X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs

Instituto de Investigaciones Gino Germani

6, 7 y 8 de noviembre de 2019

**Nombre y apellido:** Roberta Aller

**Afiliación institucional:** Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires

**Correo electrónico:** robertaaller@gmail.com

**Máximo título alcanzado o formación académica en curso:** Profesora de Enseñanza Media

y Superior en Ciencias Antropológicas y estudiante avanzada de la Licenciatura en Ciencias

Antropológicas

**Eje problemático propuesto:** Cultura y sociedad: problemáticas socioculturales de la comunicación

**Título de la ponencia:** Entre lo *online* y lo *offline*: relaciones, identificaciones y comunidad en el *fandom* de Harry Potter (Argentina)

**Palabras clave** (entre 3 y 5): fan, Harry Potter, virtual, comunalización, identificación

**ENTRE LO *ONLINE* Y LO *OFFLINE*: RELACIONES, IDENTIFICACIONES Y COMUNIDAD EN EL *FANDOM* DE HARRY POTTER (ARGENTINA)**

**RESUMEN**

La presente ponencia es parte de mi investigación de tesis de licenciatura, en la cual me propongo contribuir al análisis de la construcción de *fandoms* en Argentina entre fines de los noventa y la actualidad a partir del estudio del caso de los *fans* de Harry Potter. La configuración y crecimiento de este *fandom* en Argentina deben entenderse como parte de un proceso caracterizado por cambios en las relaciones entre *fans*, y entre éstos y sus objetos de interés, proceso en el que la virtualidad tuvo un rol fundamental. Además de encontrarse cara-a-cara, los *fans* comenzaron a valerse de las vías de sociabilidad habilitadas por las nuevas tecnologías y la globalización. En esta ponencia, me centraré en las relaciones que se construyen entre los *fans* en espacios virtuales y físicos. A su vez, analizaré los procesos de identificación y comunalización que se ponen en juego dentro del *fandom*. Mi metodología de investigación se basó en el trabajo de campo etnográfico clásico y virtual en convenciones,

eventos y grupos de *Facebook* y de *Whatsapp*.

**INTRODUCCIÓN**

En las últimas décadas, surgieron y proliferaron en Argentina diversos *fandoms[[1]](#footnote-1)* centrados en todo tipo de objetos. Esto debe entenderse en un contexto de globalización y aparición de comunidades transnacionales (cfr. Rosas Mantecón, 1993) y en un contexto nacional en el que ingresaron variados productos literarios y audiovisuales importados. Si bien la entrada de estos objetos al país y la conformación de *fandoms* en torno a los mismos comenzaron en décadas anteriores, es en los noventa cuando éstos lograron reforzarse como comunidades, a raíz de un proceso de cambios en las relaciones entre los *fans* y entre éstos y su objeto de interés*.* Además de encontrarse cara-a-cara, los *fans* comenzaron a valerse cada vez más de las vías de sociabilidad habilitadas por la globalización y las nuevas tecnologías, cuya accesibilidad iba en aumento.

La configuración y crecimiento del *fandom* de Harry Potter en nuestro país, entonces, deben entenderse como parte de este proceso más amplio, en el que la virtualidad tuvo un rol fundamental. Este “fenómeno”, como lo denominaron los medios, se inició con una serie de novelas fantásticas escrita por la autora británica J.K. Rowling. La primera novela, *Harry Potter y la piedra filosofal*, fue lanzada en 1997, adquiriendo desde entonces una creciente popularidad. En 2001, con cuatro libros ya publicados, se estrenó la primera película, evento que dio inicio al *boom* de Harry Potter en nuestro país. Si bien la última película se estrenó en 2011 (momento temido por los *fans* como “el fin de una era”), ello no implicó el fin del *fandom*. Esto no sólo se debió a las acciones de la autora y la industria - que continuaron expandiendo el universo a través de *spin offs*, páginas de Internet, parques de diversiones, etc. -, sino también a las prácticas y relaciones de los *fans*, quienes contribuyeron también a ampliar el ‘mundo’[[2]](#footnote-2) de Harry Potter, y, sobre todo, a “mantener vivo” el *fandom*.

