

EL *BLOCKBUSTER* COMO GÉNERO ANALÓGICO. *PACIFIC RIM* Y LA AMBIGÜEDAD DEL GUSTO *TRASH*

THE *BLOCKBUSTER* FILM AS AN ANALOGIC GENRE. *PACIFIC RIM* AND THE AMBIGUITY OF «*TRASH*» TASTE

Laro del Río Castañeda
Universidad de Oviedo

ABSTRACT

Blockbuster films have usually been defined by their economic success. However, we, as citizens nurtured and socialized in the contemporary Western world, are able to distinguish which kind of film is (or might become) a blockbuster without knowing how many millions of dollars it has made nor how many spectators have watched it. Thus, box office receipts cannot be in the center of blockbusters' definition. In this paper, we aim to inquire into the specificities of this genre and rethink two concepts that have been used to research in mass culture through reception theory: Umberto Eco's *kitsch* and Eloy Fernández Porta's *trash*. Taking this into account, our main goal will be to outline the unique way blockbuster logic has crystalized into an analogic genre that goes beyond—and does not exactly match with—the classical well-known taxonomies accepted by film theory.

Key words: Blockbuster; genre theory; literary theory; film theory; *kitsch*; *trash*.



RESUMEN

Las películas *blockbuster* son definidas, habitualmente, por su éxito económico. Sin embargo, nosotros, en la medida en que hemos crecido y participado en la sociedad occidental contemporánea, somos capaces de distinguir qué película es (o puede llegar a ser) un *blockbuster* sin necesidad de saber la cantidad de dólares que ha ganado ni la cantidad de espectadores que la han visto. Podemos decir, así, que resulta imposible colocar la taquilla en el centro de la definición del *blockbuster*. En el presente artículo, intentaremos profundizar en las especificidades de este género y repensar dos conceptos que han sido empleados para investigar la cultura de masas desde las perspectivas de las teorías de la recepción: las nociones *kitsch* (Eco) y *trash* (Fernández Porta). Nuestro objetivo será esbozar la particular manera en que la lógica del *blockbuster* se ha cristalizado en un género analógico que va más allá de —y no casa exactamente con— las taxonomías clásicas aceptadas por la teoría fílmica.

Palabras clave: *Blockbuster*; teoría de géneros; teoría literaria; teoría fílmica; *kitsch*; *trash*.

Fecha de recepción: 2 de diciembre de 2020.

Fecha de aceptación: 19 de diciembre de 2020.

Cómo citar: Río Castañedo, Laro del (2020): «El *blockbuster* como género analógico. *Pacific Rim* y la ambigüedad del gusto *trash*», en *Actio Nova: Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, Monográfico 4: 214-235.

DOI: <https://doi.org/10.15366/actionova2020.m4.010>

1. PRAGMÁTICA Y *BLOCKBUSTER*: UN ESTUDIO DE LA LÓGICA DE GÉNEROS ANALÓGICA

El diccionario en línea de Cambridge define *blockbuster* como ‘a book or a film that is very successful’. El de Oxford matiza un poco más: ‘A thing of great power or size, in particular a film, book, or other product that is a great commercial success’. Y el de Collins distingue tres acepciones entre las que se incluye su origen etimológico, un tecnicismo bélico de los años cuarenta:

1. ‘a large bomb used to demolish extensive areas or strengthened targets’.
2. ‘a very successful, effective, or forceful person, thing, etc’.
3. ‘a lavish film, show, novel, etc, that proves to be an outstanding popular success’.

Lo cierto es que la palabra *blockbuster* es habitual hoy en día, también en español¹. Que la tercera acepción que propone el Collins sea empleada en nuestra lengua con cierta frecuencia permite presuponer que resulta operativa a la hora de describir (de agrupar bajo unas propiedades comunes) cierto tipo concreto de películas. En sus usos castellanos suele hacer referencia a una obra —por lo general, cinematográfica— de éxito, es decir, que ha dejado dinero en taquilla y que ha sido vista por una ingente cantidad de espectadores. Una suerte de *best-seller* audiovisual, podría decirse.

Esta definición es utilizada como recurso de *marketing*. Por ejemplo, la cadena de televisión Cuatro, del grupo Mediaset, ha empleado el marbete de *blockbuster* para dar nombre a un espacio televisivo: la franja del viernes noche en la que se emiten películas como *Los cuatro fantásticos*, *El corredor del laberinto: Las pruebas* o *La gran estafa americana*, por citar tres ejemplos cualesquiera. Y es que el éxito atrae más éxito, y el hecho de que una película haya obtenido grandes números en taquilla —y en caja— supone un aliciente para el resto de espectadores, que elevan la audiencia y participan de la retroalimentación propia del *trending topic*. *Vox populi, vox Dei*.

Lo interesante de todo esto es, en realidad, que Cuatro no se sirve (mejor dicho: no se sirve solamente) de criterios relativos a la recaudación, el tiempo en salas de cine o el número de espectadores para incluir o no determinadas películas en el espacio «El *blockbuster*». Hay otras características que permiten que una película pueda o no ser emitida un viernes después del informativo, en horario de *prime time* español. Y creo que los televidentes

¹ Para una historia del término, puede verse Acland (2013).

acostumbrados a la producción cultural occidental somos capaces de intuir cuáles son: podemos imaginarnos un arquetipo de *blockbuster* o de reconocerlo en el tráiler, los anuncios o el cartel promocional de una cinta que todavía no se haya siquiera estrenado. Reconocemos un *blockbuster* antes de que se convierta en un éxito de público.

¿Cómo superamos, entonces, esta aparente paradoja? ¿A qué se debe el desvío lingüístico entre lo que teóricamente entendíamos —según los diccionarios— y lo que efectivamente entendemos por *blockbuster*, que no tiene que ver con los datos de taquilla? ¿Y qué supone esto desde el punto de vista del espectador?

La lingüística cognitiva, la hermenéutica y los estudios de géneros artísticos nos ofrecen algunas herramientas para comprender este fenómeno, lo que asimismo nos permite ahondar en el estudio de las convenciones del cine contemporáneo, el llamado arte de masas y algunas estrategias que el mercado capitalista (especialmente el estadounidense) promueve en la producción y recepción cultural. Cada una desde una perspectiva particular (la palabra y la psicología, la tradición y la historia, el género y los usos de la literatura), plantean tres aproximaciones que, aunadas, forman lo que a mis ojos es una explicación coherente de este fenómeno.

Según George Lakoff y Mark Johnson, «los conceptos [...] emergen de nuestras interacciones con el mundo» (2009: 161), se configuran en el cruce entre la experiencia del individuo y la realidad empírica. Son, por tanto, constructos subjetivos que no tienen correspondencia con el mundo sensible. Para nuestro estudio del *blockbuster* es importante anotar que *no* categorizamos atendiendo al «conjunto de propiedades inherentes que poseen las entidades que pertenecen a la categoría en cuestión», sino que lo hacemos en torno a prototipos. Y esos prototipos, que Lakoff y Johnson reelaboran partiendo de las propuestas del segundo Wittgenstein (2009) y de Rosch (1978), mantienen relaciones diversas con aquellos entes físicos que pueden o no ser incluidos dentro de la categoría, que es relativamente abierta².

