Julia Quinn	Kate Sheffield	Anthony Bridgerton	Histórica-victoriana.	Perfecto y arrogante aristócrata inglés que oculta una fobia tremenda: miedo a morir.
Donde empiezan los sueños Zeta Bolsillo (2011)	Lisa Kleypas	Holly Taylor	Zachary Bronson	Histórica-victoriana.	Hombre de clase baja que asciende en la escala social a base de trabajo. Rudo, con complejo de inferioridad, se enamora de una dama viuda de la alta sociedad. Intenta "comprarla"
50 sombras de Grey Grijalbo (2012)	E.L. Janes	Anastasia Steele	Christian Grey	Erótica	Misógino, éxito, rico, poderoso, violento, agresivo, autocontrol...
Adoro a Mauro Divalentis (2013)	Yolanda Quiralte	Marta Requejo	Mauro Álvarez	Chick-lit	Inmaduro, Jasp, divertido, desastre, machista...

Fuente: Elaboración propia

Una vez caracterizados los principales personajes de las citadas novelas, pretendemos mostrar un conjunto de valores que quedan en ellas recogidos. Algunos podrían ser considerados como positivos pero otros como negativos. Todas las novelas revisadas están escritas y publicadas en el siglo XXI. En todas ellas las mujeres tienen iniciativa, incluso la sumisa de Anastasia Steel se enfrenta a su dominante y gracias al amor es capaz de cambiar ciertos comportamientos autodestructivos de Grey.

La independencia económica y el desarrollo de una carrera profesional solo tiene lugar en el caso de novelas ambientadas en la actualidad, en las que quedan ambientadas en el período de Regencia en Gran Bretaña, las mujeres proceden de clases acomodadas aún cuando no siempre dispongan de una amplia seguridad económica.

En todos los casos, los hombres son triunfadores. Bien porque hayan recibido cuantiosas herencias que son capaces de gestionar con eficiencia o porque han logrado importantes fortunas con su trabajo e ingenio.

En general, los/as protagonistas cumplen con el rol que de ellos/as se espera en el contexto histórico en el que se encuadra la historia.

Tabla 4: Valores Sociales recogidas en 6 obras de literatura romántica

Título Editorial/Año	Autor	Protagon. Femenina	Protagon. Masculino	Género Tipo	Valores Sociales
El diario de Bridget Jones DeBolsillo (2003)	Helen Fielding	Bridget Jones	Mark Darcy	Chick-lit	El amor acepta al otro tal cual es. Sociedad plural.
El rescate Byblos (2004)	Julie Garwood	Gillian	Brodick Buchanan	Highlanders	El protagonista masculino es un analfabeto emocional a pesar de ser un guerrero y líder. "Los hombres ocultan emociones"
El vizconde que me amó Books4pocket (2009)	Julia Quinn	Kate Sheffield	Anthony Bridgerton	Histórica-victoriana	Aceptar que no todo el mundo es perfecto. El protagonista tiene fobia a las abejas. Las emociones y sentimientos marcan las vidas de las personas. Pero hay que controlar esas emociones para poder crecer.
Donde empiezan los sueños Zeta Bolsillo (2011)	Lisa Kleypas	Holly Taylor	Zachary Bronson	Histórica-victoriana	El esfuerzo y el trabajo duro, a la vez que un corazón noble le permiten al hombre conseguir a la mujer deseada.
50 sombras de Grey Grijalbo (2012)	E.L. Janes	Anastasia Steele	Christian Grey	Erótica	La sobrevaloración del sexo (hedonismo)
Adoro a Mauro Divalentis (2013)	Yolanda Quiralte	Marta Requejo	Mauro Álvarez	Chick-lit	Lucha contra la homofobia, el machismo y la inmadurez emocional.

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, en las novelas analizadas se pone de manifiesto que los/as personajes actúan como un claro referente e indicador de los principios y valores que rigen en cada una de las sociedades donde se desarrolla el libro, es decir los/as protagonistas actúan como meros actores y transmisores de los valores que imperan dentro de la sociedad patriarcal.

► 6.- LA IMAGEN MUJERES Y HOMBRES EN LAS PORTADAS DE LA NOVELA ROMÁNTICA A LO LARGO DEL TIEMPO.

El éxito de un libro se encuentra en su aceptación y repercusión y para ello debe ser un objeto de deseo. Si bien “Orgullo y Prejuicio”, sería un libro con tapas de piel y letras doradas, los avances técnicos de todo tipo ha permitido grandes modificaciones a nivel de impresión. En la actualidad, la primera aproximación a una novela viene por el contacto visual en la portada. Así, encontramos que los estereotipos y roles mostrados en las novelas románticas tienen una traslación directa en las portadas de las mismas. Para abordar este aspecto hemos tomado como punto de partida la ponencia titulada “La evolución de las portadas románticas” presentada por Cristina Temps en el III Congreso de Literatura Romántica que tuvo lugar en A Coruña en julio del presente año.

En este apartado haremos un breve recorrido histórico donde se plasman las tendencias desde los años 50 hasta la actualidad, y haciendo una reflexión especial para el caso de los subgéneros de Erótica y de Chick lit.

En los años 50, podemos hablar de una homogeneidad de las portadas donde apreciamos que se presenta una imagen de la mujer como alguien débil y aspecto melancólico, que necesita de un hombre para poder encontrar plena aceptación en la sociedad en la que vivían. Por otro lado, aparece un hombre que suele ocupar una situación superior en el plano, dejando patente el mensaje de quien es la persona que ocupa el lugar dominante. Las imágenes son ilustraciones casi como posters de película tal como podemos observar en la figuras de 2 a 4.

Figuras 2 a 4: Portadas años 50.



En los años 60 y 70, no se rompe con la tendencia mostrada en las portadas antes mencionadas. Se presenta a una mujer siempre en posición sumisa, acompañada y protegida por el hombre, Las portadas de estas novelas tendían a representar mujeres que se aferraban al héroe, tal y como se desprende de las figuras de 5 a 7.

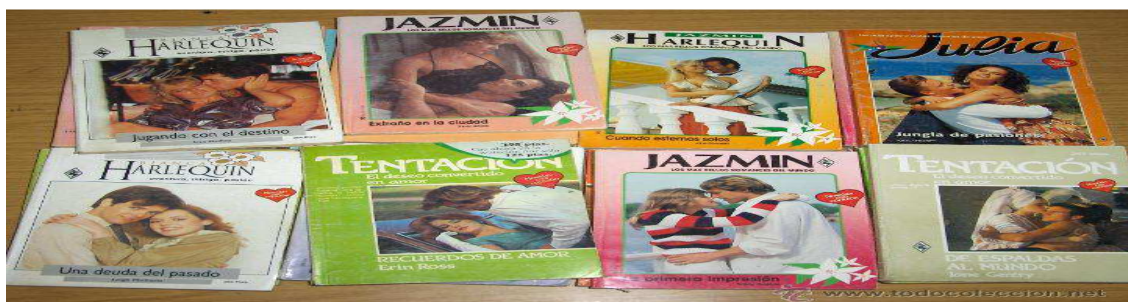
Figuras 5 a 7: Portadas años 60 y 70.



Fuente: Cristina Temps (2014)

Podemos apreciar que si en los años 50, 60 ó 70 las portadas tenían un claro componente homogéneo marcado por las ilustraciones. En las portadas de los **años 80** aparecen ya fotografías, pero todavía siguen muy presentes los estereotipos de las décadas precedentes, presentando a una mujer claramente dependiente del hombre, como podemos ver en la figura 8.

Figura 8: Portadas años 80.



Fuente: Cristina Temps (2014)

En los años 90 es destacable la aparición del modelo “Fabio” Lanzoni, un modelo italiano de “carne y hueso” que copaba la mayoría de las portadas de novelas románticas de este periodo. Fabio es un claro estereotipo masculino musculado, alto, fuerte, rubio, ojos azules,... Su imagen, generalmente en forma de ilustración queda recogida en las figuras 9 a 12.

Figuras de 9 a 12: Portadas años 90.



Fuente: Cristina Temps (2014) y Elaboración propia

Hasta tal punto llegó su notoriedad, que nos ha llamado enormemente la atención que haya sido incluso parodiado en cuantiosas ocasiones. Así por ejemplo en la famosa serie de animación “*Los Simpson*”, en el episodio “*La rival de Lisa*” (segundo episodio de la sexta temporada en el año 1990) Marge lee la novela “*El amor en los tiempos del escorbuto*” (la cual pretende ser una parodia de la novela “*El amor en los tiempos del cólera*” publicada en 1985 de Gabriel García Márquez) y fantasea en clave de humor, con un robusto pirata que no es otro que Fabio, como queda ilustrado en la figura 13.

Figuras 13 y 14: Portadas Simpson y portada “*El señor del castillo*” (Harlequin 2014).



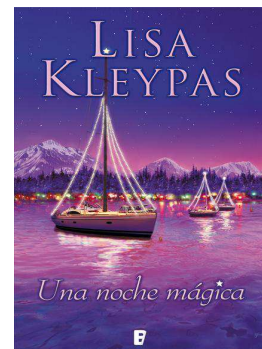
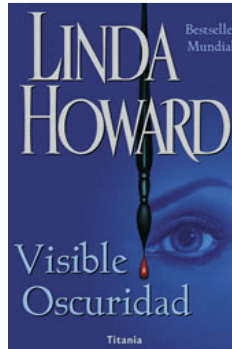
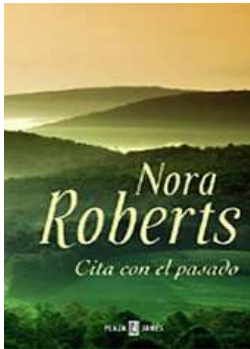
Fuente.: Elaboración propia

Asimismo en la figura 14 podemos apreciar, que en la obra “*El señor del castillo*” de Margaret Moore que se publicará por Harlequin Ibérica el 25 de septiembre 2014, perdura inalterable en pleno 2014 el estilo de portada de “*Fabio*”.

El siglo XXI supone el asentamiento y la consolidación de las portadas digitalizadas, que se convertirá en una constante para los periodos posteriores. Las portadas comenzaron a evolucionar también y poco a poco fueron abandonando la escena con los protagonistas semidesnudos para mostrar la vista de uno de los paisajes que

aparecen en la novela. Priman los diseños gráficos, ya que estamos en la época de la imagen, y los nombres de los/as autores/as como elementos claves de dichas portadas como puede apreciarse en las figuras de 15 a 17.

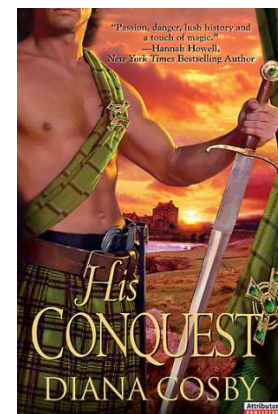
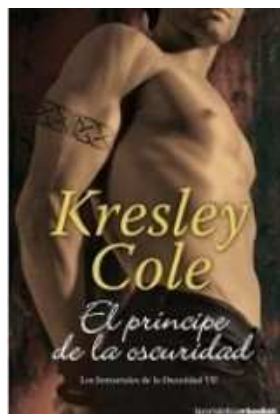
Figuras de 15 a 17: Portadas de Paisajes.



Fuente: Cristina Temps (2014)

Pero no sólo encontramos portadas con paisajes, son numerosas en las que se vuelve a recurrir y a primar una visión estereotipada del hombre como elemento clave: musculado, fuerte, seguro de sí mismo, impersonal, obviando su rostro, como se desprende en la figuras de 17 a 20.

Figuras de 17 a 20: Portadas s.XXI. Hombres.



Fuente: Cristina Temps (2014) y Elaboración propia

Nos gustaría hacer una especial mención al ilustrador Chris Coccozza, quien ha creado más de 500 portadas para las principales editoriales a nivel mundial. En el 2010, ganó el premio Dunes and Dreams de RWA en la categoría de "Mejor Portada de Romance Histórico" por "His Conquest" (2010) de Diana Cosby (ver figura 20).

Nos ha parecido interesante mencionar también la aparición “tímidamente” de ciertas portadas actuales que muestran a una mujer más independiente, ya que apreciamos que es la mujer el único elemento de la portada, donde queda patente en las figuras de 21 a 24.

Figuras de 21 a 24: Portadas s.XXI Mujer Actual.



Fuente: Elaboración propia

Son especialmente reseñables las portadas de dos subgéneros de la literatura romántica el chick lit y la erótica. Por lo que respecta a las portadas del chick lit se observa un claro predominio de un estilo desenfadado, buscando la complicidad y alegando al sentido del humor de las lectoras. Las portadas quedan diseñadas básicamente utilizando la animación, donde los medios digitales juegan un papel primordial en la combinación de colores y situaciones actuales de los protagonistas, ya que no podemos olvidar que la portada es el primer elemento de venta en los periodos actuales (Véase figuras de 25 a 28).

Figuras de 25 a 28: Portadas s.XXI Chick lit.



Fuente: Elaboración propia

Por lo que se refiere a la literatura erótica, es indudable decir, que gran parte su radica en sus portadas, como elementos sugerentes (más que explícitos) que lograr captar la atención del lector para incitar a su lectura. Así, nos encontramos el efecto llamada de “50 sombras de Grey” que con una portada sobria con fondo negro con plena ausencia de contenido sexual directo, logra de manera subliminal despertar el interés por el contenido sexual que podemos descubrir en su interior.

Se observa un “efecto llamada” entre las distintas editoriales, de tal forma que a raíz del éxito de “50 sombras de Grey”, han llevado a cabo lo que podría catalogarse como el “efecto clonación”, de tal forma que si algo funciona... (diseño y contenido), entonces..... directamente lo copiamos... generando el nacimiento de lo que podría denominarse las “50 sombritas” ya que siguen la estela marcada por dicha obra (tanto en texto, como en portada e incluso estrategia de comercialización), como así mostramos en las figuras de 29 a 35.

Figuras de 29 a 35: Portadas s.XXI Erótica I.



Fuente: Elaboración propia

Dentro de la erótica, también hemos podido verificar la existencia de portadas con un contenido sexual mucho más directo y explícito, donde en la mayoría se muestra a la mujer como un mero instrumento de deseo y objeto sexual, tal como podemos apreciar en las figuras 36 a 40.

