



HARRY POTTER: OTRA CAJITA FELIZ

SOLARI, Ernesto Adolfo; MASSIMO, Adriana I.; DUBOULOY, María Angélica

Resumen

Se insiste en que niños y jóvenes han retornado a la lectura gracias a *J. K. Rowling* y *Harry Potter*, dado el impresionante consumo de estos libros en el mundo. Sin embargo, en la experiencia áulica se observa que esto no es tan general. *Harry Potter* puede ser simplemente otra "Cajita Feliz": es decir, un producto que no cumple los fines ostensibles a los que está destinado, sino que detenta un valor simbólico que deviene del ser moda. Se desea saber si:

1. Los estudiantes leen:

1.1. Las novelas de *Harry Potter*.

1.2. Otros relatos, de otro/as autor/es/as.

2. Si esa lectura está sectorizada por proveniencia sociocultural.

Se realiza una investigación exploratorio- descriptiva por medio de encuestas indirectas a alumnos de escuelas:

° Primaria, de 10 a 12 (C. A. de B. Aires, Tercer Cinturón Industrial)

° Secundaria, de 12 a 14 (ídem)

Se caracteriza además la proveniencia social de los encuestados y se llega a la conclusión de que la lectura de libros – tanto de la autora inglesa como de otra/os – es mayoritaria en los grupos socialmente aventajados y desciende proporcionalmente con la escala social. Ello a pesar de que todos son consumidores de los productos con el nombre o imagen de *Harry Potter*.

Palabras Clave: lectura – consumo – moda – experiencia áulica – escala social

La seducción de la lectura y del libro

La actividad de lectura es, ante todo, una seducción. El lector es ese alguien que está por fuera de la actividad, que puede o no interesarse por eso que le está proponiendo la/el escritor/a. Lejos en el espacio y el tiempo, ésta o éste deben atrapar al posible lector/a. Convertido que ha sido en objeto de consumo – de ser posible, masivo – el libro también está en manos del editor, del *Publisher*, con sus herramientas para



promover las ventas. Y que desfachatamente recurrirá a artilugios publicitarios, a facilismos masificantes, a la creación de modas y otros trucos para promover la venta, su objetivo.

Un paso más allá de la mirada, desconocida en general para el público, el/la escritor/a se ha preocupado por el argumento, para que contenga la dosis justa de información en el instante adecuado, sin que demasiada de ella distraiga en el momento inapropiado, ya que a veces se requiere hacerle trampa al lector y brindarle cúmulos de datos para que deje de percibir la nimiedad que es la clave del desentrañamiento de un misterio. O la repetición de ciertos datos, que al cabo de una insistencia innecesaria para la comprensión se revelan como la llave de la lectura, la clave con la cual la totalidad del texto adquiere nueva significación. Ni qué hablar de la cuestión del punto de vista y la necesidad de mantenerlo unificado (o no), de la verosimilitud, de la caracterización, de la necesidad o no de hacer que los personajes dialoguen, y si se lo hace, en qué medida para evitar la discursividad del autor y la del personaje. Podríamos seguir hasta completar un manual, pero eso sería una teoría de la escritura y ya se ha hecho, con mayor o menor felicidad.

Acordamos entonces que un libro debe atraer por su contenido y no solamente por su envase. También puede hacerlo por su utilidad, por los saberes que aporta. Es decir que los textos nos llegan como un aspecto, una apariencia, y un contenido (como todo lo que recurre al lenguaje para su difusión). El contenido en sí puede ser tan variado como los textos mismos... O no.

Según Jerome Bruner (2001:23) el funcionamiento cognitivo puede presentarse de dos maneras distintas y complementarias, que constituyen dos modalidades de pensamiento, cada una de las cuales brinda modos característicos de ordenar la experiencia, de construir la realidad.