A esto se suma el concepto hermenéutico de *horizonte de expectativas*, que implica la existencia de unos prejuicios en todo lector o espectador. Estos entran en juego a la hora de leer o ver una obra, y lo predisponen a un tipo de recepción particular (una serie de rasgos temático-formales esperados, de verosimilitud, de objetivo comunicativo, etcétera). Para

² De ahí que este término, *blockbuster*, se emplee para exposiciones de arte (Ott, 2008), literatura (Ramet, 1993), videojuegos (Loriguillo-López; Sorolla-Romero, 2015), televisión (Hoffer; Nelson, 1978) o incluso productos farmacéuticos (Ugalde; Homedes, 2015). Y que pueda adjetivarse con términos en apariencia tan poco adecuados como «calculado», «pensado» o especialmente «fracasado» (por ejemplo en Hastie, 2014).

Jauss (2013), además, en cada momento histórico imperan ciertos horizontes de expectativas unitarios, lo que explicaría la existencia de los géneros —literarios, audiovisuales...— tanto en un plano textual como en un plano receptivo: se crean obras que, formalmente, puedan dialogar con esos horizontes, y estas se interpretan, pragmáticamente, a partir de dicho diálogo. Y es que esos géneros al final no son sino, en línea con las hipótesis expuestas, un modelo prototípico, subjetivo e ideal, que no termina de encajar con la prescripción presuntamente objetivista y (de)limitadora de las definiciones de un diccionario.

Los investigadores de teoría de géneros han propuesto algunas vías paralelas a la tradición formalista que nos serán útiles para entender el fenómeno *blockbuster*. Concretamente, aquí continuaremos las tesis de Jean-Marie Schaeffer: desde un régimen lectorial de la genericidad³, estudiaremos una clase analógica, esto es, un grupo de obras que presentan una serie de similitudes *causalmente indeterminadas*. En ellas se incluyen tanto rasgos textuales como índices de otro tipo (paratextuales, contextuales...) y, como es lógico, motivarán un tipo de lectura particular en cada situación según el individuo receptor, la tradición conocida por él o sus experiencias pasadas con obras catalogables dentro de ese género. Hay que aclarar que las clases analógicas

hacen abstracción de la variabilidad de los contextos porque son principio de juego lectoriales [...]. Incluso cuando una clase analógica se superpone parcialmente a una clase de convenciones tradicionales o a convenciones reguladoras (como sucede muy a menudo), esta superposición se neutraliza metodológicamente, ya que el mismo principio de formación de la clase analógica pone entre paréntesis la genericidad autorial. (Schaeffer, 2006: 125)

En otras palabras: no nos interesa señalar las características intrínsecas (y delimitadoras con respecto a otros géneros) del *blockbuster*, que no existen; ni tampoco encontrar lazos hipertextuales con obras de la tradición que continúa, imita, modula o rompe. El *blockbuster* no sigue reglas prescriptivas impuestas desde la Academia, ya que no es un género definible con precisión sobre el que —*a priori*— se construya una obra, sino una respuesta categorizadora del lector a ciertas semejanzas que indirectamente ha encontrado —*a posteriori*— en algunas obras⁴. El objetivo de este artículo es, por tanto, intuir qué prototipo ideal despierta el *blockbuster* en el espectador contemporáneo.

³ Que, «antes de dar respuesta a un deseo clasificatorio, está presente en todo acto de recepción, en tanto que toda recepción implica una interpretación y que ésta no puede hacerse fuera de un horizonte genérico» (Schaeffer, 2006: 104).

⁴ Aunque es evidente que las grandes productoras están interesadas en conseguir películas que les consigan beneficios, es difícil considerar que lo que se busca sea un diálogo con la tradición, sino repetir ciertas estrategias que resultaron efectivas en otras películas. Un contraejemplo podría ser la proliferación de sagas, pero la

2. ¿UN *BEST-SELLER* DE CELULOIDE? SOBRE LA CULTURA DE MASAS

De manera intuitiva, podría pensarse que el *blockbuster* es un *best-seller* audiovisual. Es evidente que ambos géneros analógicos se incluyen en la llamada cultura de masas, propia de la sociedad capitalista en que vivimos: se definen por vender mucho (ya sean ejemplares o entradas).

Viñas Piquer (2009) ha señalado las características del *best-seller*. Sintetizaremos su propuesta de este modo: el *best-seller* se particulariza por invitar a una lectura de ocio o disfrute, que atrapa durante un tiempo (sin dejar de ser «útil», pues sirve como tema de conversación en sociedad), con cierto tono informativo (en especial en torno a cuestiones históricas, lo que le aporta una sensación de aparente aprendizaje para el receptor), un desenlace conclusivo o cerrado y una trama interesante, con héroes ejemplares, tensión de herencia gótica, exotismo fantástico, suspense, aventuras, acción, erotismo y sentimentalismo⁵. Estas propiedades no se agrupan nunca condensadas en una sola obra. Lo que Viñas Piquer señala son las recurrencias que están presentes en los *best-sellers* y que, además, forman parte del imaginario social de qué es un *best-seller*, del prototipo que todo lector occidental tiene en la cabeza cuando escucha el término, cuando abre una novela incluida en la lista de las más vendidas y cuando intenta interpretarla.

Se pone así de manifiesto toda una lógica de funcionamiento del género *best-seller*. Al hacerla consciente y especificarla, es posible buscar sus estructuras, recursos y efectos en obras que no *pertenecen* exactamente al género, pero sí *participan* de él. No obstante, tal vez esta propuesta se excede en amplitud de foco. Cabría pensar que su objeto de estudio responde —más que a un género analógico— a toda una manera de leer: a un gusto popular⁶. De ahí que parezca posible tomar algunas de las características que señala y, tras extraer otros

existencia cada vez más común de los *reboots* (el origen del superhéroe Spiderman ha sido narrado en la gran pantalla en 2002, en 2012 y en 2017, sin apenas cambios argumentales ni estéticos) parece indicar que es más importante repetir elementos exitosos que establecer genealogías.

⁵ En la lógica del consumismo, «la búsqueda de un gran público implica la búsqueda de un denominador común. Una revista como *Paris-Match* o *Life* tiende sistemáticamente al eclecticismo: en un mismo número hay espiritualidad y erotismo, religión, deporte, humor, política, pasatiempos, cine, viajes, exploraciones, arte y vida privada de vedettes o princesas, etc. Por otra parte, las películas *standard* tienden igualmente a ofrecer amor, acción, humor y erotismo en dosis variables; mezclan un contenido viril (agresivo) con otro femenino (sentimental), mezclan un tema juvenil con un tema para adultos» (Morin, 1966: 45-46).

