

Índice

Índice de figuras	11
Índice de tablas	15
Prólogo, por Gemma Lluch	17
Introducción: de qué hablamos cuando hablamos de bestseller	23
Entre el impacto, la popularidad y el mercado: hablemos de terminología	28
Una mirada desde la historia: Robert Escarpit y <i>cía.</i>	35
A hombros de gigantes: Bourdieu y Even-Zohar	37
La seducción sociológica: teoría estructural del campo literario (Bourdieu)	40
El panóptico literario: teoría funcional de los polisistemas (Even-Zohar)	43
El bestseller y su arquitectura: la construcción de un género	45
El escaparate de la fama: las listas de los más vendidos	45
Los escenarios de la visibilidad: análisis de las listas de más vendidos	50
<i>Indicadores</i>	50
<i>El Cultural de El Mundo</i>	51
<i>ABC Cultural</i>	53
<i>Cultura s de La Vanguardia</i>	53
<i>Casa del Libro</i>	55
<i>Amazon</i>	58
<i>New York Times</i>	63
<i>El estallido de una obra: Harry Potter y la lista de bestsellers del New York Times</i> ...	65
<i>Las veleidades de la fortuna: los mejores del año y otras selecciones cronológicas</i>	68

<i>Manipulación, sesgos e ingeniería contable: los problemas de las listas.</i>	81
<i>Nuevos modelos de predicción y métricas de los bestseller</i>	85
Valor cultural y valor mercantil: las bambalinas del libro	88
<i>Todo lo sólido se desvanece en el aire: la desaparición de las jerarquías</i>	93
<i>Viajeros del espacio y el tiempo: globalización y mundialización.</i>	97
Las batallas invisibles: concentración e internacionalización	99
<i>Los grandes grupos</i>	100
<i>Penguin Random House (PRH) y Planeta</i>	102
<i>El binomio juventud-veteranía: sobre la edad de los autores.</i>	106
<i>La compra de Salamandra</i>	113
<i>La compra de Simon & Schuster (S&S)</i>	114
Entre lo raro, lo extremo y lo grande: el éxito como medida de calidad de la obra . . .	117
La lógica de la marca y el entramado de la mercancía: el <i>marketing</i> y la publicidad . . .	133
No labres sin fundamento máquinas de vanidad: la promoción personal	147
Las honras consisten no en tenerlas, sino en solo arribar a merecerlas: los premios . . .	157
Conclusión y episteme	176
<i>La remoción de las convenciones: la covid-19 y el sector editorial.</i>	178
<i>El problema de las librerías.</i>	184
<i>Entre la necesidad, el marketing y la filantropía: las motivaciones y los hechos</i>	189
Estudio de caso: J. K. Rowling, obras y productos derivados.	197
Una historia interminable	197
<i>Opus nigrum: la decantación de la fortuna</i>	208
La gramática de la fantasía y los mimbres de imaginación	213
Universos mágicos y mundo reales: la dialéctica de la fascinación	214
La creencia suspendida o la irrealidad expuesta	217
Porque lo bueno no es sino el nacimiento de lo terrible: la disyuntiva maniquea . . .	219
El mito del viaje y la creación de arquetipos: <i>Harry Potter</i> como <i>bildungsroman</i>	219
El centro y la periferia: hacia una teoría del bestseller canónico.	229
<i>El desorden de tu nombre: el autor como marca</i>	233
<i>El caso Carmen Mola.</i>	235
Las afinidades electivas: el caso Robert Galbraith	250
Hacia los confines del Olimpo	255
Dónde vais a encontrar un héroe como este: sagas y visibilidad.	266
<i>Uróboros literarios: las narrativas cíclicas en la saga y la serie</i>	268
Una tentación calculada: la planificación editorial	271

La imperfecta trilogía: los ritmos de publicación, la ley de los espacios en blanco y las sagas.	274
La trastienda de la ubicuidad: encerrados en una visibilidad permanente.	291
El club de los entusiastas: redes sociales y clubs de fans.	301
Titanes en el panteón: las listas de libros más leídos y comprados.	319
Las tramas celestes: Pottermore o la vida en la nube.	330
Los que susurran en la oscuridad: las legiones entregadas.	336
<i>Fandom.com</i>	336
<i>La longevidad de la estirpe: fanfictions, cómics y obras derivadas</i>	341
Construir sobre la nada: el problema de los derechos.	353
<i>La conspiración de la impaciencia: las fanstraduction</i>	354
<i>Los peligros de la anticipación: los avances de copias editoriales</i>	355
<i>Los personajes a la deriva: un copyright ausente</i>	357
La clave de bóveda: <i>Harry Potter y la piedra filosofal</i>	365
Una profecía autocumplida: la obra.	365
Laberintos de fortuna: los premios.	367
<i>Quanta saudade</i> : lanzamientos y ediciones.	368
Hermenéutica de la imagen: el multiverso de las cubiertas.	369
<i>Harry Potter and the philosopher's stone</i> (Bloomsbury, 1997).	369
<i>Harry Potter and the sorcerer's stone</i> (Scholastic, 1998).	376
<i>Harry Potter and the philosopher's stone</i> (Bloomsbury Signature Edition, 2010) ...	380
Edición 15 aniversario (Scholastic, 2013).	388
Edición de Reino Unido (Bloomsbury, 2014).	393
Edición ilustrada (Bloomsbury, 2015).	400
<i>Harry Potter and the philosopher's stone</i> , edición para adultos en Reino Unido (Bloomsbury, 2013, 2015, 2018).	406
<i>Harry Potter and the sorcerer's stone</i> , 20 aniversario (2018).	408
<i>Harry Potter y la piedra filosofal</i> , 20 aniversario (2017).	412
<i>Harry Potter and the sorcerer's stone</i> (Scholastic, 2020).	418
Los libros electrónicos.	422
Leer escuchando: los audiolibros.	424
Vidas entre pantallas: la película.	431
Herencias colaterales. Las obras complementarias.	432
El rescate del paraíso: relanzamiento y vindicación de la serie canónica.	434
La seducción de las candilejas: <i>Harry Potter y el legado maldito</i>	435
Los oropeles de la conmemoración: el vigésimo y el vigésimo quinto aniversario ...	438

<i>Harry Potter</i> en la trinchera: la inserción en el circuito educativo.....	439
Los turismos accidentales: del viaje cultural a las lecturas itinerantes.....	444
Epílogo. Las nuevas Inquisiciones: Rowling y la censura.....	459
Conclusión	489
Bibliografía.....	501