Estos modos de pensamiento representan dos maneras de conocer cuya diferencia reside en sus procesos de verificación: tanto una argumentación como un relato pueden utilizarse como medios de convicción, pero mientras que la primera intenta persuadir de su verdad, el segundo busca persuadir de su semejanza con la vida, de su verosimilitud. Denomina el primer modo *lógico-científico* y al segundo *narrativo*. (Bruner, *Ibid.*, pp 24/5).

La modalidad lógico-científica "trata de cumplir el ideal de un sistema matemático, formal, de descripción y explicación. Emplea la categorización o conceptualización y las operaciones por las cuales se establecen, se representan, se idealizan y se relacionan entre sí a fin de construir un sistema" (*Ibid.*:24). La narrativa se basa en la imaginación, y busca producir "buenos relatos, obras dramáticas interesantes, crónicas históricas creíbles (aunque no necesariamente verdaderas). Se ocupa de las intenciones y acciones humanas y de las vicisitudes y consecuencias que marcan su transcurso. Trata de situar sus milagros atemporales en los sucesos de la experiencia y de situar la experiencia en el tiempo y el espacio" (*Ibid.*: 25). Es así que la primera apunta a la verificabilidad, la segunda a la credibilidad, que la una trate básicamente de objetos o sucesos situados en la realidad, y la otra de la realidad psíquica de los actores y su objeto son "las vicisitudes de la intención" (p 29).



Uno de los modos de conocimiento está profundamente enraizado en nuestra civilización, ya que ella se debe a los avances del pensamiento lógico-científico. La escolarización, a lo largo de todo ese proceso, ha sido el vehículo para ello, por lo que se podría decir que el discurso de la institución educativa se apoya en el modo lógico-científico. En contraposición, el lenguaje de la familia, es decir de la socialización básica es narrativo.

Y también es narrativo el lenguaje utilizado por la mayor parte de los recursos que usan los jóvenes para entretenimiento y comunicación: *Internet*, *Chat* y *msn*.

El chat y la www y la deformación del lenguaje: realidad o mito

T v-o n ksa

No es un código de la NASA. Es un mensaje de texto msn, similar a los habituales en los círculos de uso del *chat*, la charla en Internet. Ahora bien, en numerosos graffitis o pintadas en paredes que se pueden ver en la ciudad, se observa el reemplazo de la *c fuerte* por la *k*, por ejemplo. Es de notar que muchas de esas pintadas hacen gala de una sutileza y doble sentido que no deja lugar a duda de que los cultores de la práctica no son imberbes alejados del uso del lenguaje. En el caso de la expresión usada como ejemplo, se trata simplemente del anuncio tranquilizante: te veo en casa.

En cualquier caso lo que se nota es que se han roto las reglas ortográficas, se ha violentado el código. Pero quienes hacen esto no son inmigrantes desplazados a una cultura que no manejan, o nativos que han sido conquistados por una cultura que los extranjeriza. Son jóvenes que tienen a su alcance la posibilidad de comprar un aparatito que cuesta unos cuantos dólares. O tienen el tiempo y el dinero para pagar para ingresar a un sitio donde puede pasarse una hora charlando a través de una pantalla y un teclado con interlocutores a los que quizás no les vea nunca la cara. En ese ámbito las mismas personas que integran el grupo social del acápite anterior son quienes ejercen la intercomprensión mutua por medio de violaciones sistemáticas del código.

Vale la pena insistir: sistemáticas. Por lo tanto, voluntarias. El código normalizado que rige los intercambios en la comunicación social, el que la institución escolar instituye, valora y transmite, es violentado. Lo es de manera similar a la que lo hacían los antiguos usuarios de diversas jergas, para intercambiar información sin que fuera detectada por oídos indeseados. Jergas carcelarias, prostibularias, *argots* diversos como el lunfardo rioplatense, hablas adolescentes cuyos ejemplos literarios se encuentran en el *Cazador Oculto* y en forma extrema en *La Naranja Mecánica*, obras ambas que registran el deseo de la/os usuaria/os de la jerga por identificarse entre sí y dejar ajeno al mundo adulto. Jerga es también la que utilizan los estudiantes de Hogwarts al practicar *quidditch* o al referirse a los *muggles*, o sea, nosotros. Y el propósito es el mismo: dejar fuera del grupo al que no entiende, sea educador o simplemente adulto usuario de la lengua estándar.