⁶ Un gusto no universalizable, sino moldeado por la sociedad del momento, la sociedad de consumo, vaya: «La “subjetividad” de los consumidores está hecha de elecciones de consumo, elecciones tanto del sujeto como de potenciales compradores del sujeto en cuestión: su descripción se parece a una lista del supermercado» (Bauman, 2007: 29).

rasgos precisos de un corpus menor, formular géneros analógicos más limitados. Estos resultarán menos abstractos, es decir, presentarán mayor codificación e incluirán un número de obras no tan grande, pero también condicionarán un horizonte de expectativas bastante más significativo en la recepción⁷.

¿Nos son útiles sus características en el estudio del *blockbuster*? Si bien el *blockbuster* y el *best-seller* coinciden en su posición en el campo artístico, no todos los rasgos enumerados por Viñas Piquer corresponden al prototipo del *blockbuster*, o al menos no con el mismo grado de importancia. Por ejemplo, un *best-seller* puede relatar una historia de época y buscar sentimentalismo y erotismo, algo impensable en un *blockbuster*.

Creo que esto se debe a tres razones. La primera es que el *blockbuster* se asemeja más a uno de esos subgéneros «más limitados» que proponíamos en la anterior nota al pie: dentro del verdadero *best-seller* fílmico, es decir, la película taquillera, el *blockbuster* estaría al lado (es decir: en otro espacio, diferenciado) de las sagas fantásticas-juveniles, las dramedias románticas y sentimentales, los éxitos de cine histórico, el cine Disney-Pixar de animación...⁸

La segunda razón es que el *blockbuster* depende en gran medida del contexto técnico de su época, por lo que a lo largo de las últimas décadas sus características formales han variado notablemente. Un *blockbuster* rodado en los ochenta no podría ser leído como tal en la actualidad: si se estrenase hoy, *Tiburón*, señalado por muchos como el primer *blockbuster* de la historia del cine, no dejaría de ser considerado por el espectador medio como un filme de serie B. En el ámbito de la literatura no encontramos esta caducidad acelerada.

La tercera razón recae en el prestigio de cada arte. Debido a la larga y compleja tradición que tiene, al cierto elitismo que presupone (es necesario que el receptor sepa leer y tenga suficientes horas libres para dedicarse a ello) y a su posición asentada en la Academia, la literatura acostumbra a ser mejor considerada que el audiovisual. Hay quien defiende que es un arte más importante, más denso, más expresivo, *mejor*. Por tanto, podría pensarse que el cine taquillero sufre el peso del prejuicio elitista en menor medida que el *best-seller*. Mientras que un lector de novelas tal vez puede «justificar» su ocio con la idea de estar ante un arte milenario e importante (y así las novelas necesitan, en cierta medida, responder a esa

⁷ Las expectativas genéricas de las que se sirve una novela como *Harry Potter* son muy distintas de las de *The Pillars of the Earth* o *La casa de los espíritus*. Podemos improvisar, por tanto, algunas subcategorías que necesitarían ser analizadas en profundidad para comprender al máximo el proceso de recepción del *best-seller*: el fantástico-juvenil, el histórico, el neomagicorrealista, el enfocado al público femenino, el erótico...

⁸ Más adelante problematizaremos estas distinciones pues, pese a que no son lo mismo, en muchas ocasiones se entremezclan. Pensar en categorías estancas no se adecuaría a la realidad del cine popular ni a la perspectiva wittgensteiniana que hemos tomado.

justificación cultural incluyendo rasgos que doten de prestigio y «calidad» a la obra, según hemos señalado), el espectador de *blockbusters* se acerca tranquilamente al cine y, cubo de palomitas en mano, disfruta de (ese sintagma tan connotado:) puro entretenimiento.

3. EL CINE PALOMITERO HOY: UNA PROPUESTA DEL PROTOTIPO ACTUAL

Conocidos el lugar que ocupa el audiovisual en nuestra sociedad y su similitud parcial con el *best-seller* (cuyos rasgos no hemos de perder de vista), pasemos a describir el *blockbuster* prototípico. Como se deduce de la perspectiva de este estudio, ese arquetipo es una construcción ideal, inexistente en tanto que ejemplar concreto, que aspira a reflejar la imagen que la mayor parte de los espectadores de nuestra sociedad puede tener del *blockbuster*, de manera consciente o inconsciente.

De primeras, proponemos tres características que definen la «esencia» del *blockbuster* encuadrándolo dentro de la cultura de masas: el entretenimiento, la popularidad y la espectacularidad⁹. Profundicemos en cada una de ellas por separado y veamos cómo se relacionan entre sí.

El primer rasgo es quizá el más evidente: estamos hablando de un género que no tiene que invitar a la interpretación sesuda¹⁰. Es un cine para el ocio y la fruición, un cine que ofrece ficción evasiva, y en ese sentido parece coincidir con el *best-seller* en algunas características que antes enumerábamos, como la tensión, el exotismo o la aventura. Será, pues, un cine ágil y estructuralmente cerrado, de fácil lectura, que no extrañe ni exija demasiada participación del espectador. Su modo de representación (como diría Noël Burch) seguirá la tradición canónica de la industria del entretenimiento¹¹. Tendrá ritmo, personajes carismáticos, simples y maniqueos, pero con algún pequeño arco dramático que permita el avance de la trama. Y resultará inevitable cerrar el filme con un final feliz. En ese mundo de

⁹ Por límites de espacio, no podemos ahondar en las cuestiones relacionadas con los paratextos y el contexto, que, por otra parte, han sido los aspectos más estudiados del *blockbuster*. Para dos historias comerciales del *blockbuster* véanse el primer capítulo de Buckland (2006: 7-28) y el libro de Hall y Neale (2010).

¹⁰ Lo que no significa que no pueda interpretarse o que no pueda presentar subtextos. De los tres «modos de lectura» que, siguiendo a Leenhardt y Jósza, enumera Sarlo (1985: 86), han de primar la lectura «factual o fenoménica», seguir los hechos y las peripecias, y la lectura «identificativo-emocional», según las relaciones que el receptor establece con los personajes.

¹¹ De hecho, retoma la línea del cine clásico de Hollywood que Burch (1995) configura en torno al Modo de Representación Institucional y que autores como Bordwell (Bordwell; Janet; Kristin, 1997) han estudiado en profundidad.

buenos y malos, la superación de los problemas lleva al héroe a la victoria; y, posiblemente, a una relación de pareja con la atractiva mujer coprotagonista, con lo que se aliviarían las dos tensiones en torno a las que se ha construido la narración del filme.