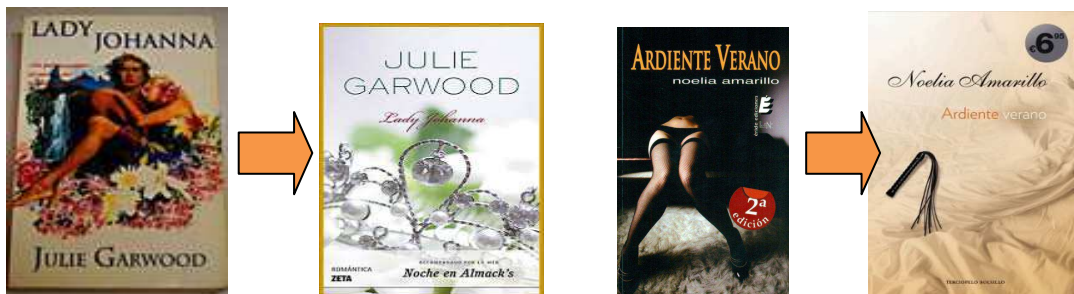
Figuras de 36 a 40: Portadas s.XXI Erótica II.



Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar también que existan **distintas portadas para un mismo libro**. Es inevitable que un mismo libro publicado tiempo atrás, presente una portada diferente si se vuelve a publicar. El propósito de este cambio es que la portada no quede desfasada o para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado (Véase figuras 41 a 44).

Figuras de 41 a 44: Portadas s.XXI Distintas portadas.



Fuente: Elaboración propia

Para concluir este apartado, consideramos que no se puede obviar el “efecto cine” sobre las portadas de romántica, ya que una vez que una novela romántica da su salto al cine supone una publicidad inmensa para éstas, con el consiguiente aumento de los ingresos, de tal forma que la portada sufre una tremenda metamorfosis transformándose “milagrosamente” para que aparezcan las protagonistas de las películas.

Sirvan como ejemplo, los casos del chick lit por excelencia, “Sexo en Nueva York” (Sarah Jessica Parker) y “El Diario de Bridget Jones” (Renée Zellweger), que hemos recogido en las figuras de 45 a 50.

Figura de 45 a 50: Portadas s.XXI Efecto Cine.



Fuente: Elaboración propia

Por todo ello, podemos concluir que la evolución en el diseño de las portadas ha sido evidente, caminando de la mano de los propios avances tecnológicos producidos y de los gustos cambiantes marcados por unas sociedades en evolución. Así podemos mostrar que en los años 50, 60 y 70 el componente fundamental eran las ilustraciones y el formato póster, en los años 80 la fotografía y en el siglo XXI, con la revolución en el ámbito de las TIC el elemento clave es la digitalización de la imagen donde el Photoshop es el rey.

Por otro lado, podemos indicar que si bien la portada es un elemento clave para la venta de las novelas, actualmente no podemos concluir que exista un componente homogéneo común a todas las portadas, tan evidente como si lo pudo ser en épocas precedentes.

► 7.- VISIÓN DE AUTORAS Y AUTORES ESPAÑOLAS/ES ACTUALES SOBRE EL PAPEL DE LA MUJER EN SUS PROPIAS NOVELAS

Con el afán de establecer unos criterios coherentes y reales sobre la novela romántica actual en España, y especialmente sobre el papel de la mujer en estas novelas, se estimó como muy oportuno realizar un sencillo cuestionario a las autoras y los autores más relevantes del panorama español. Destacamos en ellos la arraigada necesidad de establecer la igualdad de género tanto en los autores masculinos como en las autoras femeninas, desde aquí damos las gracias a todos ellos por sus valiosas respuestas.

TERESA CAMESELLE, autora gallega de obras como “El mapa del tiempo” o “No soy la bella durmiente”.

¿Cuál es la visión que tiene Teresa Cameselle sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

En este momento es un tema contradictorio. Tras la revolución de las autoras americanas del género romántico en los años 80, sentando las bases de la novela tal y como la conocemos en la actualidad, las protagonistas femeninas se fueron convirtiendo cada vez más en mujeres independientes, cultas, profesionales, seguras de sí mismas y muy fuertes, dejando atrás aquellas damiselas que se desmayaban entre los brazos de su héroe.

Sin embargo, y curiosamente ahora, treinta años después, vemos una regresión en estos temas. Lo que ya podríamos llamar nueva erótica romántica, género difícilmente clasificable en el que las editoriales están encuadrando todo tipo de historias con abundancia de sexo explícito, nos encontramos muchas protagonistas inseguras, torpes, acomplejadas, fácilmente manipulables, y poco consistentes. Mujeres que aceptan a los llamados machos alfa, controladores, dominantes, e incluso maltratadores en potencia, precisamente por sus propias inseguridades. Es algo de lo que creo que debemos huir, pues provoca mucha confusión sobre las necesidades y los deseos de la mujer en la actualidad, enviando mensajes a los lectores que pueden ser malinterpretados.

Por otra parte, y por suerte para los lectores, sigue publicándose una gran cantidad de historias de calidad, teniendo en cuenta que es un género muy prolífico. Novelas que sin abandonar los tópicos, que son los que logran que las podamos etiquetar como romántica sin confusión, es decir, contándonos una historia de amor que sabemos que

tendrá un final feliz, van mejorando en cuando al diseño de personajes, a la profundidad de las tramas, a la originalidad, y al reparto de roles. La literatura romántica es más que un género, puesto que abarca toda clase de subgéneros, desde la histórica clásica, hasta el suspense, pasando por la fantástica y la comedia, entre otras. Y en ella el lector cualificado, siempre podrá encontrar buenas historias que disfrutar y con las que soñar.

¿Y en sus propias novelas?

En mis historias defiendo a la heroína fuerte, inteligente, culta y en pie de igualdad con el hombre del que se enamora. No me interesa otro tipo de personajes como lectora, así que tampoco podría escribir sobre ellas.

Dicho esto, no significa que mis protagonistas sean remedos masculinos, tan duras que se confundan los roles, prefiero que mi protagonista sea femenina, elegante y, casi todas, de buen carácter y lo suficientemente simpáticas como para caer bien al lector, o al menos para sentirse identificado. Ese es siempre uno de los objetivos finales de la novela romántica, hacer vivir al lector la vida de sus personajes, como si fuera la propia, para que sufra, disfrute y sueñe con ellos, y recuerde una buena lectura como si formara parte de su propia vida.

OLIVIA ARDEY. Escritora valenciana con obras como “Dama de tréboles”, “Regálame París”, “En la Toscana te espero”...

¿Cuál es la visión que tiene Olivia Ardey sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

En la novela romántica que se escribe en el siglo XXI, la heroína, bien sea de una trama histórica o actual, tiene una característica clave que la diferencia de las protagonistas apocadas, inexpertas y timoratas de las novelas escritas en las últimas décadas del siglo XX: la de las novelas que se publican ahora es una mujer que tiene mucho que decir, que sabe lo que quiere, capaz de luchar por conseguirlo y que, en lo relativo a la relación de pareja, no duda en decidir dónde, cuándo y con quién.

¿Y en sus propias novelas?

Son mujeres de carne y hueso, o eso pretendo ofrecer al lector. Las chicas perfectas “de papel” no me interesan. Para que la lectora sienta empatía hacia la protagonista (no olvidemos que las mujeres que nos leen son mayoría todavía) tiene que ver en ella

a una mujer real, con virtudes y también con defectos, que comete errores como cualquiera.

Por lo que respecta a la relación de pareja, mis protagonistas no dudan en tomar la iniciativa. Cuando un hombre les gusta, con descaro o por medio de la sutileza, saben acortar distancias.

LUCÍA DE VICENTE. Escritora madrileña, autora de “Cuando pase la tormenta” y “Lazo eterno”. También fue la editora de la Colección Letra N de la editorial Éride.

¿Cuál es la visión que tiene Lucía de Vicente sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

El mismo que en cualquier otra novela. La mujer es un personaje más y, según sea la época en la que se desarrolle la historia, su papel es fiel al que ha desempeñado, o desempeña, en la vida social del momento.

Bien es cierto que, al tratarse de un género cuyo parámetro principal es que haya dos coprotagonistas que formen pareja (para que tenga lugar la trama romántica), y puesto que en un 99,99% de los casos todas las historias se basan en parejas heterosexuales, siempre hay una protagonista femenina, la cual, al igual que cualquier otro protagonista narrativo bien creado y perfilado, es prácticamente perfecto incluso en su imperfección. Por lo tanto, los valores morales, físicos y culturales responden a los fundamentos y necesidades del autor y de su historia.

¿Y en sus propias novelas?

Yo escribo novela contemporánea en los subgéneros de thriller y fantástica, por lo que mis protagonistas femeninas son mujeres de su tiempo, de hoy en día; cultas, modernas, fuertes, liberadas, preparadas para la vida del siglo XXI, que se comportan con la lógica de la mujer de hoy en día y actúan en consonancia con la vida real.

Por supuesto, incluso en la vida real de este 2014, existen mujeres pusilánimes, cobardes, retraídas, con problemas psicológicos y físicos... pero esas no serían las características más oportunas para una protagonista cuya historia no tiene más finalidad que divertir, empatizar, enamorar y hacer que el lector vibre y se identifique con ella o con la mujer con la que le gustaría compartir su vida, ¿verdad? No hay que olvidar que dentro de la novela romántica otro de sus parámetros fundamentales es que haya un “final feliz”.

ANA R.VIVO. Autora de Albacete galardonada con el Premio Terciopelo del año 2014. Entre sus obras: “Oscura fascinación”, “El reino de Lévana”, “Niebla en el pasado”...

¿Cuál es la visión que tiene Ana R. Vivo sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

La visión de la mujer en la novela romántica ha evolucionado mucho desde Orgullo y prejuicio hasta 50 sombras de Grey, título con el que particularmente opino que el personaje femenino más bien ha degenerado, desde el punto de vista romántico hablando. Después, todas las novelas parecidas que han seguido la moda han desbordado el tema hasta perderse en algo que todavía está por definir. En realidad, creo que se ha conseguido un efecto contrario a lo que durante años hemos estado tratando de perfeccionar los autores de novela romántica y por lo que tanto hemos luchado, que es que el famoso cliché de novela rosa y ñoña haya pasado a porno duro y con contrato por escrito, dejando a un lado lo más importante, la historia de amor de sus protagonistas, esa historia llena de emociones, cuyas escenas de sexo son necesarias aunque no imprescindibles, resultando sensuales sin necesidad de buscar otros instrumentos que no sean los protagonistas, su amor y sus cuerpos. Y sobre todo sin caer en la vulgaridad. Pero sin tener en cuenta este último título, considero que la novela ha evolucionado muchísimo, creándose diferentes subgéneros que la hacen atractiva y atrayente incluso para los lectores exigentes que buscan algo más que una historia de amor: una historia de amor con misterio, intriga, suspense, fantasía, terror, etc....

¿Y en sus propias novelas?

En mis propias novelas trato de plasmar el personaje femenino como una mujer de hoy, decidida, valiente, con problemas que poco a poco va solucionando y cuyo coraje siempre le hace seguir adelante, aunque eso le cree algún que otro problema con los prejuicios que hoy en día todavía se va a topar. Incluso cuando la novela está ambientada en siglos pasados o en otra época trato de conferirle ese aire que toda mujer desea para sí misma, esa autonomía con la que muchas mujeres sueñan y que, hoy en día, por desgracia, todavía no han alcanzado en muchos lugares debido a barreras culturales, sociales.... Como lectora me gusta identificarme con la mujer de la que se cuenta la historia y lo último que deseo es que después de pasar penalidades y por situaciones conflictivas, ésta no sepa superarse y crecer a lo largo de la novela, por lo tanto, como autora, trato de darle a mis personajes femeninos eso que todavía hoy no tenemos muchas mujeres y que solo podemos alcanzarlo al evadirnos con la

lectura de una novela: La superación, la igualdad ante la ley y con los mismo derechos que los hombres en la vida diaria, en el trabajo y en la familia. Una mujer que le gusta sentirse querida pero no sobreprotegida, mucho menos infravalorada o maltratada, y que a la hora de decidir sobre su vida, sea ella misma la que lo haga. Una mujer que si al principio de la historia se encuentra tan perdida que no supiera qué hacer, sea capaz de evolucionar a lo largo de las páginas para demostrarnos que se puede conseguir todo aquello lo que nos propongamos y que, ante todo, somos mujeres libres.

CHUS NEVADO. Autora madrileña. Su obra “El eslabón del tiempo” fue un gran éxito de la editorial Zafiro (Planeta).

¿Cuál es la visión que tiene Chus Nevado sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

El papel de la mujer en la novela romántica es fundamental. Estas novelas son un canto a la mujer, escritas para ensalzar sus defectos, sus virtudes, sus experiencias, sus anhelos... y para hacerlas soñar. En un primer momento (aunque esto ha cambiado a pasos agigantados), fueron creadas por y para ellas. Dirigidas hacia un público mayoritariamente femenino, a lo largo de los tiempos las lectoras se han visto reflejadas en gran parte de lo que se narraba en dichas obras, se han utilizado como una vía de acceso para dar a conocer todo aquello que por represión, miedo o vergüenza quedaba relegado a los pensamientos privados de cada cual. También hay que entender que se está hablando de un género en el que predomina la ficción, y no todo lo que se cuenta debe ser tratado como un hecho veraz, pero siempre se plasman pequeños detalles que parten de la realidad de cada época y que en algún momento y por diversos motivos han permanecido ocultos de cara a los demás. En definitiva, la novela romántica ha sido y es un medio para tratar la liberación de la mujer en muchos aspectos, no solo en el sentido de la igualdad.

¿Y en sus propias novelas?

Esta pregunta podría contestarse perfectamente con la anterior respuesta. En mi caso concreto, me gusta que mis protagonistas sean mujeres con carácter, decididas y que transmitan personalidad y vida propia al texto, pero siempre adaptándome a las circunstancias y a las normas de la época en las que transcurre la historia. Mi intención es transmitir fiabilidad y veracidad en el lector, pero también que en algún momento pueda sentirse identificado con algún aspecto concreto de lo que se narra. De cualquier modo, lo más importante y lo que se busca todo autor cuando se crea

una novela, es que su lectura haga pasar un buen rato a quien la lee, incluso soñar y meterse en la piel de los diversos protagonistas tanto femeninas como masculinos.

MEGAN MAXWELL. Prolífera autora madrileña autora de la saga “Pídeme lo que quieras”. Es la “jefa” de las “Guerreras Maxwell”.