La temática de los *fandoms* ha sido poco trabajada. En la academia anglosajona, el campo de los estudios de *fans* [*fan studies*] se encuentra consolidado desde los noventa (Borda, 2012). Gray, Harrington y Sandvoss (2007) identifican tres oleadas: la primera - cuyos principales exponentes son Jenkins (1992) y Fiske (1992) - enfatiza los aspectos transformativos de las prácticas de los *fans*, en oposición a un contexto social de representaciones estigmatizantes acerca de ellos (Jenkins, 1992; Borda, 2015). La segunda - en la que se enmarcan trabajos como el de Abercrombie y Longhurst (1998) - se centra en la replicación de jerarquías sociales en los *fandoms*, y la tercera - en la cual se enmarcan Gray et al. (2007), entre otros - se apoya en las anteriores pero busca ampliar las formas de abordar a los *fandoms* para incluir las nuevas prácticas y formas de ser *fan* que se han desarrollado en las últimas décadas.

En la academia latinoamericana, las investigaciones sobre *fandoms* y *fans* son más escasas y dispersas; se trata de un campo que aún está conformándose (Borda, 2012; Álvarez Gandolfi, 2016). Se destacan trabajos como los Martín (2007), que estudió las prácticas de sacralización de *fans* de Gilda, y los de Borda (2012, 2015), quien afirma que dadas las transformaciones en las prácticas *fans* y el alcance de términos como *fan* y “fanatismo”, este último podría ser definido como un “fondo de recursos diversos”. También los trabajos de Álvarez Gandolfi (2016, 2017), que analiza los mecanismos de construcción identitaria puestos en juego en instancias de socialización cara-a-cara y virtuales por jóvenes que se reconocen como “otakus” o *fans* de *manga* y *anime*.

Por otra parte, en relación al *fandom* de Harry Potter en particular, existen en nuestro país trabajos como los de Mutuverría y Chaves (2009), quienes analizaron los modos de construcción de subjetividades e identificaciones colectivas en el club de *fans* El Aquelarre en La Plata, o como los de Cuestas (2014, 2016), quien se centra en las experiencias de los *fans* del Círculo de Lectores de Harry Potter, reconstruyendo el lugar de la saga en sus vidas y las redes de relaciones y formas de subjetivación que despliegan. Sin embargo, no se encuentran investigaciones que aborden las relaciones entre los *fans* de Harry Potter en espacios virtuales; ésta un área donde aún queda conocimiento por producir para dar cuenta de las nuevas formas de constitución de identificaciones, relaciones y comunidades atravesadas por la convergencia mediática (Jenkins, 2008; Álvarez Gandolfi, 2016a, 2017).

La presente ponencia es parte de mi investigación de tesis de licenciatura, en la cual me propongo contribuir - a través de un enfoque simbólico - al análisis de la construcción de *fandoms* en Argentina entre fines de los noventa y la actualidad a partir del estudio del caso de los *fans* de Harry Potter. En este trabajo, me centraré en las relaciones que se construyen entre los *fans* en espacios virtuales y físicos. A su vez, analizaré los procesos de identificación y comunalización que se ponen en juego dentro del *fandom*. Para ello, en el primer apartado detallaré el marco teórico-metodológico en el que me basé. En el segundo, describiré analíticamente cómo los *fans* se relacionan entre sí en distintos espacios, y en el tercero abordaré los aspectos comunes que caracterizan dichos vínculos. Por último, en el tercero, analizaré los procesos de identificación y comunalización que se ponen en juego en el *fandom* a través de dichas relaciones.

**MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO**

Apoyándome en concepciones nativas, entiendo a los *fandoms* como grupos de personas que se sienten parte de una comunidad que interactúa alrededor de un objeto de interés (persona, texto, etc.) y que comparten un universo simbólico. Denominaré *fans[[3]](#footnote-3)* a estos sujetos que se vinculan de formas particulares entre sí y con sus objetos. De este modo, los *fans* comparten - en cierta medida - saberes, prácticas, actitudes, emociones, expectativas y modos de relacionarse con otros y con su objeto.