De ello se infiere que los *blockbusters* repiten esquemas y arquetipos, pues «una historia bien trabada, sea cual sea, por mucho que repita mecanismos ya conocidos y que los utilice sin motivo aparente, proporciona siempre el placer de la narratividad» (Eco, 1998: 24). De hecho, casi siempre siguen la propuesta aristotélica —en su vertiente con *happy ending* por «motivos comerciales» (Eco, 1998: 89)—, imitando una y otra vez la misma estructura. Tal reiteración favorece el reconocimiento que tanto gusta en el arte de masas: se obtiene lo que se espera, el placer catártico, gracias a una experiencia conocida por todos (no elitista) y que, al respetar las expectativas, no requiere demasiado esfuerzo para ser entendida. Al final, el espectador se reconcilia consigo mismo. Y de ahí la condición de «popular» para este arte, no tanto por su comprensibilidad como por ofrecer exactamente lo que el público demanda (Eco, 1998: 16-19).

Pero nuestra idea de entretenimiento abarca también largometrajes que no parecen encajar con el género analógico que estudiamos, como las comedias románticas que protagoniza Jennifer Aniston o las películas de animación de Disney-Pixar. ¿Son también *blockbusters*? Comprobémoslo con los otros dos rasgos propuestos: la popularidad y la espectacularidad.

Entenderemos por popularidad aquella intención modelo o implícita de alcanzar a un público amplio. Así, los filmes *blockbuster* aspiran a ser vistos por grupos de población de toda edad, sexo, nivel de estudios, ocupación... Por ello el prototipo no debería tener formato de película de animación, ni tampoco de saga adolescente, dramedia romántica, película de coches y carreras o de superhéroes. Estamos buscando algo más general, que acepte un lector medio sin demasiados factores determinantes, por lo que lo idóneo es evitar aquellos elementos socialmente asociados a un grupo poblacional reducido.

Por su parte, la espectacularidad no tiene que ver con cuestiones textuales (como sí el entretenimiento, que precisa una forma, y la popularidad, que condiciona un contenido), sino con una frontera diacrónica. El *blockbuster* se define por su caducidad: es una cinta de éxito efímero y que se sirve de las innovaciones técnicas de cada momento¹². Es un ejercicio

¹² «La corta vida útil de un producto forma parte de la estrategia de marketing y del cálculo de ganancias, y suele estar predeterminada, prescrita y asimilada en las prácticas de los consumidores que propugnan la apoteosis de lo nuevo (lo de hoy) y la denostación de lo viejo (lo de ayer)» (Bauman, 2007: 36).

de alarde, de efectos especiales y escenas complejas: peleas, desastres naturales, explosiones... Y también de perfeccionamiento realista con el maquillaje más exótico, un sonido lleno de matices que tape el crujir de las palomitas, un realismo sobrecargado¹³. La espectacularidad ha supuesto, por ejemplo, recurrir a efectos digitales para construir toda una secuencia, escenarios y personajes incluidos (pienso en las nuevas sagas de *El planeta de los simios* o *El hobbit*). Por ello, el abuso de CGI (*Computer-Generated Imagery*) tal vez sea la estrategia estilística paradigmática del *blockbuster* de nuestra época.

Así pues, parece que podemos distinguir, al menos, lo que un *blockbuster* no puede ser: ni una película abierta o alejada del modo de representación actualmente institucionalizado (no es cine independiente, por ejemplo); ni una película construida para un público muy delimitado (no es cine de género); ni una película poco sorprendente (no es una comedia tradicional).

Llegados a este punto solo cabe preguntarse: entonces, ¿qué es un *blockbuster*? Las características de este prototipo mental limitan hasta tal punto su condición que parece difícil encontrar obras concretas, existentes, capaces de satisfacerlo en su plenitud. Podría pensarse que los rasgos son incluso contradictorios entre sí, ya que la espectacularidad suele estar ligada a determinados géneros fílmicos con un público ideal bastante arquetipizado y minoritario: el *nerd* fan de los superhéroes o de las películas de monstruos, el chico adolescente de las películas de coches y carreras y mujeres con poca ropa, etcétera¹⁴.

No obstante, es en este cruce entre la idea y la práctica donde surge una cuarta característica que, armonizando espectacularidad y popularidad, eleva la categoría de cualquier película aparentemente «de género» a una película entretenida y palomitera, a un *blockbuster* en toda regla: la ambigüedad. Una ambigüedad que se obtiene mediante lo *kitsch* y lo *trash*.

Comenzamos con la primera noción. Cabe apuntar que no estamos hablando de que los *blockbusters* sean *kitsch*, pues no lo son. Pero sí recurren a estrategias o formas *kitsch*,

¹³ Recordemos que para Barthes la acumulación de elementos sin función descriptiva ni narrativa provoca un efecto de realidad. «Semióticamente, el “detalle concreto” está constituido por la colusión *directa* de un referente y un significante; el significado está expulsado del signo y, con él, por supuesto, la posibilidad de desarrollar una *forma del significado*, es decir, de hecho, la misma estructura narrativa [...]. Esto lo que se podría llamar la *ilusión referencial*» (1987: 218). Creo que en el caso del *blockbuster* esa ilusión referencial simplemente provoca que no se piense «más allá»; es decir, se pierde la noción de artificio (de estar ante una obra susceptible de ser interpretada) a favor del mero disfrute de la película (evasivo, con el espectador sumergido en la ficción y sin distancia estética).

¹⁴ Acerca del desprestigio de los subgéneros de la llamada baja cultura, en concreto la ciencia ficción, puede leerse a Moreno (2010: 3-22).

generando momentos con los que se justifica un objeto de cultura de masas hecho para una consumición rápida, ligera y pasiva. Y en el diálogo entre la baja cultura y la *midcult* es donde se establece el estatuto ambiguo definatorio del *blockbuster*.

Según Eco, lo *kitsch* implica la explotación por la *midcult* de elementos propios de la alta cultura. En vez de buscar la originalidad y el ejercicio vanguardístico, se opta por retomar y banalizar unas estrategias que replican determinadas «medidas de gusto» del público de masas. Hay que pensar que el tópico «no solo funciona, sino que ennoblece. Lleva consigo el hábito del escalofrío estético que, por su fama, lo acompaña» (Eco, 1998: 62). La clave de esa banalización la encontramos en que lo *kitsch* provoca emociones, no las representa. A través del uso de formas convencionalizadas como poéticas, engaña al receptor:

El fragmento reproducido es Kitsch, no sólo porque estimula efectos sentimentales, sino porque tiende continuamente a sugerir la idea de que, gozando de dichos efectos, el lector está perfeccionando una experiencia estética privilegiada. (Eco, 1999: 89)

De este modo, uno sufre el engaño de pensar que es invitado a una «experiencia privilegiada y difícil» (1999: 95) que no corresponde con su propia concepción de lo artístico pero que parece asemejarse a la de la alta cultura (hermetismo, elitismo, profundidad, etcétera). El receptor queda fascinado ante estilemas o contenidos ya digeridos y desgastados (Eco, 1999: 103); pero que en el fondo están citados de manera chusca, pues invitan a una actitud pasiva contraria a la concepción del arte desde el que se extraen esos estilemas o contenidos (Eco, 1999: 122-123).