¿Cuál es la visión que tiene MEGAN MAXWELL sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

Lo veo bien siendo novelas de nuestro tiempo. Por suerte la mujer ha evolucionado y nosotras las autoras en nuestras novelas lo reflejamos.

¿Y en sus propias novelas?

En mis novelas el papel que tienen mis chicas es el que me gusta y sé que les gusta a ellas y a las lectoras. Son mujeres de cualquier época que luchan por lo que quieren hasta las últimas consecuencias. Simplemente te digo que mis chicas sean de la época que sean son GUERRERAS.

YOLANDA QUIRALTE. Autora castellanense. Algunas de sus obras son: “Mi secreto”, “Lluvia sobre el corazón” y “Adoro a Mauro”.

¿Cuál es la visión que tiene Yolanda Quiralte sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

Es una evidencia decir que el papel de la mujer dentro de la novela romántica ha evolucionado notablemente. En las novelas publicadas en los años 50 la mujer se presentaba como sumisa al hombre, cuyas máximas expectativas eran convertirse en esposa y madre de familia, alejada del desarrollo profesional y personal más allá de estos roles. En muchas de estas novelas, se describían a mujeres frágiles, medio atontolinadas, que caían desmayadas ante los pies de un hombre y que además eran inocentes a más no poder. Ellos, en cambio, eran ricos, fuertes, decididos y con una gran visión del mundo... además de ser machistas a más no poder.

En la actualidad, las protagonistas femeninas son fuertes, decididas, independientes, profesionalmente capacitadas y nada virginales por lo general, cosa que se agradece. A excepción de los últimos booms tipo 50 sombras de Grey y desastres que hacen apología del maltrato y de la sumisión, claro...

¿Y en sus propias novelas?

Son mujeres sensibles pero fuertes, con carácter pero humildes, de buen corazón, normalmente espirituales, profesionales y con las ideas muy claras.

MAR CARRIÓN. III PREMIO TERCIOPELO. Autora de obras como: “Trampas de seda”, “Senderos”, “Después de la lluvia”, “Bajo el cielo de Montana”...

¿Cuál es la visión que tiene Mar Carrión sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

Mi visión ha ido cambiando gradualmente con el paso de los años. De encontrarnos con novelas románticas en las que a las protagonistas femeninas nos las presentaban como damiselas en apuros, hemos pasado a mujeres mucho más fuertes y fieles a la realidad, independientemente del género romántico en que estén encuadradas.

¿Y en sus propias novelas?

Como escritora de novela romántica contemporánea, el prototipo de mujer sobre la que escribo es una mujer de nuestros días. Me gusta que sean fuertes y luchadoras, independientes, que tengan claras sus metas y que pongan todos sus esfuerzos en conseguirlas. También me gusta que conserven una pizca de inocencia y dulzura, no me gustan las mujeres frívolas ni las feministas.

MENCHU GARCERÁN. IV PREMIO TERCIOPELO. Sus obras más reconocidas son: “El último carnaval”, “La fórmula deseada”, “La huida de Carol”, “El viaje del Presidente”.

¿Cuál es la visión que tiene Carmen Pérez García (Menchu Garcerán) sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

El papel de la mujer, tanto en las protagonistas como en los papeles secundarios se ha adaptado a la evolución de la sociedad.

Las mujeres de las novelas actuales son independientes en todos los sentidos, aunque aún quedan rastros de dependencia emocional, sentimiento que no es exclusivamente femenino.

Si la novela es histórica el papel de la mujer queda condicionado a la época en la que se desarrolla, pero, aun así, siempre tienen un punto de rebeldía y de salirse de los cánones.

¿Y en sus propias novelas?

Mis “mujeres” tienen que ser independientes, profesionales y deben saber valerse por sí mismas. El protagonista es un compañero de viaje, alguien que las complementa. Ambos tienen que estar al mismo nivel.

En un ámbito con dominio netamente femenino, consideramos relevante testar también la visión y la opinión de los escritores masculinos, así procedemos a destacar los siguientes:

JOSÉ DE LA ROSA. Autor sevillano y editor de LA MÁQUINA CHINA. Sus obras más conocidas son: “Siete razones para no enamorarte”, “La leyenda de Tierra Firme” y “Tú puedes escribir una novela romántica”.

¿Cuál es la visión que tiene José de la Rosa sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

Solo puede ser uno: una mujer ubicada en igualdad de condiciones con el hombre o que (en la novela histórica) lucha por el logro de sus derechos.

Cualquier perfil que se aleje de éste entra en conflicto con mi visión de la novela romántica.

Dicho esto, como en cualquier otro género vamos a encontrar de todo; mujeres valientes y atrevidas, mujeres subyugadas, mujeres vejadas. Sobre todo esto último por un mal entendimiento del erotismo.

¿Y en sus propias novelas?

Es una mujer a la que el amor le asalta, de pronto, de golpe, y tiene que encajarlo en su vida. Eso va a hacer que se produzcan cambios en su forma de ver o entender el mundo. Pero siempre lo va a hacer en un plano de igualdad con el hombre, incluso más allá.

JAVIER ROMERO. Autor madrileño cuya ópera prima es “Estaré dónde tú estés”.

¿Cuál es la visión que tiene sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

Creo que en la novela romántica la mujer suele tener un papel, en ocasiones, demasiado sumiso para mi gusto. Siempre se apoya en un hombre fuerte, decidido y que debe guiarla en la búsqueda de la felicidad.

¿Y en sus propias novelas?

En mis propias novelas, la mujer es fuerte y con las ideas muy claras y es la que decide con quién y cómo enamorarse y no al revés. En resumen, en mis novelas la mujer es la que elige al hombre y no al revés.

CARLOS PÉREZ DE TUDELA. Autor barcelonés cuyas obras “Disparatado asesinato en el Upper East Side” y “Un asesinato algo embarazoso” le han posicionado como el “barón del Chick Lit”.

¿Cuál es la visión que tiene CARLOS PÉREZ DE TUDELA sobre el papel de la mujer en la novela romántica?

En mi opinión, hay dos tipos de mujeres en la literatura: Las que tiene carácter y las que no. Y, por desgracia, últimamente priman las segundas. De un tiempo a esta parte vengo observando que el papel de la mujer en la literatura se está supeditando de manera penosa a una figura masculina dominante que da sentido a su existencia. Es como si de repente, alguien se hubiese propuesto convencernos de que no hay mujer que se precie si no hay un hombre junto a ella que le dé sentido a su vida. Cuando me refiero a carácter me refiero a una personalidad marcada que funciona como eje del personaje y de la misma historia. Así que, como reza parte del título de este análisis de “Orgullo y prejuicio” a “50 sombras de Grey” se podría afirmar que la figura de la mujer dentro del género romántico se ha estirado hasta romperla. De una novela a la otra el papel femenino en el género ha sido deformado hasta tal punto que hoy en día parece que una mujer sola no tenga razón de ser si junto a ella no hay un hombre que le dé sentido a su existencia. Y eso se ve claramente, yo creo, si retrocedemos a los noventa y observamos los personajes femeninos creados por Carmen Rico Godoy, la reina del chick lit en España. Si tomamos como ejemplo a la protagonista de “Como ser mujer y no morir en el intento” veremos claramente como un personaje femenino puede llegar a tener voz y alma sin necesidad de tener anejo un hombre. En contraposición, “50 sombras de Grey” presenta un personaje femenino plano y carente

de sentido que sólo existe para que Christian Grey pueda saciar sus deseos y tener razón de ser. En resumen: La literatura romántica últimamente está fotocopiando peligrosamente personajes de fuentes o referencias que empañan lo que un día fue algo con sentido.

¿Y en sus propias novelas?

En mis novelas, como el eje central es el humor, siempre huyo del prototipo de mujer que busca el amor y por ende al hombre de su vida. En mis novelas cambio esa búsqueda por un elemento algo diferente: La búsqueda de uno mismo. Al centrar la motivación del personaje femenino principal en encontrarse a sí mismo y comprender sus acciones y sentimientos, siempre doto a mis personajes de marcado carácter y autonomía existencial. Pese a que en la gran mayoría de los casos mis protagonistas acaban encontrando un hombre con el que compartir su vida, la diferencia es que lo hacen porque quieren y no porque la historia lo requiera o la inercia del género lleve a ello. En mis novelas la mujer tiene total autonomía y antes de atarse a un hombre siempre resuelve consigo misma el lastre emocional que lleve. En ese aspecto, me atrevería a decir que hasta que no resuelven sus problemas no se enredan en nada más. Así que, si me tuviese que ubicar en algún sitio entre “Orgullo y prejuicio” y “50 sombras de Grey”, buscaría un rinconcito justo en el medio.

► 8.- EL MODO DE ESCRITURA Y EL LENGUAJE SEXISTA EN LA NOVELA ROMÁNTICA: UN REFUERZO MÁS DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Como ya se ha indicado en apartados anteriores la novela romántica es un producto producido mayoritariamente por y para el público femenino, lo que a priori podría hacer pensar que sobre todo las propias autoras pudieran actuar como “referentes” y utilizaran el instrumento de la palabra para hacer guardar y promover la igualdad de género en sus creaciones. Sin embargo, esto es un hecho que nos ha llamado poderosamente la atención, ya que no solo no se produce así, si no que más bien al contrario, se refuerzan y se ponen en valor, los comportamientos de supremacía masculina en el lenguaje.

El lenguaje, se erige como el vehículo esencial sobre el que se transmiten y se fundamentan esas concepciones sexistas. Al analizar la mayoría de las obras de romántica apreciamos que la mujer aparece bajo la supremacía masculina, cuestión que queda perfectamente recogida en el lenguaje empleado.

La Teoría de Sexismo Ambivalente de Glick y Fiske (1996), muestra como las relaciones estructurales entre hombres y mujeres generan actitudes ambivalentes (hostiles y benevolentes) hacia estas últimas; donde se les ve de manera estereotípica, y supeditadas a determinados roles inferiores. Pero a la vez se manifiesta un tono afectivo positivo hacia ellas que licita comportamientos de protección y ayuda.

Los tres componentes base del sexismo ambivalente son el paternalismo, la identidad de género y la sexualidad. El paternalismo, se estructura sobre la base del poder masculino: se basa en la creencia de que el hombre debería tener más poder que la mujer, mientras que a las mujeres se las debe cuidar por estar bajo potestad de los hombres. La identidad de género, se basa en considerar a las mujeres como complementos de los hombres. Por último, la sexualidad, es el elemento que con más claridad da lugar a la ambivalencia que sienten los hombres respecto a las mujeres; ya que pone de manifiesto que el grupo dominante masculino depende del grupo subordinado femenino; por lo que se siente vulnerable frente a su sexualidad.

Por otro lado, nos parecen relevantes las visiones en este aspecto planteadas por Mercedes Arriaga (2012) quien plantea la posibilidad de nuevas formas de escritura en romántica en las podemos encontrar "cenicientos" o "princesas que se enamoran de otras princesas" o "un príncipe se case con otro príncipe". Esta autora considera que *"el patriarcado y el capitalismo se unen para lanzar unos productos pensados exclusivamente para las mujeres, donde la novela romántica actúa como el narcótico de las mujeres, una fábula que se vende para que ellas, que creen en el amor, no se ocupen de reivindicar otras cosas, sus derechos, ser independientes"*.

Dentro de la temática que estamos tratando en este apartado, consideramos relevante hacer mención al informe del académico Ignacio Bosque sobre "Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer", suscrito por la RAE. A la vista de dicho informe podemos concluir que no resulta fácil conciliar lenguaje e igualdad, porque según apunta el autor puede llevar a que entren en conflicto los usos, prácticas, costumbres, tradiciones y cuestiones idiomáticas. En resumen, que los cambios cuestan aceptarlos y mucho más asumirlos pero pensamos que no por ello no por ello debemos dejar de tener en cuenta al 50% de la población.

► 9.- INTERNET, LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LAS REDES SOCIALES EN LA LITERATURA ROMÁNTICA.

“Hoy es casi imposible imaginar la vida sin Internet, ordenador o sin teléfonos móviles. Muchos de estos adelantos han hecho realidad algunos de los sueños más increíbles de los autores de ciencia ficción. Sin embargo, a pesar de todas sus maravillas y promesas, las nuevas tecnologías de información y comunicación no han logrado superar algunos obstáculos como es el caso de la brecha digital. En una línea cultural marcada por un sistema de dominación patriarcal, se mantiene el estereotipo que tiende a considerar a las mujeres con bajas capacidades para cuestiones técnicas y predispuestas a padecer “tecnofobias”, por su incapacidad natural para toda tecnología⁵.

En España la situación no es muy diferente de nuestro entorno europeo, y aún cuando el uso de Internet por parte de las mujeres ha aumentado. Las mujeres se conectan un 10% menos que los hombres, y además, el destino de las búsquedas suele centrarse en bienestar social (empleo, salud o formación), frente al objetivo del consumo y ocio de los hombres.

Por lo que respecta al ámbito de la literatura romántica, hemos de destacar que las Nuevas Tecnologías y las redes sociales han supuesto una verdadera revolución para el género, ya que han permitido tanto el desarrollo de nuevas formas de interacción y de venta, como plataformas de lectura, creando en ocasiones verdaderos mundos paralelos en la red.

Según los datos ofrecidos por el informe de 2013 de la Federación de Gremios de Editores de España “*Hábitos De Lectura y Compra de Libros en España 2012*”, las mujeres son las principales lectoras de libros, de preferencia novela y en castellano. Las mujeres utilizan los distintos formatos en los que se editan los libros, siendo especialmente reseñable el aumento que ha experimentado la lectura en formatos digitales. A continuación, procederemos a analizar los elementos que consideramos más importantes dentro del ámbito de las TIC que han influenciado la novela romántica.

En primer lugar, consideramos relevante hablar del Comercio Electrónico (e-commerce) el cual ha posibilitado la distribución, venta, compra, marketing y

⁵ Opinión que deja de lado la invisibilidad histórica de los aportes de las mujeres en las TIC, así podemos citar, a Ada Lovelace (1815), que fue la primera programadora y cuyo trabajo dio lugar a la creación de la primera computadora electrónica (ENIAC).

suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Atendiendo a los datos del I Estudio anual de e-Commerce IAB España (Junio 2013) se desprende que un 44% de las personas son compradores por internet, de los cuales un 45% son mujeres y un 43% hombres. En esta plataforma, la compra de Libros, Cd y DVD ocupa un lugar privilegiado (6º puesto). Siendo los medios de pago preferidos por los internautas paypal y las tarjetas de crédito/débito.