Como desarrollaré, propongo que estos *fandoms* pueden entenderse como “comunidades imaginadas” (Anderson, 1993), dado que los *fans* no conocen a la mayoría de los demás miembros, pero en la mente de cada uno “vive la imagen de su comunión” (p. 48). Así, la construcción de *fandoms* puede definirse como un proceso de comunalización, donde de manera continua y progresiva se promueve un sentido de pertenencia (Brow, 1990; Costilla, 2007). A su vez, a través de sus prácticas y relaciones, los *fans* construyen identificaciones individuales y colectivas en torno al ‘mundo’ de Harry Potter. Entiendo a las identidades individuales y colectivas de los *fans* como identificaciones, enfatizando su carácter contextual. Esta noción de identificación que proponen Brubaker y Cooper (2000) es un término procesual que nos permite pensar en qué agentes llevan a cabo dicha acción y no presupone que la misma deba resultar en un “sentido de igualdad grupal”. Además, este concepto permite resaltar el carácter situacional y contextual de la identificación.

A su vez, en relación con los procesos de identificación, los símbolos tienen un rol fundamental: no solo permiten expresar y legitimar dichos procesos, sino que también intervienen activamente en su construcción (Citro, 2017). Entiendo a los símbolos como entidades polisémicas y dinámicas que revelan a la vez que ocultan sentidos (Ricoeur, 1976[1969]; Turner, 1980; Geertz, 1987; Carvalho, 2000; Wright, 2015; Costilla, 2007). Así, los símbolos condensan procesos históricos y reúnen significados múltiples, muchas veces dispares, que aparecen en forma de ideas y valores (polo ideológico), vehiculizados a través de formas materiales (polo sensorial) (Turner, 1980; Wright, 2015; Carvalho, 2000).

En estos procesos de construcción de comunidades e identificaciones, Internet y las nuevas tecnologías tuvieron un rol fundamental. Éstas permitieron relaciones más cotidianas, inmediatas y extendidas entre los *fans*, en lo que Jenkins (2008) denomina un contexto sociocultural de convergencia entre los medios de comunicación tradicionales y digitales. Dichas tecnologías no sólo son utilizadas por los *fans* para para realizar prácticas en torno a su objeto de interés, sino también para comunicarse, interactuar y tejer lazos sociales alternativos a los ámbitos familiares, escolares y/o laborales tradicionales (Álvarez Gandolfi, 2016a).

En cuanto a mi metodología de investigación, ésta se basó en el trabajo de campo etnográfico - observación participante y entrevistas semi-estructuradas (cfr. Guber, 2001, 2005; Briggs, 1986) - clásico y virtual en convenciones, eventos y grupos de *Facebook* y de *Whatsapp*. Busqué acceder tanto a los *fans* que no pertenecen a ningún tipo de club local dentro del *fandom* como a los que sí lo hacen, realizando en ambos casos trabajo de campo en espacios físicos y en espacios virtuales. Para los *fans* que no pertenecen a ningún “club” o agrupación, realicé observaciones y entrevistas en eventos (*Magic Meeting* 2016, 2017 y 2018), así como en el grupo de *Facebook* “Asociación Harry Potter Argentina”, seleccionados por ser la convención más grande del país y el grupo de *Facebook* nacional con mayor cantidad de miembros. Para el caso de *fans* que sí pertenecen a un grupo, me centré en el Círculo de Lectores de Harry Potter (CHP), realizando entrevistas y observaciones de campo en reuniones generales del grupo entre 2016 y 2018, así como en reuniones de una de las “casas[[4]](#footnote-4)” en las que se divide entre 2017 y 2019. Además, participé de un grupo de *Whatsapp* de esta última casa, de un grupo de *Facebook* de la misma, y de la página de *Facebook* general del CHP.