Por ello, para Eco lo *kitsch* es una alternativa a la consolación, es decir, al placer de la narración bien construida y repleta de superhombres, peripecias, anagnórisis y paz final (1998: 61-62), aunque ambas opciones puedan convivir en una misma obra. Lo *kitsch* legitima, eleva a una consideración que podría pensarse artística, de vanguardia.

En una situación opuesta está lo *trash*, técnica que propone otra vía para la toma del prestigio que parece requerir el medio fílmico. Hablamos del gusto (ahora plenamente consciente) por el mal gusto. Lo *trash* «de consuno adopta formas colosales y moralizantes, pero lo hace desde otra concepción del tiempo», y no se configura en torno a «las maneras del pasado» como hacía lo *kitsch*, sino al «presentismo» (Fernández Porta, 2008: 256). Lo *trash* implica «una pérdida total del vínculo con la tradición y una re-vuelta hacia actitudes masculinas entendidas como “más ostentosas que poderosas”» (2008: 257), y es por eso por

lo que predomina todavía más que lo *kitsch* en los *blockbusters*: se aprovecha del escaso prestigio del que sufre el audiovisual nacido en la industria de Hollywood para invertirlo.

Hay que señalar que, al igual que no toda obra cursi es *kitsch*, no toda película fallida es *trash*.

Hay, en efecto, otro factor que nos permite identificar el «verdadero *trash*» y evaluar sus consecuencias públicas. Cuando [Ed] Wood se lanza a producir una epopeya interestelar sin tener siquiera presupuesto para pagar a una *script-girl*, su fallo no es técnico sino ideológico. [...] Eso es una fantasía de clase. Por eso su fracaso es encantador. Por eso nos cae bien. El patético encanto del quiero-y-no-puedo: si Wood fuera *sólo* muy mal director no nos importaría más que un Cecil B. De Mille en horas bajas. Pero he aquí que su intento fallido de acceder al nivel superior —económico, creativo— nos conmueve, a nosotros, que estamos arriba en todos esos sentidos. (Fernández Porta, 2008: 271)

O dicho de otro modo, en vez de dotar de prestigio a la obra con lo *kitsch*, lo *trash* construye una obra ridiculizable, susceptible de ser disfrutada desde una perspectiva irónica. El receptor de baja cultura no «sube» a consumir productos aparentemente de una cultura superior, sino que «comprueba» cómo está por encima de una obra de baja cultura, con el placer que conlleva despreciar un objeto considerado como inferior. Y es esa comprobación, ese ejercicio de orgullo, lo que más nos interesa, pues el *blockbuster* no acostumbra a ser ni mucho menos fallido; pero sí puede permitirse ser leído como basura.

Así se explica por qué el *blockbuster* incluye pequeños momentos *kitsch* o *trash*. Los géneros espectaculares pero minoritarios son actualizados con el objetivo de ser valorados por un mayor número de público. Aceptamos que un género friqui guste a un grupo restringido de espectadores, pero si lo mezclamos con otros géneros variados y le dotamos de un tono casi irónico, en el filo ambiguo de la parodia, ese grupo aumenta exponencialmente. El *blockbuster* tiene potencial para gustar a los *nerds*, a los críticos que se sienten superiores y a los intelectuales que son capaces de leerlo con ironía. Utilizando un sintagma con que Fernández Porta define lo *trash*, el *blockbuster* es el «placer culpable», apto para ser saboreado con distintos grados de ingenuidad y distanciamiento, y por consumidores que han asumido diferentes nociones de lo artístico.

Concluimos, por tanto, que el *blockbuster* se particulariza por una milimétrica construcción entre dos tensiones: entretenimiento y espectáculo, y popularidad y legitimación. Estos cuatro polos conjugan cuestiones formales, presentismo, mezcla temático-genérica y mezcla de espectadores acostumbrados a distintos niveles de cultura. Y, sabiendo esto, no resulta demasiado complicado establecer una lógica del género: para

contrarrestar el minoritarismo de los géneros más espectaculares y entretenidos, se traban géneros diversos y se disimula su carácter de obra de consumo de (prejuiciosamente) baja calidad bien incluyendo detalles que se vendan como artísticos, permitiendo —además de una lectura de disfrute narrativo superficial— una lectura irónica por parte de un espectador culturizado. Su presumible éxito en taquilla nace de la ambigüedad de su lector modelo, que en realidad no son sino muchos lectores modelos diferentes.

4. ÉPICA Y EXCESO: UNA LECTURA DE *PACIFIC RIM*

Pero no nos quedemos en lo abstracto. Comprobemos esta propuesta con una obra concreta que, a nuestro modo de ver, es uno de los casos más cercanos al prototipo que hemos intentado describir. *Pacific Rim* (Guillermo del Toro, 2013) es un largometraje de 130 minutos en el que se narra la resistencia humana contra una colonización extraterrestre. Su espíritu —como el de todo buen *blockbuster* que se sirva de lo *trash*— puede resumirse en la siguiente aseveración: «*Pacific Rim* is big and dumb in a smart way» (Zacharek, 2013). En este apartado comentaremos las estrategias que Del Toro utiliza para construir una cinta espectacular y popular, «a staggeringly loud, action-packed FXtravaganza that's both a numbing and pretty entertaining example of its movie species» (McCarthy, 2013): el *blockbuster*.

Destaca, para empezar, su estructura medida al milímetro. En la primera mitad del filme se relata la historia, en la segunda mitad se batalla. La película comienza con un prólogo de un cuarto de hora donde se presenta el mundo, el héroe, el problema, la posible solución y una escena de acción. De hecho, la mayor parte de la narración —y una síntesis de todo lo que la película va a ofrecer al espectador— la conocemos antes de que aparezca en pantalla el título: «*Pacific Rim*». Después de esto, se desarrolla el problema, los orígenes del protagonista (orígenes *in medias res*, pues «renace» tras la muerte de su hermano: es la marca del héroe, su lucha personal) y se presenta al resto de personajes principales (incluida «la chica», con quien desde el primer momento hay un leve flirteo, y a un secundario antihéroe que ensalza aún más las características excelsas del protagonista).

Llevamos poco más de media hora; es el momento de comenzar el nudo de la historia. Con una narración en paralelo perfectamente sincronizada y rítmica, se cuenta el entrenamiento del héroe, con los correspondientes problemas que tiene para sincronizarse

con su compañera («la chica»), y la búsqueda de un cerebro de monstruo que permitirá saber cómo detener la invasión.