Por otro lado, es destacable según un estudio de la Consultora Forrester el comercio electrónico en Europa alcanzará los 191 mil millones de euros en ventas en 2017. Además, el estudio añade que dentro de estas positivas previsiones, España ocupará un lugar especial a la cabeza de los países que más crecerán dentro de este sector, ya que en nuestro país crecerá un 18% anual hasta 2017.

Concretamente, y por lo que a la utilización de nuevos soportes de lectura cabe destacar especialmente:

- La telefonía móvil ya que la evolución y la aparición de nuevos soportes ha permitido darles utilidades muy diversas a las meramente comunicativas, siendo una de ellas como elementos lectura pero la más relevante es la inmediatez de participación en las redes social gracias a "Internet en el móvil".
- Lector electrónico (e-reader): Dispositivo que reproduce los contenidos de libros electrónicos, con una calidad de lectura como en papel gracias a la tecnología de tinta electrónica. La venta de este producto no hace más que crecer en los últimos años como se puede apreciar en el gráfico 1.

Grafico 1: Disposición de E-book



Fuente: Hábitos De Lectura y Compra de Libros en España 2012 (Enero 2013)

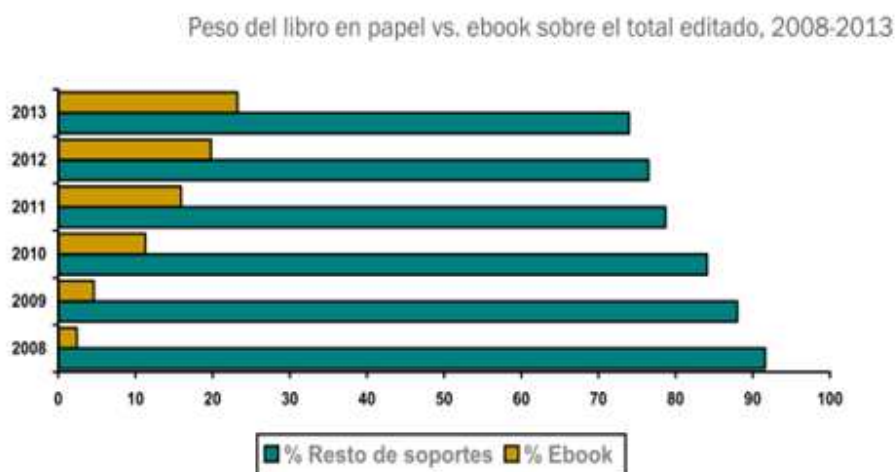
La propia E.L. James afirmó al periódico The Telegraph que *"los lectores electrónicos han sido muy liberadores para las personas, ya que pueden leer lo que quieran sin ser juzgados"*. Por otra parte, desde Amazon apuntan a que hay un "renacimiento de lectura" a través de los lectores Kindle ya que se

compran cuatro veces más libros con este formato que antes de que antes de que dispusieran de uno.

- Libro electrónico (ebook): Tiene como especial ventaja la inmediatez de la disposición de la obra sin necesidad de desplazamientos ya que pueden adquirirse online. La facilidad de adquisición de libros sin necesidad de desplazarse del propio domicilio y contando con amplios catálogos ha tenido un efecto muy positivo de ventas.

De acuerdo con los datos proporcionados por la Agencia Española del ISBN (<http://agenciaisbn.es/web/index.php>) durante el pasado año 2013 se registraron un total de 20.119 ebooks. Con esta cifra el ebook muestra también una significativa evolución en lo que a su representación en el total de la edición se refiere y como puede observarse en el gráfico 2.

Gráfico 2: Peso del libro en papel vs el ebook



Fuente: Agencia Española del ISBN

Sin embargo, uno de los principales problemas a los que se enfrenta el sector en la actualidad es la piratería, que supone unas cuantiosas pérdidas tanto para las autoras como para el ámbito editorial.

A pesar de que en España, se han intentado ciertas medidas y acciones legislativas, con el objeto de proteger la propiedad intelectual sobre todo con la Ley Sinde⁶ y el plan integral contra la piratería, se hace sumamente complicado controlar las acciones de determinadas páginas web que actúan impunemente permitiendo abiertamente la descarga de los libros de prácticamente todas las autoras españolas.

⁶ Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril

- Tablets: Dispositivos que permiten también la lectura de libros de una forma táctil y sencilla.

La utilización de estos medios electrónicos se ha visto potenciado por la existencia de Librerías virtuales (Servicios en la nube) como las proporcionadas por Google (+ y Book), Amazon, Apple (iBookstore), Barnes & Noble, Inc. entre otras, Además, las Principales Editoriales han creado su propio sello dedicado al ebook:

- ✓ Planeta – Zafiro eBook.
- ✓ Circulo Lectores – Booquo
- ✓ Ediciones B – B de Books
- ✓ Harlequin – Harlequin eBooks

En otro orden de cosas, cabe destacar que la verdadera lectora de novela romántica es muy activa en las Redes Sociales, razón por la cual se hace necesario valorar mucho sus comentarios e intentar mantener una escucha activa sobre cuáles son sus gustos (información de gran valor para las editoriales).

Por un lado, las Redes sociales (Facebook, Twitter,...) y Blogs de las propias lectoras constituyen un punto de encuentro, un instrumento básico a la hora de compartir experiencias, hacer comentarios, críticas y reseñas sobre los libros, de tal forma que constituyen un elemento publicitario básico, donde el “boca a boca” es el principal ingrediente, en la siguiente tabla se recogen las principales web y blogs en funcionamiento en el ámbito de la novela romántica en España (Ver Tabla 5):












Por otro lado, un elemento destacable en la red, no podemos dejar de lado las mismas webs y blogs de las propias autoras como un elemento primordial para mantener la retroalimentación entre autor/a y sus lectoras.

Es reciente la utilización, los denominados booktrailer que son herramientas de publicidad que utilizan los/as autores/as para dar a conocer su libro. Se trata de un video corto, similar a los trailers de películas o series de televisión, pero lo que hace es promocionar una novela. El booktrailer pone de manifiesto, a través de música, imágenes fijas, secuencias grabadas, efectos, etc., los aspectos más atractivos del libro para captar la atención y el interés de las lectoras. Así podemos destacar varios ejemplos:

- Yolanda Quiralte: <http://yolandaquiralte.blogspot.com.es/> . Booktrailer de “Mi Secreto”: <https://www.youtube.com/watch?v=DyNV49ZBdt8>
- Teresa Cameselle: <http://www.teresacameselle.com/> . Booktrailer de “Falsas Ilusiones”: <https://www.youtube.com/watch?v=tX7Pk3PdBqs>

- Kelly Dreams: <http://kellydreamsescritora.blogspot.com.es/> . Booktrailer de “Noches de Carta Blanca”: <https://www.youtube.com/watch?v=LK6DXN7h7oM>
- Noelia Amarillo: <http://www.noeliaamarillo.com/> . Booktrailer de “Ardiente Verano”: <https://www.youtube.com/watch?v=33wk3rW1B68>
- Mar Carrión: <http://marcarrion.blogspot.com.es/> . Booktrailer de “Después de la lluvia”: <https://www.youtube.com/watch?v=VTvoyuz2sME>
- Megan Maxwell: <http://www.megan-maxwell.com/>. Booktrailer de “Pídeme lo que quieras”: <https://www.youtube.com/watch?v=AFLXPSpvNlg>

Tabla 5: Principales Blogs en Romántica

Logo	Nombre	Web / Blog	Administración
	7 Pecados Capitales	http://7pecados-capitales.blogspot.com.es/	Autoras
	E-Románticos	http://www.e-romanticos.com/	Editorial
	Románticas al Horizonte	http://www.romanticasalhorizonte.es/	Lectoras
	Rincón Novela Romántica	http://www.novelaromantica.com/	Lectoras
	Yo leo RA	http://www.yoleora.com/	Autoras
	Romántica'S	http://www.romanticasmagazine.es/	Revista
	Pasión por Novela Romántica	http://pasionporlanovelaromantica.blogspot.com.es/	Lectoras
	Cazadoras del Romance	http://www.cazadorasdelromance.net/	Foro Lectoras
	Nuestras Novelas	http://nuestras-novelas.blogspot.com.es/	Lectoras
	Pasajes Románticos	http://pasajes-romanticos.blogspot.com.es/	Lectoras
	B'Radíc	http://beromanticaddict.blogspot.com.es/	Lectoras

► 10.- DOS AUTORAS Y SU “RELACIÓN” CON EL MARKETING: MEGAN MAXWELL Y E.L. JAMES

10.1.- MEGAN MAXWELL Y SUS “GUERRERAS”: LA GENERACIÓN DE UNA MARCA

En este apartado intentaremos explicar brevemente las causas de su éxito del mayor referente femenino actual en el ámbito de la novela romántica, la autora Megan Maxwell (M^a Carmen Rodríguez Del Álamo Lázaro).

Analizando la producción literaria de Megan, apreciamos que esta autora ha creado un producto propio⁷. Autora que originariamente siempre ha escrito chick-lit, actualmente ha dado el gran salto, de la mano de la editorial Planeta, al mundo de la erótica con la publicación de la trilogía “Pídeme lo que quieras” (“Pídeme lo que quieras” (2012); “Pídeme lo que quieras, ahora y siempre” (2013a); “Pídeme lo que quieras o déjame” (2013b)) y “Sorpréndeme” (2013c), cosechando un gran éxito, generando una ventaja competitiva que permite diferenciarse del resto. En estos cuatro libros, los personajes protagonistas que no tienen ningún trauma ni han sufrido privaciones o malos tratos en su infancia (son personas normales) tienen una sexualidad muy activa ya sea con sus parejas en la intimidad de su hogar o con otras personas en clubs de intercambio de parejas. De esta manera se “normaliza” una forma de entender la sexualidad que no es la elegida por la mayor parte de la población.

Partiendo de una forma de escribir propia, fresca, con un toque de humor, desenfadada utilizando un lenguaje llano y sencillo sin grandes pretensiones literarias engancha a las lectoras, Con gran versatilidad ya que oscila como hemos dicho desde la chick-lit hasta la erótica, Megan presenta un prototipo de mujer protagonista actual y alocada, si bien en ocasiones también nos presenta a una mujer real que está acuciada por problemas serios, así por ejemplo en “Las ranas también se enamoran” (2011) la protagonista fue una madre adolescente que vivía en la calle, pero que es capaz de salir adelante y de “lidiar” en el transcurso de la novela con una hija adolescente. Por otra parte en la novela “Ni lo sueñes” (2013d) la protagonista es una mujer con una infancia complicada ya que tanto ella como su hermano fueron adoptados, y además viene de superar un cáncer. Con todo ello, Megan Maxwell pretende acercar a las lectoras, lo más posible, a las situaciones del día a día.

⁷ Colocando sus libros en las listas de los más vendidos dentro del panorama nacional (itunes, Fnac, El Corte Inglés, Casa del Libro,...).

Bajo mi criterio, uno de los principales elementos que han marcado la diferencia entre Megan Maxwell y el resto de escritoras es que Megan Maxwell ha orientado totalmente su producto hacia el cliente, y ha otorgado un papel clave y fundamental al Marketing en todo su proceso literario. Pero, ¿Cómo lo ha conseguido?...

Megan ha puesto en práctica el Marketing Relacional y la Fidelización de las Lectoras, siendo capaz de crear la máxima fidelización con el surgimiento de las Fan "Guerreras Maxwell". Tenemos que partir del hecho de que el concepto de Marketing Relacional según autores como Berry (1983) "consiste en atraer, mantener e intensificar las relaciones con los clientes". Asimismo autores como Chumpitaz-Cáceres y Papparoidamis (2007) establecen que *"el marketing de relaciones se centra en construir relaciones a largo plazo con los clientes y demás agentes a partir de la creación de valor mutuo, la confianza, el compromiso y la satisfacción en la relación con todos los partícipes"*.

Además, en la medida en que los elementos tradicionales del Marketing-Mix dejen de diferenciar a los productos, se deberán buscar nuevas formas de fomentar imagen y notoriedad. Ese posicionamiento podrá realizarse a través de un servicio diferenciado, otras construyendo relaciones personales con sus lectoras, y buscar una identidad y declaración de valores con éstas.

Con la generación de las fan/guerreras Maxwell se intenta ir un paso más allá, y se constituyen relaciones de mutuo beneficio entre la autora y sus lectoras. Con estas relaciones se consigue una implicación y un compromiso a largo plazo a la vez que ofrecen unas vías de colaboración multidimensionales para que la lectora se sienta parte de una gran comunidad de personas "Maxwell". La lectora se convierte en "cómplice-colaboradora" de la autora. Además, las guerreras actúan como agentes, ya que parte de las nuevas lectoras proceden de las ya existentes. La lectora pasa a ser parte del proyecto Megan, en "militante", en miembro de la familia. Estamos ante un ejemplo claro de aplicación de los principios del marketing enfocado hacia el cliente: del marketing relacional.

En este sentido, consideramos relevante la escalera de la lealtad (Alet, 2000) intentando representar los diferentes niveles en los que un individuo progresa desde que se mueve de una posición de ignorancia acerca de los productos o servicios de una empresa a una lealtad completa. Así podemos hablar de cinco peldaños básicos: Cliente Posible, Cliente Potencial, Comprador, Cliente y Socio (ver figura 51). El grado de involucración es tal en el caso del Club de las Guerreras Maxwell que actúan como verdaderas Socias, situándose en la cúspide de dicha escalera, ya que llegan a

encargarse de la venta de los productos relacionados con el Merchandising de Megan Maxwell⁸.