El trabajo de campo etnográfico implica la inmersión del investigador en un espacio por un tiempo determinado con el objetivo de conocer las prácticas y sentidos dados a las mismas por los actores sociales, desentrañando sus lógicas para comprender los puntos de vista nativos. Es necesario acercarse y participar lo suficiente del mundo que se estudia como para entender cómo funciona, pero manteniendo la distancia necesaria y siendo consciente de que la presencia en el campo influye sobre los sujetos, puesto que el etnógrafo es un actor social más (Geertz, 1994; Berreman, 1962; Guber, 2001). En cuanto a la “etnografía virtual” (Hine, 2004), ésta implica “la búsqueda de la etnografía desde un imaginario multisituado” (Marcus en Hine, 2004). Creo que este abordaje es esencial a la hora de analizar las relaciones dentro de un *fandom* en el contexto actual, puesto que permite acceder a una dimensión fundamental para su constitución y consolidación. Como se detalló, Internet y las nuevas tecnologías digitales, así como la creciente accesibilidad de las mismas, tuvieron un lugar central en dicha constitución y en la “cotidianeización” de las relaciones entre los *fans.* Mediante este enfoque profundicé en las relaciones e identificaciones que los nativos establecen a través de Internet, pero teniendo presentes los vínculos entre la realidad *online* y *offline,* pues ambas están en estrecha relación (Téllez Infantes, 2002).

Pero, ¿cómo delimitar el campo en el espacio virtual? ¿Cómo definir el ámbito en el que el antropólogo debe sumergirse? Para ello, es importante, en primer lugar, tomar conciencia de que el espacio virtual se caracteriza por la deslocalización (Álvarez Gandolfi 2016b; Ardèvol et al., 2008). Como afirma Álvarez Gandolfi (2016b), junto con las interacciones cara-a-cara, puede entenderse que los espacios virtuales se constituyen en lugares de intercambios simbólicos o campos de acción. Así, las principales técnicas etnográficas como la observación participante y la entrevista también pueden ser aplicadas al estudio de las formas de sociabilidad y configuración de comunidades que tienen lugar en espacios virtuales. Entonces, el etnógrafo debe realizar inmersiones intermitentes en varios entornos de Internet, siguiendo las prácticas y relaciones de la comunidad estudiada a través de varias páginas o plataformas *web*.

**DEL “MUNDO DE FIN DE SEMANA” AL FANISMO COTIDIANO**

Al preguntar a los *fans* por sus trayectorias de fanismo, en todos los casos éstos identifican dos “momentos” relevantes en ellas: el primero es el surgimiento del mismo, el “volverse *fan*”. El segundo es el momento de “entrada” al *fandom*, es decir, aquél en el que dicho fanismo comienza a ser compartido con otros. Es éste último aspecto - las relaciones entre los *fans* - el que será el eje de esta ponencia. ¿Cómo se caracterizan dichas relaciones? ¿Qué particularidades adquieren las mismas en el *fandom* de Harry Potter?

Muchos *fans* se acercaron a la saga a través de la primera película, durante el *boom* de 2001 (para luego leer los libros, en la mayoría de los casos), y muchos otros ingresaron por primera vez en el ‘mundo’ de Harry Potter a través de las novelas. Sin embargo, éstas sólo fueron la ‘puerta de entrada’ a dicho ‘mundo’, a partir de la cual luego comenzaron a realizar otras prácticas vinculadas a la saga, y fundamentalmente a compartirlas con otros. A continuación, detallaré los distintos espacios en los que los *fans* se encuentran y relacionan, para luego atender a los aspectos generales que atraviesan y caracterizan dichas relaciones en el próximo apartado.