Pero ya hemos alcanzado la hora de metraje y hace tiempo que no explota nada; hace falta más acción. En la segunda mitad del filme comienza la primera gran lucha y parece que él y ella logran coordinarse. Y, tras un breve intermedio sentimental (se descubre la enfermedad del jefe, se sacrifican algunos soldados, hay un discurso emotivo) que prepara al espectador para la épica máxima, da inicio la batalla final: aún más larga, más apabullante, más heroica. Como en el resto de escenas de acción —solo que aquí durante más tiempo—, parece que van a ganar, luego parece que no, luego que sí..., hasta que al final los buenos vencen y los malos mueren. Y se acaba la película con él y ella abrazados en medio del océano, a la manera del Bond más clásico.

Queda claro que la estructura es cerrada y está bien trabajada. Aunque se sirve de una serie de tópicos (podría ser leída desde Propp), la mezcla de narración, tensión y acción es muy equilibrada, el ritmo está muy medido y se permite la profundización justa en los personajes clave como para conseguir que el espectador se identifique, sin por ello tener que realizar digresiones poco espectaculares que interrumpen la trama. Así, sumando el optimismo del final feliz, el modo de representación tan hollywoodiense, los efectos especiales exuberantes y los personajes arquetípicos¹⁵, se consigue una película atractiva, evasiva y espectacular.

Un ejemplo de cómo *Pacific Rim* está construida para que el consumidor no necesite esforzarse por seguir el hilo de la trama lo encontramos en dos secundarios: los científicos. Es evidente que son una excusa narrativa para hacer llegar al espectador toda la información necesaria a la hora de seguir el filme, ya que el diálogo que mantienen con el mariscal (jefe de la resistencia) en realidad transmite ideas bastante básicas. El alemán Gottlieb utiliza varias pizarras completamente repletas de ecuaciones y signos incomprensibles para terminar diciendo que los monstruos aparecen en un tiempo exponencial (primero cada mes, luego cada dos semanas, luego cada semana...); y su compañero, un biólogo *nerd*, hace un montón de complejos experimentos que concluyen con un dato más bien pobre, pero comprensible por todos: los monstruos comparten ADN entre ellos, son clones unos de otros. Y, aun así, por si los signos visuales (pizarra, experimentos) y lingüísticos (los presentan como

¹⁵ El héroe, por ejemplo, fue un niño solitario y perdió a un ser querido, pero ahora es guapo, gracioso, valiente pero no vanidoso, humilde porque empezó desde cero y ha alcanzado la fama y el respeto del resto de ciudadanos... e incluso habla varios idiomas (lo que le permiten un pequeño gag con el que liga con «la chica»). Remitimos, de nuevo, a Eco (1998; 1999) para valoraciones acerca del superhombre de masas.

científicos, ellos solo hablan de ciencia) no habían dejado claro cuál es su papel en la película, el biólogo *geek* se llama nada menos que «Newton».

Creemos que con lo explicado hasta aquí se argumenta la alta comunicabilidad de este *blockbuster*. Es una película muy accesible, muy comprensible y muy disfrutable. Pero también bastante friqui: unos alienígenas invaden la tierra con monstruos al estilo de Godzilla y la humanidad responde con robots gigantes. ¿Cómo se articula la espectacularidad y el entretenimiento con la popularidad y la legitimidad? ¿Por qué no es una película minoritaria? ¿Por qué, según Box Office Mojo¹⁶, está en entre las trescientas películas que más taquilla han hecho a nivel mundial en toda la historia, con 411 millones de dólares brutos de recaudación?

Es evidente que Del Toro utiliza algo más que la estructura cerrada, el *happy ending* y los personajes con los que el espectador se identifica. Encontramos, según lo expuesto en la primera parte del artículo, dos estrategias clave. La primera es la mezcla de géneros. Hay ciencia-ficción de extraterrestres —que al principio parece fantasía—, hay ciencia ficción de robótica, hay género bélico o de acción, hay aventura, hay épica (crecimiento del héroe), hay romance, hay sentimentalismo (cáncer, familiares fallecidos, traumas infantiles), hay comentarios políticos e incluso hay comedia. Aunque estamos ante una película de *sci-fi*, el consumidor podrá encontrar, por un lado o por otro, en mayor o menor medida, algún género que le atraiga y cuyas expectativas cumplidas le satisfagan. *Pacific Rim* es un perfecto puzle genérico, lo que multiplica sus espectadores potenciales.

Ahora avancemos a la segunda estrategia. La mezcla de géneros funciona como elemento popularizador en el *best-seller* y en el *blockbuster*, pero ya comentamos que la literatura cuenta con un mayor prestigio cultural que el cine. E, incluso, determinados géneros sufren un desprestigio aún mayor, como la ciencia ficción o el cine de acción. Parece probable que *Pacific Rim* sufra de unas expectativas muy negativas desde el primer minuto de metraje. Del Toro supera esta traba gracias a la ambigüedad. *Pacific Rim*, en primer lugar, incluye momentos que podríamos considerar *kitsch*; las escenas sentimentales son un buen ejemplo de ello. También podría pensarse en las citas un tanto banales al cine de samuráis. Pero, sobre todo, *Pacific Rim* incluye momentos *trash*. Es decir, abre las puertas a varias maneras de disfrutar la película sin decantarse por una en concreto.

¹⁶ Consultado el 22 de septiembre de 2020 en www.boxofficemojo.com/movies/?id=pacificrim.htm.

Esta apertura la encontramos, por ejemplo, en las escenas que consiguen cierta comicidad a través de la exageración de rasgos genéricos. En medio de una pelea, el puño del robot destroza varios edificios y se detiene justo en el momento preciso para poner en funcionamiento un péndulo de Newton, acontecimiento narrado con un *trávelin* espectacular. Esto no debería sorprendernos, pues ya hemos admitido la mezcolanza genérica del *blockbuster*. Sin embargo, la cinta acompaña estas pequeñas bromas con el exceso en otros aspectos. Y esa exageración coloca a la obra en un filo interpretativo complejo. El espectador que se pare a pensar en lo que está viendo se dará cuenta de que en *Pacific Rim* se juntan *aliens*, robots y monstruos, todo ello aliñado con referencias a *Transformers*, *Acero puro*, cine de samuráis o incluso *Hijos de la anarquía*¹⁷. Y se preguntará por qué se construye una ficción tan épica y sembrada de comedia banal. ¿Tal vez es que Del Toro se está burlando del género, de Hollywood? ¿No será que *Pacific Rim* es en realidad una parodia¹⁸, una obra *trash* que pide ser entendida con ironía, riéndonos de lo ridículo del cine comercial? ¿No será un homenaje intertextual al cine basura presentista, desmesurado y vacuo: una obra mala porque quiere serlo¹⁹? ¿Un pastiche?