Figura 51: La Escalera de la Lealtad y las Fases Comerciales + Escudo Guerras Maxwell

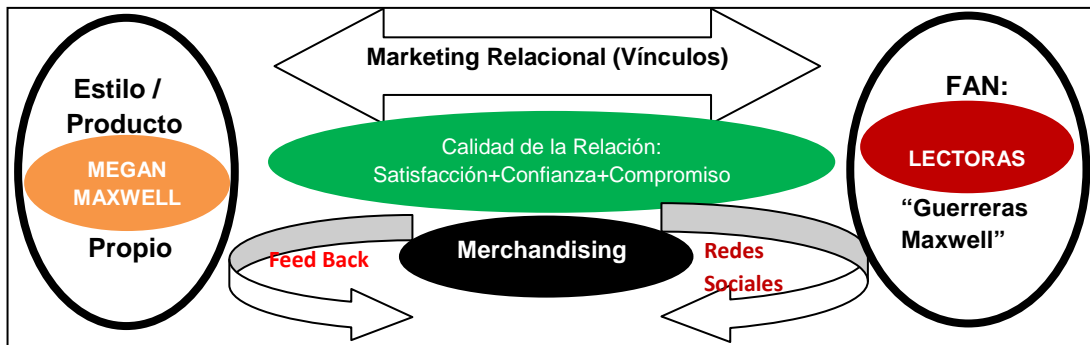


Fuente: Alet, J. (2000) y Elaboración propia

Podemos apreciar, tal como se recogen en la figura 52 que en el caso de Megan Maxwell, el Marketing Relacional está fundamentado en un Estilo y Producto Propio. La existencia de una calidad de la relación basada en la satisfacción lectora, la confianza y el compromiso, así como la existencia de un potente Merchandising refuerza la venta del producto. Es de destacar que también internet y sobre todo las redes sociales juegan un papel primordial.

⁸ Si bien, en ciertas ocasiones, las guerreras Maxwell, con sus acciones y actitudes estarían incluso rozando el comportamiento donde podría considerárseles como verdaderas “fanáticas”, Para más información ver http://www.megan-maxwell.com/maxwell_024.htm y <https://www.facebook.com/Elclubdelasguerreras>

Figura 52: Marketing Relacional para caso Megan Maxwell.



Fuente: Elaboración propia

Megan Maxwell ha conseguido culminar este marketing relacional, no sólo con la capacidad de crear un producto diferenciado y bien posicionado en el mercado, también ha sido capaz de generar y construir una marca sólida, la Marca “*Megan Maxwell*”, que se encuentra recogida en la Oficina Española de Patentes y Marcas, y que consideramos se fundamenta en los cinco pilares básicos que garantizan el éxito de una marca (alma, pulso, voz, fortaleza y rostro) tal y como indica el autor Costa, J. (2013).

10.2.- E.L. JAMES Y SUS “CINCUENTA SOBRAS DE GREY”

Las Cincuenta Sombras de Grey se ha convertido en una auténtica revolución social, ya sea, por el gran número de lectores/as, como de detractores/as con los que cuenta, llevando al extremo la máxima de “no me importa que hablen mal de mí.... Lo importante es que hablen” y hay que reconocer que esto lo ha conseguido con creces.

La gran conquista de la saga, ha sido el trascender y sobrepasar el nicho de mercado del género rosa para llegar al gran público lector⁹, lo cual no es nada sencillo, pues, como bien expone Carmen Mañana (2012), “*para repetir la receta de 50 sombras de Grey no basta con encontrar un equilibrio entre lo romántico y lo erótico*”. *Se necesitaba, entre otras cosas, que cada vez más mujeres (a las que estaba dirigida*

⁹ El éxito de 50 sombras de Grey es indudable, ya que se ha convertido en una de las novelas eróticas más vendidas a nivel mundial, prueba de ello, sería que tal como indica la lista Forbes 2013, su autora E.L. James ocupa la primera posición entre los escritores con unos ingresos de 95 millones de dólares. El caso de España, no es una excepción como muestran las principales listas que recogen los libros más vendidos.

primeramente la obra) hablaran abiertamente de este libro, sin ningún tipo de reparo, sin sentir vergüenza y sin mostrar pudor de leer (y mostrar) dicho volumen en cualquier lugar¹⁰. Una vez ocurrido esto, de un modo mucho más que notable, solo faltaba que el “boca a oreja” siguiera su curso, por un lado, y que el morbo fluyera adecuadamente, por otro, y... voilà!! la receta del éxito estaba lista”

En nuestro país, el “fenómeno Grey” y su trilogía viene desde 2012 encabezando el ranking de best-sellers, y aún a principios de 2014 mantiene su puesto de honor. Para explicar este último extremo, según J. De Cominges (2012) debemos acudir inexorablemente al prodigioso poder que en el siglo XXI ostenta la globalización. Está demostrado que, cada vez más, lo que tiene éxito en un país (especialmente si este es Estados Unidos) se traslada en un breve lapso de tiempo al resto de países. No solo por la influencia de las redes sociales, sino por el plus de publicidad que supone la previa aparición en los medios de comunicación extranjeros y nacionales de artículos sobre la temática que nos ocupa.

En otro orden de cosas, cabe destacar el concepto de la “*pornolectora*”¹¹, establecido por Francesca Serra en su ensayo “*Las buenas chicas no leen novelas*” (2013), donde apunta que todas las mujeres lectoras son consideradas como “pornolectoras”

¹⁰ El periódico ABC mostraba (<http://www.abc.es/cultura/libros/20130606/abci-cincuenta-sombras-grey-cambia-201306061232.html>) una encuesta realizada por la consultora TNS en 2013 con motivo del primer aniversario de la publicación de «Cincuenta sombras de Grey», de la escritora E.L. James, entre mujeres de 18 a 55 años, lectoras y no lectoras. Los resultados de la encuesta demuestran que la obra, se ha convertido en objeto de culto, en un auténtico fenómeno social tremendamente influyente, y llegando incluso a cambiar la actitud en el sexo, del tal forma que: “El 30% de las lectoras asegura haber cambiado su forma de ver la sexualidad tras la lectura, con un mayor impacto entre las lectoras de menos de 35 años. El 60% afirma haber aprendido sobre sexualidad, el 45% tiene una mentalidad más abierta, el 35 % exige más a sus relaciones y el 33 % ha incrementado la frecuencia de las mismas”.

Asimismo, la revista *Muy Interesante* recogió un estudio de la Universidad de Michigan (EEUU) publicado la revista *Journal of Women's Health* en 2014 en el que se afirma que la lectura de este libro, aunque pudiera parecer inofensiva, provoca que las mujeres se involucren en conductas no saludables, representando un factor de riesgo para caer en relaciones sexuales abusivas (ver <http://www.muyinteresante.es/salud/sexualidad/articulo/leer-50-sombras-de-grey-provoca-conductas-poco-saludables-651409836947>).

¹¹ Francesca Serra sostiene que la imagen de la mujer “*pornolectora*” tiene su antecedente en el siglo XIX, con “*Madame Bovary*”, escrita por Gustavo Flaubert en 1857.

“incluidas las monjas y las solteras”, Para esta autora la imagen de “*pornolectora*” ha sido creada a lo largo del tiempo. Concretamente con los arquetipos que se crearon a mediados del siglo XVIII con la Revolución industrial y la novela como industria cultural, Por lo tanto los estereotipos están relacionados con los vínculos entre mercado, literatura y sexo. Para Serra, el concepto de “pornolectora” está encuadrado y culminado con “*Cincuenta sombras de Grey*”, en la mercantilización de la lectura (libro como una mera mercancía) y la banalización de la literatura más comercial, de la que las mujeres son sus principales damnificadas ya que “*las mujeres son las que más leen pero, también, las mayores víctimas de un mercado editorial machista*”.

La protagonista femenina de “*Cincuenta sombras de Grey*” Anastasia Steele, la cual es definida por Juan Jesús Sánchez Ortega (2014) como una “*Cenicienta con bofetadas*”, es una joven estudiante de literatura de 20 años, inocente e inexperta, desgarrada, insegura, desaliñada y en ocasiones torpe, que pese a ser un auténtico volcán erótico, antes de conocer al protagonista masculino no solo era virgen, sino que nunca se había sentido atraída por nadie. Anastasia es una mujer que progresivamente va descubriendo un interés por las relaciones de BDSM (Bondage, Dominación, Sumisión y Masoquismo), que se enamora de un hombre que, según ella misma, no es capaz de amar. Sin embargo, y a pesar del acoso al que él la somete, Anastasia está convencida de que ella es una hormiguita insignificante y que un hombre como Christian jamás podrá interesarse en ella, afirmando: “*Yo soy la polilla y él la luz*”, “*Siempre me pregunto si yo soy digna de él*”.

Respecto al protagonista masculino, Christian Grey está representado por un prototipo de hombre de éxito, rico, atractivo, poderoso, sofisticado, hasta aquí es el hombre perfecto, el príncipe azul. Pero además es frío, distante e incapaz de amar, tal como se recoge en la misma novela por la propia protagonista “*es tan macho alfa*”. Sin embargo presenta a su vez un lado oscuro y atormentado, fruto del sufrimiento que vivió en los primeros años de su vida.

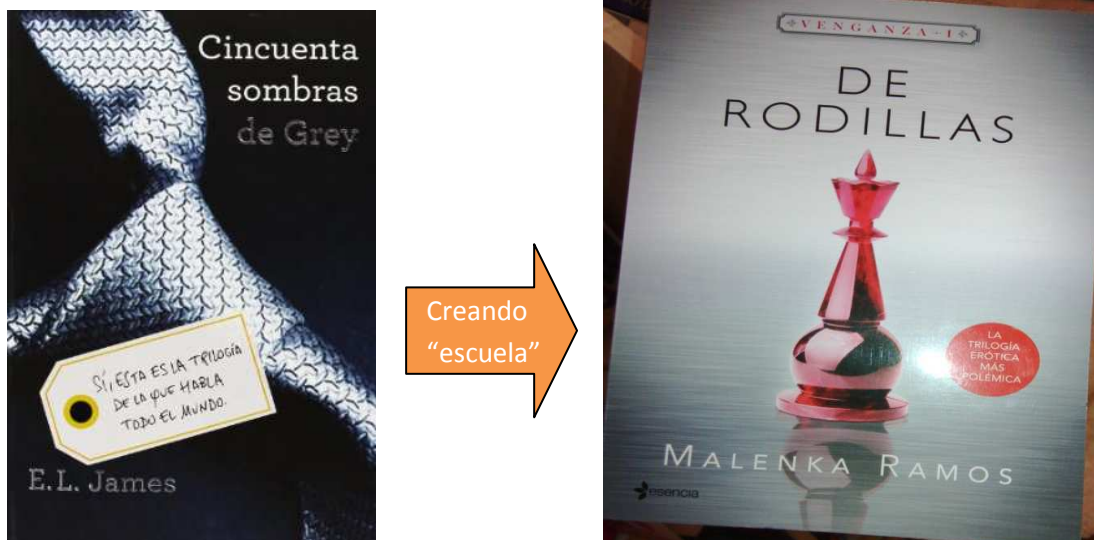
Por lo tanto, a la vista de todo esto, apreciamos el cliché de hombre dominante y con trauma frente a una mujer sumisa que hace todo por amor. Estamos pues ante una novela plagada de todos los estereotipos tanto masculinos como femeninos, los mismos que se vienen arrastrando desde los orígenes de la novela romántica, aderezados todos ellos con una fuerte carga sexual, La novela ha sido capaz de “normalizar” las fantasías femeninas, eliminado tabús y consiguiendo una mayor desinhibición sexual. Utilizando la erótica para mujeres, ha despertando la “esperanza” de las lectoras de experimentar, sentir las sensaciones, las emociones y el rol de lo

prohibido, para saltarse lo políticamente correcto tal y como lo vive en su piel la propia Anastasia.

Lo que más inquieta es que aún en la actualidad, siga despertando el interés del público femenino un modelo que muestra una imagen nefasta de la mujer, lo que me lleva a preguntarme si ¿hemos avanzado algo?...

En mi opinión, la trilogía de “*Cincuenta sombras de Grey*” es la obra, que hoy por hoy, mejor recoge prácticamente todas las técnicas de venta dentro de la literatura romántica (erótica), obra que tiene todos los ingredientes desde el punto de vista del marketing para convertirse en un verdadero negocio, dejando de lado totalmente sus virtudes literarias o su falta de profundidad psicológica, sobre todo por convertirse en la novela de la “que todo el mundo habla”, circunstancia que ha sido incluso reflejada por la propia editorial en la misma portada como elemento de venta, y cuya estela han seguido muy de cerca otras recientes obras como vemos en la siguiente figura 53.

Figura 53: Novela “de la que todo el mundo habla” y sus seguidores “la trilogía erótica más polémica”.



Fuente: Elaboración propia

Por lo que desde el punto de vista del marketing se refiere, cabe destacar que la trilogía es un producto que se vende activando el mecanismo universal del deseo. Distinguímos los siguientes elementos clave:

1. **Potente campaña de Marketing** (medios, redes sociales, agentes de influencia, polémica,...). Tenemos que destacar especialmente la importante campaña realizada dentro del propio punto de venta (librerías, grandes

superficies), realizado una venta masiva, hasta tal punto que la trilogía dispone de estantes en primera línea propios dentro de los distintos establecimientos (Ver figura 54).

Figura 54: Estantería Librería Barcelona



Fuente: Elaboración propia a partir de Internet

2. Merchandising: Juguetes eróticos, Juegos de mesa, accesorios eróticos, colonias, lubricantes, lencería, complementos,... En este sentido podemos indicar que hasta las propias firmas comerciales se apuntan al carro de las 50 sombras, así la marca sueca “KappAhl” cuenta con una línea de lencería inspirada en la trilogía¹².

Pero la fiebre no se acaba aquí ya que se ha generado muchos otros productos tales como un álbum de música clásica, un libro de cocina, productos de maquillaje e incluso un curso en la universidad¹³,...¿Cuál será el próximo?... (Ver figura 55 a 58).

¹² Más información en http://www.kappahl.eu/category/estore/articles/woman/design_by/fifty_shades_of_grey/

¹³ Más información en <http://blogues.radio-canada.ca/originel/2013/11/15/cinquante-nuances-de-grey-le-succes-commercial-dun-conte-de-fees-2/>

Figuras de 55 a 58: Gama de Productos “50 Sombras”



Fuente: Elaboración Propia a partir de Internet

3. **Próximo lanzamiento de la película** realizada por Universal Pictures, y rodeada de la consiguiente polémica e incertidumbre con la “ida y venida” de los actores, que aumenta más si cabe el interés del lector/a - espectador/a (trama, cambios repentinos de actores,...). La fecha del estreno de la película se prevé que sea para San Valentín 2015, y para ello se ha comenzado a movilizar a los medios. Incluso se va a lanzar un kamasutra, un musical, un álbum de música clásica sobre ella. El tráiler de la película, rodeado de polémica por su censura en EEUU, ya se ha convertido en el más visto del año en Youtube¹⁴.