Entonces, en distintos ámbitos y de diversas maneras, los *fans* de Harry Potter ingresaron al *fandom* al comenzar a vincularse con otros *fans*. Como detallé anteriormente, a la hora de abordar las relaciones dentro del mismo debemos centrarnos tanto en los vínculos cara-a-cara como en aquellos que se establecen en el mundo digital, así como en la interacción entre ambos. La mayoría de los estudios sobre éste *fandom* en nuestro país suele centrarse en los aspectos más “llamativos” del mismo, como las convenciones[[5]](#footnote-5) o eventos de clubs de *fans* en los que los sujetos se reúnen, disfrazan y realizan todo tipo de actividades recreativas en torno a la saga. Pero, como afirma Borda (2015), con la divulgación de las tecnologías de la información y otros procesos, los *fans* ahora tienen contactos más permanentes con otros *fans,* conocidos y desconocidos, en espacios virtuales, en los cuales se exacerba la mezcla entre integrantes con distintos “grados de adhesión y compromiso” (p.8). Es por ello que, además de los momentos separados del tiempo de trabajo y estudio (Jenkins 1992) el fanismo debe abordarse como algo cotidiano que, como veremos, atraviesa las vidas de los sujetos y constituye parte relevante de sus identificaciones. Así, en este apartado atenderé a las relaciones en ambos tipos de espacios.

Como referente de las convenciones tomé a la *Magic Meeting*, la convención de Harry Potter más grande de Argentina. Ésta fue creada en 2012 por *FanCon*, una organizadora de eventos cuyo objetivo es “crear espacios de entretenimiento y encuentro entre *fans* de diferentes temáticas”[[6]](#footnote-6). Se realiza en la Ciudad de Buenos Aires todos los años durante el fin de semana más cercano al 31 de julio (cumpleaños de la autora y el protagonista de la saga). Las últimas cuatro ediciones la convención se llevó a cabo en el colegio San José, cuya arquitectura recuerda a la de *Hogwarts*. Si bien gran parte de sus pasillos se ven repletos de *stands* de venta, los vendedores también contribuyen a la decoración ‘mágica’ del espacio. Además de la estructura del edificio, los pasillos y aulas son adornados por posters relacionados con la saga, con réplicas de ciertos elementos o escenas de las películas. Pero además del espacio, muchos de los organizadores, vendedores y asistentes van a la convención disfrazados, tanto representando a un personaje en particular de la saga (*cosplay*) como vestidos con túnicas o bufandas de sus casas, como si fueran estudiantes de magia. La organización de las actividades se estructura siguiendo la de los libros: todos pertenecen a una de las cuatro casas del colegio, sumando puntos para cada una con el objetivo de ganar la copa al final del evento. Gran parte de las actividades se vinculan con este ambiente de recreación establecido en el evento, y pueden encontrarse todo tipo de prácticas, desde debates, a juegos, trivias, concursos, *performances*, etc.

Lo mismo ocurre con las reuniones de los clubs de *fans*, que si bien tienen formatos y dinámicas distintas a los de las convenciones, comparten algunos puntos en común con ellas. Como referente de los clubs de f*ans* me centré en las reuniones llevadas a cabo en el Círculo de Lectores de Harry Potter (CHP), un grupo creado por *fans* en 2005 que realiza actividades que reúnen *“potterheads[[7]](#footnote-7)”* en distintas locaciones dentro de la ciudad de Buenos Aires, en las que, al igual que en la *Magic Meeting*, se yuxtaponen momentos de recreación con momentos de debates, trivias, etc. El grupo está formado en primer lugar por el autodenominado *staff*: los jefes de las cuatro casas de Hogwarts y una serie de ‘prefectos’ de cada casa. Por otra parte, nos encontramos con un grupo de miembros de asistencia relativamente fija a los eventos y otro de asistencia más esporádica, divididos en las cuatro casas. En cuanto a las actividades que se realizan, se distinguen dos tipos de reuniones: los eventos generales, abiertos al público, y las reuniones de las casas. Los primeros son eventos cuyo formato y actividades son similares a los de la *Magic Meeting*, aunque menos masivos y se realizan varios por año, en espacios más pequeños, generalmente en centros culturales o al aire libre. Las reuniones de las casas son espacios en las que los *fans* participan más cotidianamente; se realizan con mayor frecuencia y al implicar menor cantidad de personas, esto permite que los *fans* se conozcan más entre sí. A su vez, son reuniones menos estructuradas.