De este modo, el espectador *nerd* encontrará el cine de género que busca (de hecho, *Pacific Rim* se ha convertido en saga y en producto *cross-media*, como se desprende de la aparición de una página enciclopédica en varios idiomas acerca de su mundo: pacificrim.wikia.com), el espectador medio disfrutará con una ficción plenamente hollywoodiense a la que no se le notan los hilos y el espectador incrédulo podrá hacer una lectura paródica y pensar que el cine palomitero sigue siendo muy malo (aunque esta cinta en concreto —de trama gratuita, construida para la acción y el final feliz— tenga su gracia por mostrarse consciente de la escasa calidad del género del que participa).

Esta estrategia de autoparodia ha sido utilizada en otras ocasiones, aunque por lo general con menor fortuna. La encontramos en la saga de ciencia ficción *Guardianes de la galaxia*, en la saga de superhéroes *Deadpool*, en un par de las nuevas entregas de la fantasía *Star*

¹⁷ El actor que encarna al protagonista, Charlie Hunnam, es especialmente conocido por su papel, también de protagonista, en esa teleserie de moteros. Del Toro juega a referenciarla cuando presenta al personaje con una chupa de cuero con un emblema en la espalda. Como es evidente, utilizar el *star system* fomenta la popularidad.

¹⁸ Es lo que Pozuelo Yvancos (2000) ha llamado el «desvelamiento», «que muestra en la hipertrofia del texto parodiado su verdadero rostro»: «el objeto de la parodia es ya una ‘realidad modelada’, y [...] las representaciones paródicas exponen la convencionalidad del modelo para dejar al desnudo sus mecanismos artificiales».

¹⁹ Soy consciente de utilizar el concepto *trash* de una manera peculiar, al sugerir su asignación, en cierta manera, a la intención del autor implícito. Sin embargo, creo que colocar en el centro de todo a la ambigüedad hace mi interpretación de Fernández Porta factible.

Wars, *Rogue One* y *The Mandalorian*, en la cinta épica *La gran muralla* o incluso en la sátira *Torrente*; pero quizá sea en *Thor: Ragnarok* (Taika Waititi, 2017) donde mejor se ve cómo fracasa. Aunque este filme, tercera entrega de la saga del dios-superhéroe del mundo Marvel, cuenta con características similares a *Pacific Rim*, no consigue legitimarse a través de la parodia. *Thor: Ragnarok* reproduce una película demasiado semejante a las del resto de la saga, añadiendo algunas bromas aparentemente paródicas. Es decir, que no juega a la sutileza del exceso, como hace *Pacific Rim*, sino que incluye un par de autorreferencias irónicas que rompen la seriedad del género de superhéroes en el momento más oportuno... para luego continuar ofreciendo exactamente lo mismo que *Thor* y *Thor: El mundo oscuro*. Esto provoca que en realidad no se produzca la posibilidad de burla, sino una aparente parodia momentánea que no conlleva ambigüedad. Que estamos ante una estrategia consciente y bien medida resulta especialmente notorio por la ubicación de las bromas: se comienza la película con el chiste más arriesgado, y van disminuyendo hasta terminar siendo chascarrillos en boca del ingenioso héroe. Con todo, la película sabe hacerse accesible a varios tipos de público rebajando la carga trágica con la mezcla —no tan medida como en *Pacific Rim*— de géneros, incluido la comedia, y de ahí su éxito: *Thor* y su secuela tuvieron críticas mediocres frente a esta tercera entrega, mejor valorada.

De estos ejemplos se deduce que en los *blockbusters* suele primar lo *trash* más que lo *kitsch*. En cambio, en la literatura cabe suponer que suceda al revés. Si intentamos aplicar la lógica del *blockbuster* al estudio del *best-seller*, se comprobará cómo los rasgos del prototipo que tomábamos de Viñas Piquer también aceptan aquella dicotomía entretenimiento/legitimación. Por una parte, el *best-seller* invita a una lectura de ocio, atrapa durante un tiempo, un desenlace cerrado, es interesante y goza de tensión de herencia gótica, exotismo fantástico, suspense, aventuras, acción y erotismo. Por otro lado, tiene cierto tono informativo que aporta sensación de aprendizaje y presenta personajes ejemplares y momentos sentimentalistas. En otras palabras, incluye lo *kitsch*. Debido a la convención social de que el arte literario es superior al audiovisual, en el *best-seller* no encontraremos la abundancia de lo *trash* —aunque su lógica de género también lo permite, al igual que los *blockbusters* pueden incluir lo *kitsch*—, sino esos elementos de la alta cultura banalizados y que dotan a la obra de un tono útil o artístico (en la medida en que se asocia la noción de arte a un sentido romántico que todavía cala en la concepción de lo estético de gran parte de la sociedad actual: algo es artístico cuando consigue emocionar). Y, de esta manera, también el *best-seller* se posiciona en un lugar indeterminado entre baja, media y alta cultura: se legitima.

5. ALGUNAS CONCLUSIONES

Lo interesante de las distintas lecturas que hemos propuesto para *Pacific Rim* (y que permiten otros *blockbusters*) es que ninguna es más adecuada que otra. El *blockbuster* sabe unir un ensamblaje narrativo, genérico y técnico impecable con una apertura popular (tanto horizontal, con distintos géneros; como vertical, con distintas concepciones del audiovisual, algunas incluso contradictorias entre sí). Es un cine accesible para distintos gustos, propios de los consumidores plenamente partícipes de la cultura de masas, del pop y del afterpop en toda su variedad (fan, crítico cultural...), pero también de aquel «intelectual humanista clásico» que actúa como si sus compras no fueran consumo²⁰.

Todo ello, además, no implica que el *blockbuster* no pueda ser artístico. Declaraciones como la de Charles R. Acland, estudioso del género, nos parecen desenfocadas: «Blockbusters films are not really films [...]. They are in fact very elaborate “tent-pole” business models that connect all sort of different commodities in all sorts of different industries» (Lane, 2013). En realidad, un *blockbuster* es solo un modo o esquema formal de construir una película que busca cierta ambigüedad receptiva, y que puede o no alcanzar niveles estéticos propios del arte, al igual que puede o no conseguir éxito en taquilla. Es un guion práctico para el espectador, un marco de actuación, un esquema experiencial, y eso no puede ser valorado en abstracto. El género *blockbuster* no es intrínsecamente artístico o no artístico. Ningún medio, género o grupo heterogéneo de obras lo es.

Algo similar podemos decir de las asunciones de cierto tipo de ideología, ligadas al modo de recepción más pasivo, superficial o conservador. Rubio Alcover, por ejemplo, habla de los efectos especiales como un elemento incardinado «en un sistema de producción y en correspondencia con un complejo programa estético-narrativo» (2007: 155). Sin embargo, cada manera de hacer cine nace condicionada por su momento histórico; no es acertado negar todo un género o un estilo por estar constituido por formas, temas y lógicas que dificulten recepciones críticas con el propio sistema. Evitemos ser apocalípticos²¹: nada en

²⁰ Personajes extraídos de la tipología del consumo de Fernández Porta (2008: 23-24), recogidos en su catálogo de actitudes del consumidor de cultura contemporáneo.