Figura de 58 a 62: Película, Prensa, Musical, Álbum Música clásica y Kamasutra



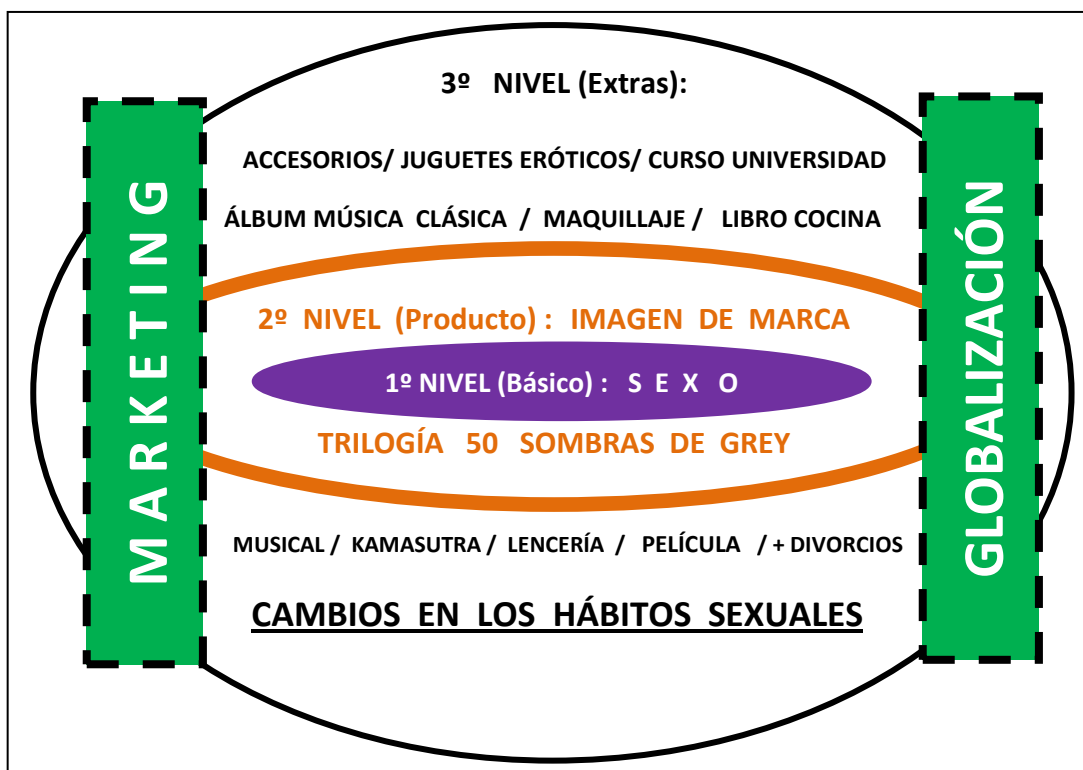
Fuente: Elaboración Propia a partir de Internet

Como conclusión, podemos establecer que el éxito de “Cincuenta sombras de Grey” es un elemento de venta fundamental: “el sexo vende”, y esto con dicha trilogía se ha sabido rentabilizar hasta el extremo, de tal forma que partiendo de un producto como una novela erótica (imagen de marca), ésta ha sido capaz como hemos visto, de

¹⁴ Por ejemplo puede verse en <http://www.youtube.com/watch?v=kGRhWlWENv0>

extenderse a otros ámbitos y sectores, generando y haciendo surgir otros nuevos productos vendibles, creando todo un universo de “50 sombras”, representado una perfecta alegoría al consumismo. Podemos distinguir, por tanto, tres niveles básicos dentro de ese “Universo de 50 sombras”, donde la globalización y el marketing desempeñan dentro de todos ellos un papel netamente vertebrador y transversal (Véase figura 63).

Figura 63: Los Tres Niveles del “Universo 50 Sombras”.



Fuente: Elaboración propia

► 11.- NUEVAS APORTACIONES EN LA NOVELA ERÓTICA ACTUAL: DE LAS ABERRACIONES A APOLOGÍAS DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

En la actualidad, se está produciendo el nacimiento de algunas obras que con el mero objetivo de sumarse al carro de la “facturación por la facturación” y aprovechando la estela y la “apertura de todas las puertas”, de “Cincuenta sombras de Grey”, están dando lugar a la proliferación de novelas que rozan la apología de la violencia de género. Pero lo peor de todo, es que estos libros han traspasado ya la frontera de la autopublicación, y empiezan a ser difundidos por grandes editoriales, ¿la empresa editora ha perdido el norte, y su criterio?, o quizás ese criterio ha quedado cegado por los euros...

El problema, y lo grave de todo esto, radica en que la lectora de novela romántica pueda acabar naturalizando la violación, el proxenetismo, la pederastia, el maltrato físico y psicológico y la vejación sexual indiscriminada.

En las obras a las que estamos haciendo referencia, el conflicto radica en que las prácticas sexuales una de las partes (siempre la más vulnerable) se vea obligada a padecer acciones que no ha pedido, ni consentido, simplemente por satisfacer a la figura predominante y que además queden justificadas por el “amor”, pero ¿qué tipo de amor de ese?....

Así, algunos ejemplos de estas novelas serían los siguientes:

- **Violaciones:** Una violación no es el sueño de una mujer, ya sea sumisa o no, es una experiencia traumática, y no podemos olvidar que es siempre un delito entonces ¿cómo podemos justificarla o disfrazarla de un alo romántico?.

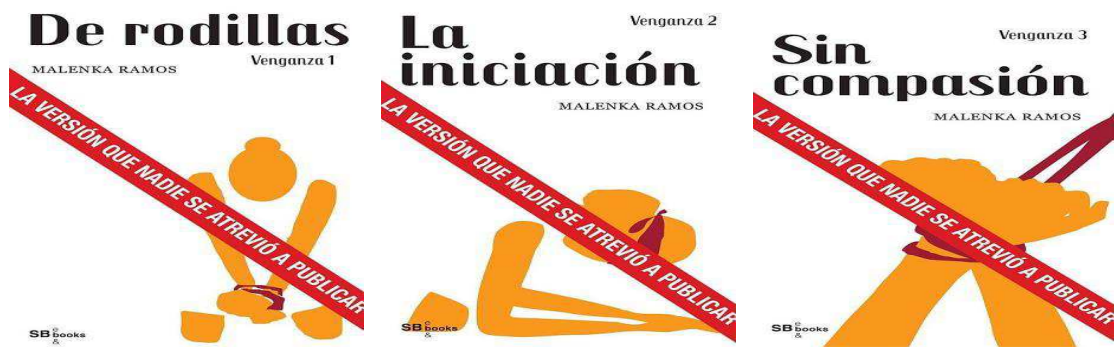
En la novela erótica “De Rodillas” (2014) de Malenka Ramos, la protagonista se enamora de su violador, creándose una cierta relación de dependencia. Por supuesto de esta creación se tiene pensado hacer la correspondiente “trilogía”. Como dato curioso de la obra, podemos indicar que existen diferencias entre la versión digital (más agresiva) plasmadas en las figuras de 64 a 66 con respecto a la versión publicada en papel por Planeta (mucho más suavizada) tanto en las portadas como el texto de las obras, tal como se muestra en las figuras de 64 a 66.

Figuras de 64 a 66: Trilogía “suavizada”



Fuente: Editorial Planeta

Figuras de 67 a 69: Trilogía sin censura



Fuente: Amazon

Consideramos especialmente lamentable, que este tipo de obras tengan el sustento y el apoyo de las propias lectoras, ya que consideramos que son una evidente apología del maltrato y éstas deberían ser rechazadas, sin embargo observamos todo lo contrario: algo totalmente incomprensible. Sirva como ejemplo de esto, el concurso organizado por el grupo de Facebook "hechizadasporloslibros" en el que sorteaba un ejemplar "De rodillas", de entre todas aquellas lectoras que enviaran una personal "foto de rodillas" y en actitud provocativa, tal como se puede ver en las figuras 70 y 71. Las seguidoras se lanzaron y colgaron fotos de rodillas con las manos maniatadas a la espalda y una venda en los ojos (postura sumisa).

Figuras de 70 a 71: Sorteo y Foto de participación



Fuente: Grupo de Facebook "hechizadasporloslibros"

- **Dinoporno:** El dinoporno supone una vuelta de tuerca, ya que se habla de las relaciones entre animales prehistóricos y humanos. Concretamente consiste en contar historias eróticas y de sexo entre mujeres y dinosaurios¹⁵, ¿Qué será lo próximo la zoofilia?... (Ver Figuras de 72 a 74).

Figuras de 72 a 74: Dinoporno



Fuente: Periódico "El Mundo"

- **Malos tratos y Síndrome de Estocolmo:** En este sentido podemos destacar algunas obras, dentro de todas ellas, encontramos un denominador común, donde o bien la protagonista se enamora de aquel protagonista masculino que la secuestra o bien le proporciona un trato vejatorio donde sus derechos quedan totalmente suplantados y en ocasiones eliminados, Ejemplos de estas obras son las siguientes obras publicadas en los últimos diez años: "Espósame" de Pamela Clare (2009), "Promesa audaz" de Jude Deveraux (2005), y "Mar de fuego" (2011) de Karen Robards "Así habla el corazón" (1983) de Johanna Lindsey, "o "Atracción" (2006) de Virginia Henley.

¹⁵ Más información en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/10/10/cultura/1381390998.html>

► 12.- LA NOVELA ROMÁNTICA: LITERATURA O NEGOCIO

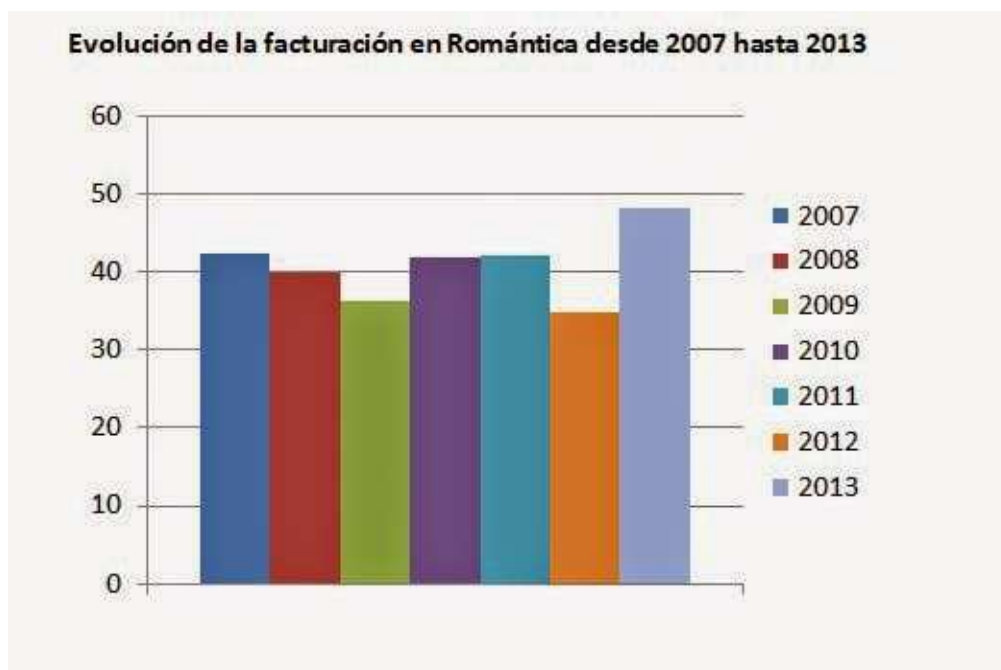
En el presente trabajo se ha mostrado que la novela romántica es un negocio lucrativo dentro de un sector en recesión como es el del libro. Este dato no es ajeno a las grandes empresas que se deciden a invertir en romántica¹⁶. El total de las ventas de libros románticos, alcanzó los 1,36 miles de millones de dólares en 2009. De entre las diez novelas más descargadas en iTunes, ocho son románticas y del subgénero de la erótica: la trilogía Sombras de Grey, de E. L. James (Grijalbo), la trilogía “*Pídeme lo que quieras*”, de Megan Maxwell (2012, Esencia), y “*Atada a ti*”, de Sylvia Day (2013, Espasa). Además, la novela española que más ha vendido en los tres últimos años (con más de tres millones de ejemplares en todo el mundo), “*El tiempo entre costuras*” (2009), de María Dueñas, tiene un fuerte componente romántico.

El periódico económico argentino *Ámbito Financiero*, publicó un informe en el que desvelaba que la novela romántica representa casi un 25% de la facturación de los grandes del sector en ese país, hasta tal punto que muchos editores afirman que la romántica “Nos paga el sueldo”, lo que pone de manifiesto que en la situación actual muchas editoriales logran capear la crisis gracias a los ingresos que provienen de la romántica.

Así en España, según datos ofrecidos por el informe de José de la Rosa (2014) “*Perspectiva de la Novela Romántica 2015... ¿hacia dónde vamos?*” se desprende la positiva evolución de la facturación de los libros de romántica en el periodo 2007 a 2013 (ver gráfico 3), mostrando la tendencia opuesta a la del libro en general recogido en el gráfico 4.

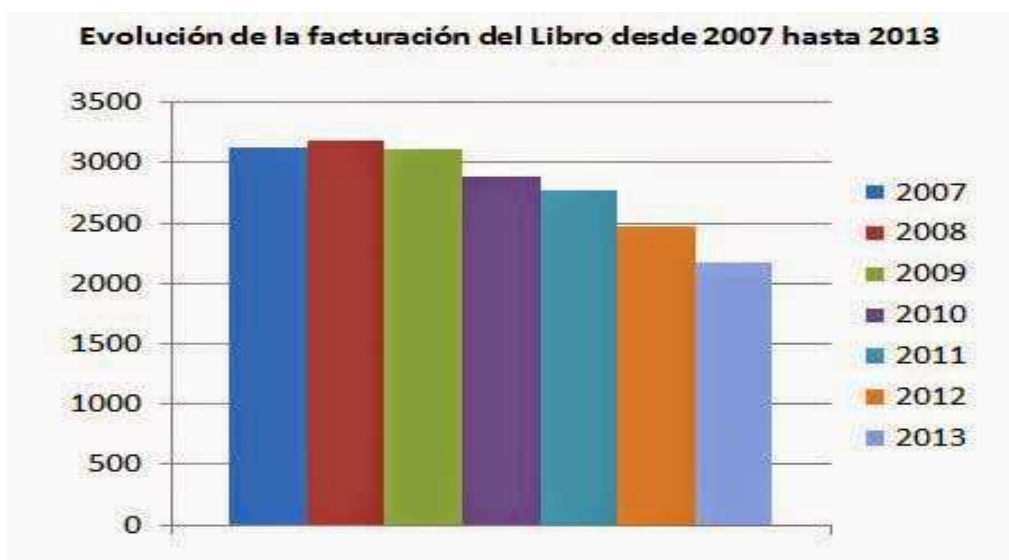
¹⁶ News Corporation (empresa de medios de comunicación estadounidense) ha adquirido la editora de libros románticos Harlequin por 455 millones de dólares. http://www.eldiario.es/economia/News-Corp-romanticos-Harlequin-millones_0_255824757.html

Gráfico 3: Evolución Facturación en Romántica (2007-13)



Fuente: José de la Rosa (2014)

Gráfico 4: Evolución Facturación del Libro (2007-13)



Fuente: José de la Rosa (2014)

Por otro lado, si damos un rápido vistazo a dicha lista, podemos reflexionar y hacernos varias preguntas ¿verdaderamente la lista de los libros más vendidos recoge aquellos con una mayor calidad literaria, o por el contrario los primeros puestos los ocupan

aquellos que han contado con una estrategia de marketing más acertada? ¿Una obra mediocre con una buena campaña de marketing puede situarse en el top ten? ¿Tanta influencia puede tener el marketing sobre nuestra capacidad de decisión de compra?