En ambos casos, entonces, los *fans* se vinculan entre sí encontrándose cara-a-cara y desarrollando actividades organizadas y pensadas para recrear y vivir el ‘mundo’ de Harry Potter. Al hablar de ellas, lo que los sujetos destacan es que son espacios de reunión, de encuentro con otros *fans*. Lugares en los que pueden ser “ellos mismos” y en los que además “saben que otros los van a entender”[[8]](#footnote-8). Es decir, lo que los *fans* dicen valorar más de dichos eventos es el hecho de hacer con otros y vincularse con esos otros. Sin embargo, el fanismo no se reduce a estos espacios de “mundo de fin de semana” separados del tiempo de trabajo y estudio (Jenkins 1992), sino que atraviesa y se entrelaza completamente con la vida cotidiana de los *fans*. Esto, en gran medida, fue posible gracias a la creciente accesibilidad de Internet y nuevas tecnologías. En el caso de muchos *fans*, la entrada misma al *fandom* se produjo en primer lugar en el “espacio público virtual” (Lins Ribeiro, 2011): Internet fue uno de los primeros medios a través de los cuales conocer a otros *fans* (tanto personas de otros países como miembros del *fandom* local), y también un espacio donde continuar realizando prácticas en torno al mundo de Harry Potter. Además, contribuyó a que el *fandom* creciera, pues se volvió un medio de difusión tanto para la autora como para los *fans*.

Así, desde el *boom* de la saga comenzaron a aparecer páginas *web* temáticas (tanto internacionales como locales), en su mayoría creadas por *fans[[9]](#footnote-9)*, en las que se divulgaba o recopilaba información sobre la trama de la saga, sobre las fechas de publicaciones, sobre la autora, los actores, etc.; páginas en las que los *fans* podían registrarse y pasar a formar parte de una “comunidad”, recreando el mundo de Harry Potter a través del RPG[[10]](#footnote-10), entre otras cosas, y otras páginas relacionadas con producciones propias de los *fans* (*fanfiction, fanvids*) en torno a este ‘mundo’. En definitiva, los *fans* comenzaron a relacionarse entre sí, opinando, debatiendo, compartiendo información, e incluso creando sus propias producciones. Ésa búsqueda por seguir realizando prácticas para permanecer dentro de este ‘mundo’ y contribuir a construirlo suele relacionarse con la idea de encontrar otros a los que “les guste como a mí”. Un *fan* me contaba: “Era también querer encontrar a otros que te tomaran en serio. Que no se lo tomaran como bueno, es un libro que le gusta mucho y ya está (...) sino que se metieran así tanto como vos a debatir”[[11]](#footnote-11).

Si bien muchas de estas prácticas *online* surgieron en los primeros años del *boom* de la saga, las mismas continuaron en el tiempo, e incluso surgieron nuevas. Un ejemplo de ello son las páginas o grupos de *Facebook*, a través de los cuales los *fans* pueden vincularse con otros, ya sea para debatir u opinar sobre temas vinculados a la saga, para compartir información, o simplemente para conocer a otros *fans*. Es frecuente encontrarse en estos grupos con comentarios como “alguien de la plata????”[[12]](#footnote-12) o “Hay alguien de San Juan acá??? Necesito amig@s Potterheads, siento que soy la única loca por HP sanjuanina..”[[13]](#footnote-13), o incluso “Alguien de Hufflepuff?”[[14]](#footnote-14). También aparecen publicaciones en dichos espacios difundiendo la existencia de grupos de *Whatsapp* en los que se hace *roleplay* o en los que también se discuten temáticas vinculadas al *fandom*.

Más allá de estas relaciones *online*, también existen otras formas de interacción en el espacio virtual más ligadas con los espacios *offline*. Me refiero a la comunicación de eventos o información mediante redes sociales y a las actividades que se realizan a través de la *web*. Así, si bien la *Magic Meeting* y el CHP se caracterizan por sus reuniones y eventos que implican encontrarse en la misma locación con otros *fans*, la virtualidad ha sido una dimensión fundamental para la configuración y la expansión del *fandom* en general y de este tipo de eventos y grupos en particular.

