



LUDOVICA  
MASTROBATTISTA

## Los bestsellers y el caso de *Harry Potter*: lectura, fidelidad y adicción en la literatura de masas<sup>1</sup>

LUDOVICA MASTROBATTISTA

Universidad de Salamanca  
España  
l.mastrobattista@usal.es



**Muñoz Rico, María y Cerdón García, José Antonio.**

*Los bestsellers y el caso de Harry Potter: lectura, fidelidad y adicción en la literatura de masas.*  
España: TREA. 2022.

María Muñoz Rico y José Antonio Cerdón García presentan en *Los bestsellers y el caso de Harry Potter: lectura, fidelidad y adicción en la literatura de masas* un análisis peculiar sobre el fenómeno del bestseller basándose en las novelas de éxito mundial de la autora británica J. K. Rowling, la saga de *Harry Potter*.

El libro consta principalmente de dos partes.

En la primera parte se propone el análisis del marco teórico que sustenta los fenómenos comerciales, literarios y sociales que caracterizan al bestseller como producto editorial y mediático de éxito.

La segunda parte del texto plantea el caso de *Harry Potter* como modelo de bestseller “canónico”, ya que ha despertado interés en el ámbito académico. Además, su éxito se debe principalmente a una copiosa campaña

promocional que se ha llevado a cabo especialmente en la web y que ha sido impulsada por los fans, usuarios compulsivos y consumidores de la saga y otras obras derivadas. Asimismo, la autora y su transformación en “marca” ha constituido un papel significativo para el éxito de la novela. Su puntual presencia en los medios de comunicación, en actos públicos, así como los premios literarios y otros reconocimientos otorgados, le han asegurado no sólo visibilidad y fama, sino también la fidelidad por parte de los lectores, atraídos por sus obras y principalmente por *Harry Potter*, que sigue encabezando las listas de bestsellers a pesar de los años transcurridos desde su primera publicación. Por otro lado, tal visibilidad y éxito han expuesto a la escritora a críticas feroces, no sólo literarias, sino sobre todo de carácter personal, como en el caso del 6 de junio de 2020, a raíz de un comentario a un artículo publicado en Twitter, hasta perjudicar su actividad profesional.

En la *Introducción: de qué hablamos cuando hablamos de bestseller* se comentan las principales características y transformaciones editoriales que han afectado - y siguen

<sup>1</sup> Para citar este artículo: Mastrobattista, Ludovica (2022). Los bestsellers y el caso de *Harry Potter*: lectura, fidelidad y adicción en la literatura de masas (reseña). *Alabe* 26.

afectando - a los bestsellers. Estos cambios se han producido especialmente con la extensión de las redes sociales. Por lo tanto, hoy en día los bestsellers compite con otros sistemas y actividades concurrentes que aumentan su visibilidad y accesibilidad respecto al pasado. En general, el bestseller se caracteriza principalmente por su carácter comercial, que consiste en la compra masiva y compulsiva por parte de los lectores y fans del autor. Otras estrategias de marketing residen, por ejemplo, en las listas de los libros más vendidos publicadas en periódicos, revistas o por las cadenas de libros. Además, hoy en día un bestseller es un título que también recibe mucha atención por parte de un público mediático, gracias al cual se acelera el “boca a boca” a través de las valoraciones, reseñas y recomendaciones de los usuarios.

En el capítulo *El bestseller y su arquitectura: la construcción de un género*, se aborda el tema de las listas de bestseller consideradas herramientas para evaluar el éxito del libro y de su autor. Por lo general, las clasificaciones y el posicionamiento son indicativos y reflejan el gusto de una gran parte de la sociedad. Por lo tanto, estas listas revisten una gran importancia en las elecciones de los propios lectores convirtiéndose en medios promotores de nuevas tendencias y prácticas de lectura. Además, el problema de estos sistemas de promoción radica en las fuentes, que pueden ser objeto de manipulación en beneficio de determinadas obras. En este sentido, se están desarrollando técnicas de macrodatos e inteligencia artificial que permiten predecir el futuro de un libro gracias al cálculo de corpus de datos que analizan los comportamientos tanto de los editores como de los lectores.

Por otro lado, la web también es instrumento de visibilidad y promoción del autor y su obra y, al igual que las listas, puede ser generador de tendencias lectoras. En estos términos, el bestseller es un fenómeno en proceso de transformación de bien cultural a bien económico. De hecho, el libro está perdiendo su centralidad y valor original debido a su promoción como producto meramente comercial. Además, hoy en día hemos pasado de leer el libro a ver directamente la película basada en él. En este sentido, los formatos “más avanzados” que el mero libro impreso crean nuevas formas de lectura “menos dispendiosas” que los medios tradicionales, potenciando los contextos visuales, auditivos e interactivos, y descentralizando en consecuencia el libro en el ecosistema cultural.

En la segunda parte del libro se analiza el caso especial de la saga de *Harry Potter* como artefacto editorial y nuevo modelo bestseller.