En mi opinión, en los casos de E.L. James y Ken Follett la respuesta parece bastante evidente, sin entrar a valorar el menor o mayor grado de calidad literaria, podemos sospechar que las acciones del marketing han jugado un papel decisivo a la hora de encumbrar ciertas obras, incrementar las ventas, y lograr que éstas estén en boca de todo el mundo. Así, en el caso concreto de Cincuenta sombras de Grey podemos definirla como una historia de sexo con un buen plan de marketing.

Por todo ello, podemos establecer que las técnicas y mecanismos de venta más utilizados dentro de la novela romántica sería empezar con una promoción incluso cuando la novela se está escribiendo, en fases intermedias del proceso, es decir elaborar “un making off” del proceso creativo, con el objeto de despertar el interés y la emoción en la lectora desde el origen. Cuanto antes se haga promoción, a más posibles lectores interesará cuando se lance. Al principio no saturar demasiado, e ir subiendo de intensidad y frecuencia cuando se acerca la fecha de lanzamiento.

El marketing de influencia, aunque no es nuevo, está produciendo un enorme interés entre las marcas editoriales gracias a la explosión de las redes sociales. Además de a los influenciadores que proceden del mundo offline de las “celebrities”, las marcas también están contratando a los llamados influenciadores digitales, tuiteros, blogueros o “youtubers”, que aporta una mayor segmentación del mensaje. Según el periodista Nico Abad, “los piques siempre funcionan en Twitter”. Abad, ha trabajado con la agencia Agents of Influence en una campaña que usó conversaciones entre cuatro periodistas para promocionar entre el público masculino “50 sombras de Grey”, En las conversaciones aparecían piques entre unos y otros para suscitar el interés de sus seguidores.

Destacar también que para promocionar el éxito de ventas en Estados Unidos de la novela “*Bajo la misma estrella*” (2012) de John Green la editorial ha usado la red social Twitter de una original y sencilla manera. La campaña realizada por la agencia Agents of Influence, constó de un conjunto de diálogos de la novela que parecían como una romántica conversación entre dos conocidos actores (Angy Fernández y Maxi Iglesias), provocando de este modo la curiosidad de sus seguidores. Finalmente, coincidiendo con el día de San Valentín, Maxi y Angy revelaron que estaban compartiendo frases de la novela, que ambos leían a la vez.

No podemos olvidar, porque ya existen otras experiencias con éxito, que puede ser muy rentable envolver la novela romántica que queremos promocionar con productos complementarios, es decir de un potente merchandising que facilite el soporte necesario a la novela para poder entrar y posicionarse dentro del mercado, creando lazos de unión entre escritora-lectora más allá de la venta de sus libros.

En el caso español, es especialmente destacable el papel del pseudónimo como elemento diferenciador y como un elemento más de venta. Podemos observar que una gran cantidad de escritoras españolas, utilizan pseudónimos en inglés con un doble objetivo, por un lado una estrategia de marketing ya que la romántica desde sus orígenes ha estado ligada a escritoras anglosajonas, y por otro lado, como un elemento que sirva para separar la vida personal de la profesional de las autoras.

Podemos apreciar por tanto, que desde el punto de vista del Marketing, la mayoría de autoras siguen una estrategia de marca que trata de enmascarar la identidad nacional (efecto “made in”) ya que se pretende ocultar el lugar de origen de la escritora pretendiendo que las lectoras la asocien con una foránea, concretamente de origen anglófono.

También es destacable, que la mayoría de las autoras ambientan sus novelas en países extranjeros sobre todo en EEUU y Escocia, pero en este sentido podemos citar autoras como Noelia Amarillo o Pilar Cabero, quienes optan por ubicar la mayoría de sus creaciones en ciudades españolas. En esta misma línea, Teresa Cameselle sitúa todas sus novelas en su tierra, en Galicia.

Otra de las técnicas utilizadas en la actualidad, para incrementar las ventas del sector consiste en fraccionar una obra en varias partes, es decir mediante la creación de las famosas “trilogías” aún cuando podemos encontrar también sagas (muy frecuentes cuando en cada novela se cuenta la historia de un/a hermano/a). Con esta técnica se trata de conseguir crear intriga en la lectora de tal forma que tenga la necesidad de comprar cada una de las “entregas” en las que se divide la obra final.

Para concluir este apartado, no podemos olvidar la creciente moda que se está produciendo actualmente dentro de la literatura romántica consistente en colgar en plataformas como Amazon relatos de tamaño muy reducido que en ocasiones no supera ni las 100 páginas, ya que la historia completa se va desmenuzando y colgando por fascículos, cuestión que nos plantea la reflexión si esta actividad está hecha con el objeto de crear literatura o simplemente con el fin último de recaudar.

► 13.- CONCLUSIONES

La novela romántica es un término que presenta una naturaleza inequívocamente tridimensional, el cual nos sitúa frente a un tipo de literatura escrita y elaborada casi exclusivamente por mujeres, sobre mujeres y para mujeres como hemos comprobado en el presente trabajo. Es por tanto, este triple enfoque el que aparece como eje primordial de nuestra investigación: la mujer aparece como escritora, como personaje y como lectora, por lo que consideramos que el estudio de este tipo de narrativa deba realizarse bajo una perspectiva de género.

Si bien, hemos podido apreciar que evidentemente la literatura ha ido evolucionando a lo largo de su historia, se puede verificar que es sustancialmente complejo desterrar los estereotipos incrustados en la novela rosa desde sus inicios. Así, se detecta que a los roles masculinos se les otorgan características como la competencia, el heroísmo, los beneficios materiales y roles públicos; mientras que a los roles femeninos se les adhieren características como la belleza, la ingenuidad, la familia, la amistad, la calidez, la comprensión y roles privados (dentro del hogar). Las sociedades van cambiando pero los valores arraigados quedan reflejados en sus protagonistas, por tanto podemos concluir que los personajes pueden actuar como verdaderos indicadores y medidores del grado de igualdad/desigualdad de género existente.

En mi opinión, creo que las novelas de romántica en la mayoría de los casos, al igual que la sociedad actúa como un claro vehículo diferenciador de lo masculino y lo femenino, que construye importantes conceptos alrededor de la diferencia sexual tales como: colores (azul vs rosa), juguetes (coche vs muñeca), tareas, roles, actividades (fuerza vs delicadeza), profesiones (mecánico vs enfermera), apariencia externa (varonil descuidado vs femenina maquillada), maneras de relacionarnos y de expresar las emociones/sentimientos (los chicos no lloran),....

En nuestras sociedades todavía se considera de forma negativa que los hombres expresen emociones (se consideran un signo de debilidad),... y están obligados a ser poderosos, exitosos, fuertes, duros, insensibles, competitivos, agresivos con todas las consecuencias negativas para sus vidas de estos estereotipos. De forma paralela, no está del todo aceptado que las mujeres sean fuertes, competitivas, ambiciosas, que lleven la iniciativa,... y se espera de ellas que sean: bellas, sumisas, maternas, dependientes, hogareñas,... es decir que sean un complemento perfecto al modelo de varón antes definido.

Considero también que obras tan distantes en el tiempo, como *“Orgullo y prejuicio”* (1813) y *“Cincuenta sombras de Grey”* (2012) presentan una similitud que a mi juicio fundamental: en ambas podemos apreciar la existencia de un binomio clave “poder económico – poder sexual”. El poder económico actúa como validador (como atrayente) para ejercer el poder sexual, así tanto en la primera obra como en la segunda, podemos comprobar que los protagonistas masculinos tienen una superioridad económica (una posición de poder social) por encima de los personajes femeninos.

Por otro lado, hemos podido ver que *“Cincuenta sombras de Grey”* se ha convertido en un verdadero fenómeno social, un objeto de culto, basada en la perfecta receta de sexo y marketing que se combinan a la perfección. En el ámbito nacional es especialmente reseñable la aparición de la marca registrada *“Megan Maxwell”* que cuenta con un universo particular en el que *“las guerreras Maxwell”* son mucho más que meras consumidoras de un producto determinado.

La novela romántica está viviendo un momento de esplendor, sobre todo los subgéneros de chick lit y erótica. Y parte de este éxito viene explicado por el desarrollo de nuevos soportes de lectura así como por la presencia de redes sociales. De esta manera constatamos la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación. Twitter, Facebook, Blogs y Páginas Web facilitan información y contactos con lo que se están creando verdaderas comunidades de lectoras que les muestran a los/as escritores/as los temas que gustan, preocupan o interesan a sus clientes y a las editoriales el impulso para publicar las obras.

No puedo dejar de señalar que no se ha podido profundizar con más detalle algunos de los aspectos tratados así como otros que han quedado pendientes, dada la limitación de tiempo así como los parámetros y exigencias de formato marcadas por la titulación de máster. Si bien, este Trabajo Fin de Máster podría convertirse en la antesala de una futura línea de investigación, que a mi juicio, sería tremendamente interesante, relacionando dos conceptos clave como son Estereotipos y Marketing.

Desde el punto de vista del Marketing, podemos definir producto como “algo que puede ser ofrecido a un mercado con la finalidad de que se le preste atención, sea adquirido, utilizado o consumido, con objeto de satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler, 2006). Sin embargo, al tratar de analizar un producto exitoso como la Trilogía de *“Cincuenta Sombras”* se fulmina de un plumazo los principios básicos del Marketing, ya que se trata de un producto que plagado de estereotipos que muestran

una imagen negativa de la mujer, es capaz de interesar especialmente al público femenino hasta el punto de convertirse en líder en ventas.

A mi juicio, se observa claramente como un producto debe satisfacer una “necesidad”, la cual en principio debemos entenderla como necesidad positiva (beneficio para el consumidor), ahora bien ¿se puede satisfacer una necesidad negativa? En el caso de Cincuenta Sombras así es, pero ¿por qué? Posiblemente una explicación *grosso modo* sería precisamente porque se centra más en satisfacer deseos que necesidades. Para entenderlo más exactamente, es como si presentáramos en el mercado un coche sin motor o sin cinturones de seguridad, y éste se convirtiera en líder de ventas, pues en mi opinión, esa es la misma paradoja que se produce con la trilogía.

En esta línea de investigación sería interesante por tanto, analizar las variables y acciones de marketing en cuanto a comportamiento del consumidor que intervienen para que este hecho en principio contradictorio se produzca.

Para concluir, me gustaría establecer como ejemplo de eliminación de estereotipos en las historias románticas, el grato giro que se ha producido en una de las producciones de la “todopoderosa Disney”. En su película “*Maléfica*” (2014)¹⁷, podemos apreciar como se ha optado por presentar una versión alternativa de la historia del cuento de “*La Bella durmiente*” el clásico de 1959. En su versión original se presentaba a Maléfica como un icono femenino de la maldad y al príncipe como el icono masculino que salvaba a la princesa de su sueño profundo. Sin embargo en la nueva versión apreciamos que Maléfica no solo deja de ser la culpable de la historia, asumiendo ese rol el rey, si no que el príncipe abandona su supremacía histórica de salvador de las diversas princesas. Así, en una agradable sorpresa, podemos comprobar que Maléfica se convierte en la protagonista de la historia, se da una explicación del porqué de su comportamiento “*malvado*” y además es presentada como la superheroína de la historia, al ser ella la que proporciona a la princesa el “*beso de amor verdadero*”, un beso de amor verdadero de mujer a mujer..... (Ver figuras de 75 a 78) para hacerla despertar de su sueño eterno, fruto del hechizo que ella misma había conjurado a raíz de una traición de amor realizada por el rey.

¹⁷ Maléfica (2014). Película Disney. USA. Dirección: Robert Stromberg.

Figuras 75 a 78: Imágenes de la Película “Maléfica”



Fuente: Disney

► 14.- RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

Alet, J. y Vilaginés, J. (2000). *Marketing Relacional. Cómo Obtener Clientes Leales y Rentables*, 2ª Ed., Ed. Gestión 2000. Barcelona.

Arriaga, M. (2012) *Internet y la Igualdad de género. Riesgos y posibilidades para los derechos de las mujeres en la Era de Internet*. Curso de verano de la Universidad Pablo de Olavide (UPO) Junio 2012.

Amarillo, N. (2013). *Cuando la memoria olvida*. Terciopelo. Barcelona.

Amarillo, N. (2014). *Atrévete a quererme*. Terciopelo. Barcelona.

Austen, J. (2009). *Orgullo y prejuicio*. Alba Editorial. Barcelona.

Berry, L. L. (1983) *Relationship Marketing. Emerging Perspectives in Services Marketing*. Chicago. American Marketing Association.

Chumpitaz-Cáceres, R. y Papparoidamis, N.G. (2007): Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment, and Business-to-Business Loyalty, *European Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 7/8, pp. 836-867.

Clark, A (1994) The Politics of Seduction in English Popular Culture: 1748-1848 en *Connotations* Vol. 4.1-2 Pp 44-66. Disponible en <http://www.connotations.uni-tuebingen.de/fitzpatrick00412.htm>

Costa, J. (2013). *Los 5 pilares del branding: anatomía de la marca*. CPC Editor. Barcelona.