La lectura, sus mitos y realidades

- a. La lectura como **bien absoluto**: estar en poder de la lectura permite acceder a la cultura. Acá se hace necesario definir lo que se entiende por lectura, que en la mayoría de los casos se define en términos escolarizados/escolarizantes.
- b. En oposición a esto, es necesario entender a la lectura como **bien relativo**, como capacidad de incorporar la cultura, en sus aspectos más generales. De esta manera, leer es equivalente a interpretar los medios, la realidad, y en consecuencia, a integrarse o rechazar.
- c. Sin embargo la visión más corriente, la que difunden los medios, no es ninguna de las anteriores, sino la de la **lectura como estadística**. Se trata de contabilizar miles de ejemplares vendidos, posibles compradores/lectores, y todos aquellos datos que permitan conocer sus hábitos de consumo (edad, sexo, status social). Vemos que en abril de 2004, antes de la publicación del cuarto libro de la serie se decía:

“La serie comenzó en 1998, vendió en todo el mundo alrededor de 250 millones de ejemplares, se tradujo a 61 idiomas.”

En el mismo artículo se aclara:

“Aunque para algunos Harry Potter es sólo un éxito comercial, muchos especialistas destacan que la obra de Rowling, en la era de la televisión e Internet, acercó a la lectura a millones de chicos en todo el mundo.”
(<http://www.diversica.com/cultura/archivos/2004/04/harry-potter-y-la-orden-del-fenix.php>)

Una fuente irreprochable, la Federación de Editores de España (<http://www.federacioneditores.org/-sectorEdit/Informe2003.asp>) dice en su informe del año 2003, capítulos HÁBITOS DE LECTURA Y COMPRA DE LIBROS que

“se mantienen, en general, las principales tendencias de años anteriores en cuanto a los hábitos de lectura y compra de libros: leen más mujeres que hombres y hay más lectores en las grandes ciudades y entre la población más joven y con estudios.”

Es importante notar que tienen en cuenta el nivel de estudios y distintas variables socioeconómicas y culturales:

- ° más altos los porcentajes de lectores urbanos.
- ° mayor índice de lectura cuanto más joven es la población.
- ° lectura más frecuente entre las clases medias y altas que entre las clases bajas (dos de cada tres personas de las clases sociales baja y media declaran no leer nunca o casi nunca).



° *Las referencias para tomar la decisión de comprar un libro se obtienen cada vez más, por parte de amigos, conocidos o profesores*

° Los lectores realizan más actividades de ocio que los no lectores, por lo que se confirma una más que el cine, el teatro, el deporte o incluso Internet no son competencia de la lectura sino actividades complementarias. Los lectores acuden al cine y al teatro con mayor frecuencia que los no lectores, hacen más deporte, navegan más por Internet, escuchan más la radio y realizan más viajes de placer.

° Los lectores frecuentes de libros leen además mayoritariamente prensa de información general (70,8%) y revistas (60,4%)

Pero el libro más leído en España en 2003 fue El Señor de los Anillos...

En abril de 2001, Patricia Kolesnicov escribía en Clarín (<http://www.clarin.com/diario/2001/04/06/s-03201.htm>).

“Cien mil ejemplares son muchos libros en la Argentina, pero Harry es estudiante de magia y ha sabido hacer las cosas. El primer libro llegó a las librerías a fines de 1998, sin pena ni gloria pero **a fines del 99 se supo que en el Norte Harry era pasión de multitudes y, abracadabra, los libros volaron de los estantes.** En total, declara la editorial, vendieron 400.000 ejemplares de los primeros títulos: **La piedra filosofal, La cámara secreta y El prisionero de Azkaban.** Son muchos libros, claro, pero nada si se los compararon los 40 millones que los cuatro títulos llevan vendidos sólo en los Estados Unidos. (Subrayado mío).