²¹ Porque el apocalíptico «no solo reduce los consumidores a aquel fetiche indiferenciado que es el hombre masa, sino que —mientras lo acusa de reducir todo producto artístico, aun el más válido, a puro fetiche— él mismo reduce a fetiche el producto de masa. Y en lugar de analizarlo caso por caso para hacer que emerjan sus características estructurales, lo niega en bloque» (Eco, 1999: 37).

nuestra propuesta nos dice que un *blockbuster* no pueda regalarnos una experiencia estética plenamente satisfactoria. Más bien, gracias a la pluralidad de lecturas que permite, sería difícil considerar el *blockbuster* como un género evasivo *per se*.

Esperamos, en fin, que a partir de las claves libres de prejuicios que hemos señalado se comprenda mejor la lógica del género *blockbuster*: unas tensiones prototípicas marcadas por la mezcla genérica y la ambigüedad interpretativa. Hemos ampliado nuestra visión del cine palomitero y podemos definirlo atendiendo a sus muchas facetas, que, pese a su disparidad, en vez de repelerse, son capaces de entrelazarse y apelar a todo tipo de público. El *blockbuster* resulta ser (para algunos, en contra de todo lo esperado) una obra compleja y de un gran potencial expresivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acland, Charles R. (2013): «Senses of Success and the Rise of the Blockbuster», *Film History*, 25, 1-2: 11-18.
- Barthes, Roland (1987): «El efecto de realidad», en *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*, Barcelona, Paidós: 210-219.
- Bauman, Zygmunt (2007): *Vida de consumo*, Buenos Aires, México D. F., Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- Buckland, Warren (2006): *Directed by Steven Spielberg: Poetics of the Contemporary Hollywood Blockbuster*, New York, Continuum.
- Burch, Noël (1995): *El tragaluź del infinito (Contribución a la genealogía del lenguaje cinematográfico)*, Madrid, Cátedra.
- Bordwell, David; Janet Staiger; Kristin Thompson (1997): *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y producción hasta 1960*, Barcelona, Paidós.
- Del Toro, Guillermo (dir.) (2013): *Pacific Rim*, Warner Bros., Legendary Pictures (prods.).
- Eco, Umberto (1997): «La Edad Media ha comenzado ya», en AA. VV., *La nueva Edad Media*, Madrid, Alianza: 7-34.
- Eco, Umberto (1998): *El superhombre de masas*, Barcelona, Lumen.
- Eco, Umberto (1999): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen.
- Fernández Porta, Eloy (2008): *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*, Barcelona, Anagrama.
- Jauss, Hans Robert (2013): «La historia de la literatura como provocación de la ciencia literaria», en *La historia de la literatura como provocación*, Madrid, Gredos: 137-193.
- Hall, Sheldon; Steve Neale (2010): *Epic, spectacles, and blockbusters: a Hollywood history*, Detroit, Wayne State University Press.
- Hastie, Amelie (2014): «Rhythm and Clues», *Film Quarterly*, 68, 2: 52-56.
- Hoffer, Tom W.; Richard Alan Nelson (1978): «Docudrama on American Television», *Journal of the University Film Association*, 30, 2: 21-27.
- Lakoff, George; Mark Johnson (2009): *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra.
- Lane, Edwin (2013): «Is Hollywood's blockbuster model broken?», *BBC*: www.bbc.com/news/business-25409796 (último acceso: 02/04/2018).

- Loriguillo-López, Antonio; Teresa Sorolla-Romero (2015): «“Vive, muere, repite”: El blockbuster ante el desafío interactivo», *Fonseca, Journal of Communication*, 11: 118-132.
- McCarthy, Todd (2013): «*Pacific Rim*: Film Review», *The Hollywood Reporter*: www.hollywoodreporter.com/review/pacific-rim-film-review-581518 (último acceso: 29/03/2018).
- Moreno, Fernando Ángel (2010): *Teoría de la Literatura de Ciencia Ficción. Poética y retórica de lo prospectivo*, Vitoria, Portal.
- Morin, Edgar (1966): *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*, Madrid, Taurus.
- Ott, John (2008): «How New York Stole the Luxury Art Market Blockbuster Auctions and Bourgeois Identity in Gilded America», *Winterthur Portfolio*, 42, 2/3: 133-158.
- Pozuelo Yvancos, José María (2000): Parodiar rev(b)elar, *Exemplaria*, 4: 1-18.
- Ramet, Carlos (1993): «Ken Follet from Start to Finish: The Transformation of a Writer», *Studies in Popular Culture*, 15, 2: 79-86.
- Rosch, Eleanor (1978): «Principles on Categorization», en Eleanor Rosch y Barbara B. Lloyd (eds.), *Cognition and Categorization*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates: 27-48.
- Rubio Alcover, Agustín (2007): «Del blockbuster al high concept: los efectos digitales en el neoespectáculo hollywoodiense», en Javier Marzal Felici y Francisco Javier Gómez Tarín (eds.), *Metodologías de análisis del film*, Madrid, Edipo: 147-155.
- Sarlo, Beatriz (1985): *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927)*, Buenos Aires, Catálogos.
- Schaeffer, Jean-Marie (2006): *¿Qué es un género literario?*, Madrid, Akal.
- Ugalde, Antonio; Núria Homedes (2015): «El impacto de los investigadores fieles a la industria farmacéutica en la ética y la calidad de los ensayos clínicos realizados en Latinoamérica», *Salud Colectiva*, 11, 1: 67-86.
- Viñas Piquer, David (2009): *El enigma best-seller*, Barcelona, Ariel.
- Waititi, Taika (dir.) (2017): *Thor: Ragnarok*, Marvel Entertainment, Marvel Studios, Walt Disney Pictures (prods.).
- Wittgenstein, Ludwig (2009): *Investigaciones filosóficas* [con *Tractatus logico-philosophicus* y *Sobre la certeza*], Madrid, Gredos.
- Zacharek, Stephanie (2013): «*Pacific Rim*: Building a Better Blockbuster», *The Village Voice*: www.villagevoice.com/2013/07/08/pacific-rim-building-a-better-blockbuster/ (último acceso: 29/03/2018).
-



SOBRE EL AUTOR

Laro del Río Castañeda

Máster en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Barcelona, en la actualidad es investigador predoctoral (programa FPU) en el área de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada de la Universidad de Oviedo, donde escribe una tesis doctoral sobre teleseries y teoría de la ficción. Además, estudia temas como la narración audiovisual, la serialidad contemporánea y otras formas recientes de creación que sobrepasan y conviven con lo puramente literario.

Contact information: Universidad de Oviedo, riolaro@uniovi.es