De Cominges, J. (2012), Una Cenicienta porno para marujas. *Revista Qué leer*, nº 179, p. 4.

de la Rosa, J. (2010). *Tú puedes escribir una novela romántica*. Autopublicación Tagus. Sevilla.

de la Rosa, J. (2014). *Perspectiva de la Novela Romántica 2015... ¿hacia dónde vamos?* Disponible en <http://docerazones.blogspot.com.es/2014/08/perspectiva-de-la-novela-romantica-2015.html?m=1>

Elogia. (2013) *I Estudio anual eCommerce IAB Spain*. Disponible en http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/06/I_estudio_ecommerce.pdf

Esteban, M. (2014). *Detrás del cristal*. Vergara (Ediciones B). Barcelona.

- Federación de Gremios de Editores de España (2013). *Hábitos De Lectura y Compra de Libros en España 2012*. Publicado por la Dirección General de Política e Industrias Culturales del Libro. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Fielding, H (2003). *El diario de Bridget Jones*. Editorial DeBolsillo. Barcelona.
- Gallagher, M. (1988): "La mujer y la TV en Europa", *Cuadernos de Mujeres de Europa*, Nº 28, Bruselas.
- Garwood, J (2004). *El Rescate*. Editorial Byblos. Uruguay.
- Glick, P. y Fiske, S. (1996). The ambivalent sexism inventory: differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, n. 70, Pp 491-512.
- Gobierno de España. *Real Decreto Legislativo 1/1996*, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. Disponible en http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/BOCG/A/BOCG-10-A-81-1.PDF
- James, E.L. (2012). *Cincuenta sombras de Grey*. Grijalbo. Barcelona.
- James, E.L. (2012). *Cincuenta sombras más oscuras*. Grijalbo. Barcelona.
- James, E.L. (2012). *Cincuenta sombras liberadas*. Grijalbo. Barcelona.
- Kleypas, L. (2011). *Donde empiezan los sueños*. Zeta Bolsillo.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall. Madrid.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. Londres, Allen and Unwin.
- Mattelart, A y Mattelart, M (1997) *Historia de las teorías de la comunicació*. Editorial Paidós. Barcelona.
- Mañana, C. (2012), Receta para cocinar un best-seller porno, *El País*, 11 de septiembre de 2012. Disponible en http://cultura.elpais.com/cultura/2012/09/11/actualidad/1347375169_659538.html
- Maxwell, M. (2011). *Las ranas también se enamoran*. Editorial Versatil. Barcelona.
- Maxwell, M. (2012). *Pídeme lo que quieras*. Esencia. Barcelona.
- Maxwell, M. (2013a). *Pídeme lo que quieras, ahora y siempre*. Esencia. Barcelona.
- Maxwell, M. (2013b). *Pídeme lo que quieras o déjame*. Esencia. Barcelona.
- Maxwell, M. (2013c). *Sorpréndeme*. Planeta. Barcelona.
- Maxwell, M. (2013d). *Ni lo sueñes*. Editorial Versátil. Barcelona.
- Morresi, Z. (1997). *Reflexiones sobre posibles estrategias metodológicas para el análisis de la novela rosa. El caso de la producción de Corín Tellado*. Disponible en http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Reflexiones-sobre-posibles-estrategias-metodologicas-para-el-analisis-de-la-novela-rosa_A1a.pdf

Observatorio de la Lectura y el Libro (2011). *2010: la expansión de los dispositivos portátiles y portables*. Observatorio de la Lectura y el Libro. Madrid. Disponible en http://www.mcu.es/libro/docs/MC/CD/Ebook_2010.pdf

Ortega, J. J. (2014). *La modalidad paratextual (II): teorías y aplicaciones narratológicas en el superventas Cincuenta Sombras de Grey*. Disponible en <http://www.ual.es/revistas/PhilUr/pdf/PhilUr10.5.SanchezOrtega.pdf>

Quinn, J. (2009). *El vizconde que me amó*. Books4pocket. Barcelona.

Qurialte, Y. (2013). *Adoro a Mauro*. Editorial Divalentis. Castellón.

Ramos, M. (2014). *De rodillas*. Esencia. Barcelona.

Rivera de la Cruz, M. (2012). *Más allá de las sombras (de Grey)*. Mercurio. Madrid. nº 146.

Rivero, J. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular*. Editorial Legasa. Buenos Aires.

Samoilovich, D. (1972). *Teleteatro, radioteatro y fotonovelas: el género rosa*. CEDAL; Buenos Aires.

Sánchez Ortega, J. J. (2014). La Modalidad Paratextual (II): Teorías y Aplicaciones Narratológicas en el Superventas Cincuenta Sombras de Grey. *Philologica Urcitana. Revista Semestral de Iniciación a la Investigación en Filología*. Vol. 10. Pp 119-130. Universidad de Almería. Disponible en <http://www.ual.es/revistas/PhilUr/pdf/PhilUr10.5.SanchezOrtega.pdf>

Serra, F. (2013). *Las buenas chicas no leen novelas*. Ediciones Península. Barcelona.

Temps, C. (2014). La evolución de las portadas románticas. *Ponencia en el III Congreso de Literatura Romántica Ciudad A Coruña* (4 y 5 julio 2014).

PÁGINAS WEB

<http://www.cincuentasombras.com/>

<http://www.malenkamos.com>

<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/libro/mc/observatoriolect/redirect/presentacion.html>

<http://agenciaisbn.es/web/index.php>

<http://www.marketingdirecto.com/>

<http://www.puromarketing.com/>

<http://www.oepm.es/es/index.html>

<http://sitadex.oepm.es/Localizador/homeLocalizador.jsp>

<http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/DatosEstadisticos.asp>

<http://www.escriberomantica.com/2012/11/estereotipos-en-la-novela-romantica.html>

<http://laeternidad.wordpress.com/2008/09/20/el-libertino-la-virgen-y-la-puta-o-personajes-prototipicos-de-las-novelas-romanticas/>

<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-filologa-crea-novela-romantica-estereotipo-sociedad-absolutamente-patriarcal-20120627174729.html>

<http://blogdeladymarian.blogspot.com.es/2009/10/fabio-lanzoni-que-hombre-ridiculo.html>

<http://www.escriberomantica.com/2013/05/como-y-quienes-disenan-las-portadas-de.html>

<http://www.chriscocozza.com/>

<http://www.rnovelaromantica.com/index.php/articulos-y-noticias/todos-los-articulos/item/sabias-que-historia-de-un-genero-2>

<http://www.eluniversal.com.mx/notas/765567.html>

<http://www.lne.es/sociedad-cultura/2011/05/19/corin-tellado-exito-glamour-perspectiva/1076974.html>

<http://alo.co/content/presentan-tesis-doctoral-sobre-corin-tellado>

<http://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/12734>

http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Reflexiones-sobre-posibles-estrategias-metodologicas-para-el-analisis-de-la-novela-rosa_A1a.pdf

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/dominical/megan-maxwell-libro-mucho-mas-fuerte-que-cincuenta-sombras-grey-2454471>

<http://busqueda.libros.fnac.es/n2439/Novela-romantica/Libros-mas-vendidos-Romantica>

<http://busqueda.libros.fnac.es/n16746/Novela-romantica/Megan-Maxwell>

<http://www.casadellibro.com/libros-mas-vendidos/20>

<http://www.casadellibro.com/libros-ebooks/maxwell-megan/158151>

<http://computerhoy.com/listas/tablets/20-libros-mas-vendidos-2013-itunes-8101>

http://www.top10listas.com/2014/01/top-10-libros-de-ficcion-mas-vendidos_13.html

<http://ocio.elcorteingles.es/libros/lo-mas-vendido-en-libros>

<http://www.marketingdirecto.com/especiales/recopilatorios-2013-tendencias-2014/pou-y-candy-crush-saga-arrasan-en-descargas-en-itunes-este-2013/>

<http://debderrochamkt.blogspot.com.es/2012/02/megan-maxwell.html>

<http://nevillescu.com/2013/01/25/francesca-serra-el-exito-de-50-sombras-de-grey-es-la-consecuencia-extrema-de-la-lectora-mercantilizada-entrevista/>

http://books.google.es/books?id=eJAW6BSzC50C&pg=PT1&hl=es&source=gbs_select_ed_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

http://cultura.elpais.com/cultura/2013/02/12/actualidad/1360687460_625268.html

<http://launiversalradio.com/?p=29434>

<http://www.elcomercio.es/20130128/mas-actualidad/cultura/muere-joven-anos-emulando-201301281536.html>

<http://cafedelosaboresbibliofilos.blogspot.com.es/2013/02/todas-las-mujeres-somos-pornolectoras.html>

<http://iberoamerica.net/espana/prensa-generalista/elmundo.es/20130205/noticia.html?id=5v6P0Ey>

<http://www.elmundo.es/yodona/2013/02/05/actualidad/1360062718.html>

<http://leereluniverso.blogspot.com.es/2013/06/prensa-cultural-sobre-las-buenas-chicas.html>

<http://www.tiempodehoy.com/sociedad/el-boom-de-la-novela-erotica>

<http://consejosamor.about.com/od/Librospareja/fr/50-Sombras-De-Grey-De-E-L-James.htm>

<http://www.lavanguardia.com/vida/20121113/54355151120/divorcio-cincuenta-sombras-de-grey.html>

<http://www.diariocritico.com/ocio/cine/trailer/50-sombras-de-grey/460164>

<http://www.musikaze.com/eu/musika/musikaldiak/albistea.php?cod=997&ntc=15020&edc=1005>

<http://ocio.levante-emv.com/cine/noticias/nws-327770-el-trailer-50-sombras-grey-ya-mas-visto-ano.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=kGRhWIwENv0>

<https://www.youtube.com/watch?v=fN6uFCkl3KY>

<http://www.youtube.com/watch?v=9G7oSGWHSVc&feature=youtu.be>

<https://www.facebook.com/cinquantenuancesdegrey.lefilm>

<https://twitter.com/search?q=%23CinquanteNuances>

<http://www.forbes.com/pictures/eeji45eiffk/e-l-james-95-million/>

<http://descargasepubgratis.com/tag/megan-maxwell/>

<http://www.freelibros.org/tag/megan-maxwell>

<http://lamardelibros.wordpress.com/2012/11/05/el-futuro-del-libro-y-de-las-bibliotecas-en-el-nuevo-entorno-digital/>

<http://zmart.co/tag/ebook/page/2?print=print-page>

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/07/12/actualidad/1342105230_126546.html

http://www.elcultural.es/version_papel/LETRAS/34040/El_libro_electronico_al_ralenti

<http://www.gacemail.com.ar/notas.php?idnota=17208>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/la-trilogia-cincuenta-sombras-de-la-que-habla-todo-el-mundo-lider-absoluto-en-ventas-este-verano/>

<http://blogues.radio-canada.ca/originel/2013/11/15/cinquante-nuances-de-grey-le-succes-commercial-dun-conte-de-fees-2/>

<http://wondercom.info/article-les-5-techniques-du-succes-de-50-nuances-de-grey-115312916.html>

<http://www.lefigaro.fr/cinema/2014/01/27/03002-20140127ARTFIG00541--50-nuances-de-grey-une-premiere-affiche-elliptique.php>

<http://cpibooks.com/france/innovation/etudes-de-cas/cinquante-nuances-de-grey/>

<http://www4.fnac.com/Jeu-50-Nuances-de-Grey-IMC-Toys/a6498521/w-4>

<http://www.forbes.com/pictures/eeji45eiffk/e-l-james-95-million/>

<http://www.lefigaro.fr/mon-figaro/2014/03/20/10001-20140320ARTFIG00327-les-auteurs-de-best-sellers-mieux-payes-que-les-stars-du-sport.php>

http://www.lepoint.fr/culture/50-nuances-de-grey-l-auteur-le-mieux-payé-au-monde-est-une-femme-13-08-2013-1713736_3.php

<http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1081147029005/marketing-influencia-debe-hacer.1.html>

<http://www.artycocom.com/blog/marketing-de-influencia/>

<http://www.lavanguardia.com/libros/20120928/54351961387/topicos-cincuenta-sombras-grey.html>

<http://poesiamas.net/blog/2012/08/cincuenta-sombras-de-grey-la-no-resena/>

http://www.eldiario.es/economia/News-Corp-romanticos-Harlequin-millones_0_255824757.html

<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/04/08/cultura/1239204311.html>

http://www.elconfidencial.com/cultura/2014-05-13/murdoch-nuevo-rey-de-la-novela-romantica_129222/

http://www.elconfidencial.com/cultura/2013-10-03/la-subida-del-iva-ralentiza-el-boom-del-libro-electronico_35888/

<http://zmart.co/2013/05/20/ha-puesto-moda-ebook-novela-romantica/#>

<http://www.elmundo.es/cultura/2014/02/05/52f24d3fe2704e381e8b457a.html>

http://www.ehowenespanol.com/estilos-literatura-romantica-info_315220/

<http://www.pandora-magazine.com/literatura/llamame-x-la-literatura-y-los-seudonimos/>

<http://guialiteraria.blogspot.com.es/2011/11/seudonimos-de-escritores.html>

<http://www.perdidasentrepaginas.com/2012/08/dilemas-universales-11-seudonimos.html>

<http://www.puromarketing.com/29/19535/sobre-marca-personal-proteccion.html>

<http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1081147029005/marketing-influencia-debe-hacer.1.html>

<http://www.marketingnews.es/bienes-duraderos/noticia/1080677028105/promocionar-libro-twitter-traves-dos-influencers.1.html>

http://www.elpais.com/elpaismedia/ultimahora/media/201112/06/cultura/20111206elpepucul_1_Pes_PDF.pdf

<http://descargasepubgratis.com/tag/megan-maxwell/>

<http://www.freelibros.org/tag/megan-maxwell>

<http://www.zoomnews.es/230071/letras-y-tretas/joder-novela-romantica-y-disculpen-juego-palabras>

<http://libroyautor.blogspot.com.es/2013/02/los-mas-vendidos-de-2012-millennium-gana.html>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/en-espana-el-e-commerce-crecera-un-18-anual-hasta-2017/>

<http://www.amazonstrategies.com/2010/11/a-deep-dive-into-amazons-q3-2010-results-peeling-the-onion-on-monster-growth.html>



AGRADECIMIENTOS:

- Expresar mi más sincero agradecimiento a las escritoras y escritores que desinteresadamente han aceptado participar, y sin cuya valiosa colaboración no hubiese sido posible la realización de la presente investigación.
- Expresar también mi cordial agradecimiento a mi tutora de TFM Juana Márquez, por su saber hacer y su paciencia...

¡¡ Un Millón de Gracias !! ^^.