Algunas otras cifras:

J. K. Rowling recibió la Orden del Imperio Británico por “su contribución a la literatura” en 2001:

“The Harry Potter books have been translated into more than 60 languages, and it has been estimated that **more than 300 million copies** have been sold around the world”. Es decir que la autora se convirtió en una importante fuente de divisas para la economía británica.

Por último, la Enciclopedia Británica en su artículo relativo a Rowling resalta que “ La serie (de Harry Potter) ha causado gran entusiasmo entre los niños y ha generado un nuevo interés por la lectura”.

A partir de estas fuentes se trata de observar/interpretar el hecho de la lectura, en especial entre los jóvenes locales, ¿leen o no leen los chicos? Si leen, ¿qué leen? Y ¿qué chicos leen? Para desentrañar el mito del retorno a la lectura.



El mito del retorno a la lectura

Para acceder al posible perfil del lector joven, se armó una encuesta tendiente a conocer los lectores:

- ° Por grupo de edad.
- ° Por sexo.
- ° Por nivel socioeconómico.

Cuadro 1. Nivel socioeconómico medio

Leyeron HP	Leyeron			Conoce			Lee		
	Autores nacionales			leyendas	Relato	Tarea	historietas		
	Por placer			populares	hogareño	escolar			
	%V	%N	Total						
10/11 años	29	4	33	100%	65%	100 %	61%	43%	21,5%
11/12 años	8,5	4	12,5	100%	46%	100%	29%	32%	48%
13/14 años			47	100%	72%	100%	NC	NC	53%

Los resultados de la encuesta permiten poner de relieve algunos hechos importantes en relación con la lectura de Harry Potter:

- 1- En el nivel socioeconómico medio, escuelas primarias privadas del Gran Buenos Aires, escuela media de Capital, en el mejor de los casos, lo leyó casi la mitad de los encuestados, jóvenes de trece a catorce años.
- 2- La totalidad de esos lectores leyeron autores nacionales, y en cantidades importantes, dos tercios y tres cuartos de los jóvenes lo ha hecho por placer.
- 3- Son lectores de historietas, en proporciones que aumentan según la edad: dos tercios de los lectores más jóvenes, tres cuartos de los que les siguen y casi la totalidad de los mayorcitos.

Es posible concluir, respecto de este sector de lectores, que existe cierta coincidencia con la Federación de Editores Española. Se trata de lectores jóvenes, que se acercan a materiales de lectura con cierta independencia de la demanda escolar; tienen hábito de lectura, ya que encarar lecturas por placer y por entretenimiento.

En este grupo, el de mayor edad (y presuntamente experiencia de lectura) que es coincidentemente el más 'urbano', es quien exhibe la mayor cantidad de lectores; sin embargo parece ser que es por influencia hogareña o escolar. En otras palabras, son lectores.



Ahora bien, al proceder a entrevistar a algunos de estos lectores, admitieron que

° Sólo leyeron un libro, porque los aburríó.

° Un número reducido leyó dos libros y solamente uno de los lectores leyó cuatro de los libros.

Sin embargo, aún los no-lectores llevan la foto del joven de anteojos y mirada triste en la portada de sus carpetas escolares, juegan en Internet y han visto sus películas. Es decir, consumen Harry el producto.

Cuadro 2. Nivel socioeconómico bajo

Leyeron HP	%V %N Total			Leyeron		Conoce			Lee
				Autores nacionales		leyendas	Relato	Tarea	historietas
				Por placer		populares	hogareño	escolar	
10/11 años	0	0	0	63	NC	100	NC	100%	
13/14 años	0	0	0	100	0	100		100%	4,5

La observación del Cuadro 2 contrasta notablemente con el anterior:

1. En el nivel socioeconómico bajo, escuelas primarias y medias oficiales del Gran Buenos Aires, no han leído a Harry Potter.
2. Esos lectores leyeron autores nacionales. Sin embargo, la lectura es una actividad ordenada desde la escolarización, ya que no contestan lo preguntado, o cuando lo hacen revelan que no lo han hecho por placer.
3. Lo anterior se reafirma cuando se observa que no son lectores de historietas, ya que la proporción de respuesta a este interrogante es casi ínfima.