El primer libro de la saga *Harry Potter y la piedra filosofal* se encuentra entre los productos editoriales y literarios más interesantes desde el punto de vista del éxito alcanzado. En primer lugar, es un ejemplo de literatura crossover, ya que la novela atrae y fascina no sólo a un público infantil, sino también a adolescentes y adultos. Muñoz y Cordón sostienen que *Harry Potter* representa el modelo de bestseller “canónico”, pues la obra ha sido objeto de gran interés y análisis por parte de la comunidad científica. De hecho, se ha constatado su presencia en bases de datos internacionales y en numerosas revistas de impacto. La novela de *Harry Potter*, por lo tanto, trasciende el ámbito comercial y el mundo de la literatura

convencional para convertirse en una de esas obras culturalmente influyentes en el ámbito crítico y académico.

El capítulo *Estudio de caso: J. K. Rowling, obras y productos derivados* aborda principalmente el tema del perfil de la autora, que se consolidó como marca tras el éxito de su primera novela, acrecentado por los medios de comunicación y el apoyo de sus seguidores, que desde entonces asocian el nombre de Rowling con las novelas de la saga.

El perfil de la autora de *Harry Potter* representa un caso de análisis interesante y peculiar. J. K. Rowling, ha conseguido y afirmado su marca de autor a través de una intensa actividad y una asidua presencia en la web. La autora ha alcanzado gran éxito y fama no sólo como escritora, sino también como productora de cine, empresaria, editora y otras actividades a las que se ha dedicado personalmente. De hecho, es creadora del sitio web *Pottermore*, en el que se publican contenidos complementarios a la obra y al mundo de *Harry Potter*. Por lo tanto, la clave de su éxito radica en la “teoría de arrastre”, según la que sus fans son atraídos no sólo por la saga, sino también por la bibliografía de Rowling y otras obras derivadas a *Harry Potter*, sustentadas por la marca de autor.

En apoyo de esta teoría, Muñoz y Cerdón proponen dos casos en que la autora, admirada por el éxito de la saga, ha atraído el interés de sus lectores incluso cuando ha publicado otras novelas alejadas del género *fantasy*. En un caso, la novela para adultos *The Casual Vacancy*, publicada en el Reino Unido en 2012, se

convirtió en un éxito de ventas en poco tiempo, aunque decepcionó las expectativas de los lectores de *Harry Potter* debido al cambio de género. En 2013, sin embargo, Rowling optó por publicar otra novela - también para adultos - con pseudónimo. La obra, *The Cuckoo's Calling*, inicialmente pasó casi desapercibida. Sólo cuando se reveló la verdadera identidad del autor, el libro alcanzó el medio millón de ejemplares vendidos y se situó en las listas de los más vendidos. Por lo tanto, se puede inferir que J. K. Rowling goza de una poderosa reputación que gira en torno a su nombre, que se ha convertido en una marca editorial.

En el capítulo *La clave de bóveda: Harry Potter y la piedra filosofal* se examinan algunos de los elementos paratextuales del libro esenciales para atraer al público lector. Muñoz y Cerdón proponen, por ejemplo, un análisis de las portadas dedicadas a la primera novela de la saga, creadas por artistas de todo el mundo. A pesar de la diversidad en los diseños, hay ciertos elementos que se toman como referencia en muchas de las portadas. Ciertamente, las cubiertas y su diseño, así como la elección del formato del título, la contraportada, la sinopsis y las referencias bibliográficas del autor, representan herramientas estéticamente significativas para la popularidad del libro que dependen del público al que se dirigen.

En el epílogo, *La nuevas Inquisiciones: Rowling y la censura*, se hace referencia al “caso Rowling” del 6 de junio de 2020, que vio a la escritora en el centro de una violenta polémica por un comentario publicado en Twitter respecto a un artículo divulgado durante

<sup>2</sup> El artículo mencionado fue publicado en la plataforma *Devex* el 28 de mayo de 2020: *Creating a more equal post-covid-19 world for people who menstruate*, por Marni Sommer, Virginia Kamowa y Therese Mahon.

la pandemia por el Covid-19, sobre la venta de tampones “para las personas que menstrúan”<sup>2</sup>. El comentario de la escritora, que nombraba la locución utilizada en el título del artículo con el término “mujeres”, desencadenó una ola de críticas que aún la acusan de ser transfóbica. A raíz del asunto, se han producido varias repercusiones en la actividad profesional de Rowling, casi como si la opinión personal de la escritora hubiera socavado directamente la “magia” de sus novelas.

Para J. K. Rowling, las redes sociales e Internet han sido un arma de doble filo. Del escaparate y escenario, que le han garantizado visibilidad y éxito, la red se convirtió de repente en su peor enemigo. Aunque el futuro de la escritora seguirá atado al éxito de *Harry Potter*,

hemos asistido a un fenómeno controvertido debido quizás a su consolidada marca de autora. De hecho, cuando lamentablemente la escritora se vio afectada por las críticas negativas externas a sus novelas, éstas también se vieron afectadas desfavorablemente. El caso generó un sentimiento adverso hacia la autora por sus declaraciones, afectando consecuentemente a todo su entorno que construyó impecablemente a lo largo de los años.

En conclusión, el libro propone un análisis singular y relevante en el contexto cultural actual, sugiriendo algunas reflexiones sobre los procesos de marketing que condicionan el éxito de un bestseller, así como la consolidación de su autor, de lo cual resulta difícil separarse.