Es posible observar la coincidencia en este sector de lectores con las observaciones de la Federación de Editores Española. Se trata de lectores jóvenes de sectores bajos, que se acercan a materiales de lectura por obligación de la demanda escolar, al punto que las leyendas populares son tema cercano a la experiencia escolar: la encuesta se llevó a cabo cerca del 12 de octubre, y el tema de las leyendas de los pueblos originarios era tema generalizado en Lengua y Literatura.

En términos generales, lo observado permite una cierta tranquilidad respecto del consumo de ciertos productos editoriales: el premio que J. K. Rowling recibió de manos del Príncipe Carlos por su contribución a la lectura parece afectar poco a nuestros jóvenes locales. Sin embargo, en un mercado reducido, donde la publicación y venta de una edición exitosa se mide en cientos, y un *best seller* local lo es en el



orden de los pocos miles de ejemplares, la venta de cuatrocientos mil ejemplares, tal el dato tomado de Clarín, es más que abrumador: fastidia.

Y no lo es menos cuando al entrevistar a los que no les gustó, que les resultó “pesado” o “aburrido” se descubre que les gustó *Narnia* o el *Hobbit*... que no son precisamente libros breves o fáciles.

Conclusiones

Al retomar la cuestión de los mitos acerca de la lectura, se puede decir que este tema – la lectura (escasa) entre los jóvenes - se encuentra mitificado: los jóvenes leen poco, pero probablemente no menos de lo que lo hacían hace algunas generaciones atrás; quienes leen menos son aquellos que no tienen incentivo o necesidad de leer, quienes recurren a representaciones prácticas o concretas del mundo, y para los que leen autores nacionales o extranjeros es lo mismo: parte de una demanda impuesta desde afuera por una institución que exige esa práctica – la lectura – como requisito para pasar de una etapa a la siguiente.

No es este el espacio para consignar la importancia de la lectura de la realidad, de los medios y de los textos que estos ponen en circulación respecto de la lectura en sí, como bien en sí mismo. Lo lamentable es que esta visión reductora de la lectura como bien absoluto es que permite dejar que quede instaurada la dimensión estadística, que es la que instala el mito posmoderno por excelencia, el de la validación por el consumo. Los millones de ejemplares vendidos, que no dejan de ser un logro envidiable, se ponen como incentivo para vender más ejemplares y proseguir con el círculo vicioso del consumo.

La ausencia de reflexión produce efectos indeseados, como el que la distancia que se nos impone a quienes nos encontramos en la periferia tecnológica entre los bienes a nuestra disposición y los conocimientos para ponerlos en producción convalide la magia. Hace casi dos décadas, si uno quería jugar un jueguito en la computadora, una Texas o una Commodore, había que programarlo en Basic. Hoy, aunque parezca mentira, las líneas de programa para hacer que un pixel adquiera ciertas características y que pase al siguiente y luego a otro, para crear la ilusión de movimiento continuado, requiere de las mismas líneas de programa. Lo que hace que se precisen cantidades de líneas de más, y que se complique la programación, son los millones de pixeles que se deben mover en conjunto para crear la ilusión de tercera dimensión, de movimiento y todo lo que se le hace creer a un joven que consume juegos. La ausencia de un espacio de discusión, de análisis de los elementos que componen la tecnología, hace que hoy parezcan mágicos, por la complejidad de los procesos involucrados. Entonces, la magia crece, se apodera de la imaginación primero y de la mente racional luego.

Narnia y la *Tierra Media* son los escenarios en los C. S. Lewis y Tolkien utilizaron elementos del pasado mítico de su Europa natal para trasuntar la lucha entre el bien y el mal, la lucha entre las fuerzas que ansiaban el poder absoluto, la anulación de la voluntad plural para instaurar el dominio de uno sobre los demás, sin posibilidad de



discusión, fuera la Bruja Blanca o Lord Sauron. Escenarios míticos, o heroicos, donde jugar contra quienes imponen un poder único al sentir de la comunidad.

Harry es él, con la ocasional ayuda de alguno de sus amigos, pero en el fondo tan único como Hércules o Rambo: el solitario que enfrenta las pruebas impuestas por un orden maligno misterioso, que debe ser derrotado para devolver el orden la universo. Y todo por medio de rituales alejados de la comprensión.

En un ámbito de cromo y plástico, de colores saturados y agresivos contrastes, en asientos lo suficientemente incómodos para tolerar permanecer el tiempo suficiente para completar el consumo de una porción de comida, el comensal abre su paquete, toma su hamburguesa y consume su ración. Nadie le explica que la combinación de colores es llamativa para atraerlo, pero agresiva para ahuyentarlo apenas se encuentre satisfecho: nada de quedarse, de disfrutar la mesa, escribir unas líneas, como en el café de la esquina. Afuera, para dejar el lugar que ocupará otro comensal. Otro consumidor, que se llenará de colesterol e hidratos, que producirán arterioesclerosis y obesidad. Menor, claro, que la de un choripán, al que acusará de todos los males que le causará la foránea hamburguesa, pero ni se le ocurriría hacerlo, porque la Cajita Feliz tiene prestigio. Y mientras come sus calorías abre su ejemplar del Príncipe Mestizo y lee, sin tener en cuenta que lo hace porque está obedeciendo las leyes del marketing. No su gusto.

Bibliografía

- Barthes, R. (1982-1990) "Introducción al análisis estructural del relato" en *Análisis estructural del relato*. Tlahuapán, Premiá Editora de Libros S.A.
- Bruner, J. (2003) *La fábrica de historias*, B. Aires, FCE de Argentina.
- (1986, 2001) *Realidad mental y mundos posibles*, Madrid, Gedisa.
- Labov, W. (1972) *Language in the inner city*. Philadelphia, U. of Pennsylvania Press.
- Ong, W. (1982, 1993) *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. B.Aires, FCE de Argentina.
- Propp, V. (1981) " Las categorías del relato literario" en *Análisis estructural del relato*, Tlahuapán, Premiá Editora de Libros S.A.



Apéndice

Encuesta

Para determinar el perfil socioeconómico:

1. En su conocimiento, los adultos que conviven con sus alumnos son
 - a. Sus padres
 - b. Uno es progenitor, el otro su cónyuge
 - c. Parientes (tíos, abuelos, etc.)
 - d. Otros
2. En su conocimiento, esos adultos
 - a. Tienen trabajo estable
 - b. Tienen trabajo ocasional
 - c. Son desocupados
 - d. Reciben planes de ayuda
3. En su conocimiento esos adultos tienen educación
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Terciaria
 - d. Ninguna
4. Sus alumnos
 - a. Vienen alimentados de su casa
 - b. Comen en la escuela
 - c. La única comida que reciben es la de la escuela

Para determinar el nivel de lectura:

5. Esos niños ¿leyeron Harry Potter?
6. ¿Leyeron relatos de autores nacionales (Elsa Bornemann, Laura Devetach, Graciela Montes, Gloria Pampillo u otras)?
7. Si lo hicieron es
 - a. Porque se les ocurrió
 - b. Por exigencia escolar
8. ¿Conocen leyendas y cuentos populares (Caperucita, Coqueta, El Pombero, Hansel y Gretel)?
9. Si es así, es
 - a. ¿Porque se las contaron en sus hogares?
 - b. ¿Porque se las contaron en la escuela?
10. ¿Leen historietas?