De este modo, a la vez que - y a causa de que - el uso de Internet se volvía diario en nuestra sociedad, los vínculos entre los *fans* se volvieron cotidianos, y se fortaleció la presencia de Harry Potter como parte de sus procesos de identificación. Esto se relaciona estrechamente con el hecho de que el entorno virtual es además, el más accesible y generalizado para los *fans* en relación a los otros espacios que presenté. Hoy en día, la gran mayoría de los *fans* (o al menos todoscon los que conversé) tienen un acceso diario a Internet, forma parte de su cotidianeidad en diversos aspectos, no solamente en lo vinculado al *fandom*, y la virtualidad se entrelaza con su día a día *offline*. Estas prácticas cotidianas parecen ser las que, para los *fans*, más contribuyen a construir sus procesos de identificación.

**SER FAN CON OTROS:LA APROPIACIÓN DEL MUNDO DE HARRY POTTER**

Así, en distintos espacios, más extraordinarios y más cotidianos, físicos, virtuales, y en el cruce entre ellos, los *fans* de Harry Potter se vinculan con otros *fans.* ¿Qué particularidades adquieren dichas relaciones? En todos los espacios descriptos, éstas se ven marcadas por la apropiación y uso del universo simbólico de los libros. Así, a través de elementos como la ‘jerga nativa’, la forma de organizarse, las fechas simbólicas que se festejan y las citas de los libros, los *fans* dan sentido a sus prácticas y relaciones a partir de elementos que todos ellos conocen y todos ellos tienen en común; a partir del interés que los nuclea. Estos rasgos pueden pensarse en términos de metáforas nativas, entendiendo a las metáforas en el sentido de Turner (2002): mediante ellas, se va de lo conocido a lo desconocido.

De esta manera, puede observarse que en todos los ámbitos mencionados, Harry Potter se hace presente a través de los símbolos más relevantes para el *fandom*, los cuales dan cohesión al mismo y contribuyen a la construcción de su ‘mundo’. Elementos como los anteojos característicos del protagonista, la cicatriz con forma de rayo de su frente, el símbolo de las reliquias de la muerte, de la ‘Plataforma 9 ¾’ en la que se toma el tren a Hogwarts aparecen constantemente en todos los espacios de interacción de los *fans*, marcan dichos ámbitos y contribuyen a la construcción de identificaciones y de la comunidad. Son elementos que a través de su forma material (polo sensorial) vehiculizan múltiples significados que aparecen en forma de ideas (polo ideológico) (Turner, 1980; Wright, 2015; Caravalho, 2000), simbolizan y condensan todo lo que este ‘mundo’ es para quienes los portan, en su ropa o su cuerpo, y que permiten reconocer a los demás y a sí mismos como parte del *fandom*. Es a partir de ellos que los *fans* se sienten inmersos en el mundo de Harry Potter en esos espacios, y que identifican a otros *fans* como tales. Son estos símbolos los que, a partir de su materialidad, generan los sentimientos que los *fans* califican en términos como “sentirse en casa” o “estar en un lugar mágico”[[15]](#footnote-15). En los espacios del CHP y la *Magic Meeting*, además, se ponen en juego *performances* y rituales, constantemente se está entre la eficacia y el entretenimiento (cfr. Schechner, 2000; Turner, 1980).

Así, las relaciones entre los *fans* se ven atravesadas y marcadas por el uso de estos símbolos. Las distintas fechas de relevancia para el *fandom* tienen un papel similar. Para los *fans*, festejar o conmemorar fechas como el 31 de julio, el primero de septiembre (fecha de inicio de clases en Hogwarts) o el dos de mayo (día en el que se ganó la batalla final contra los principales villanos de la saga) implica rememorar momentos importantes de los libros; se las festeja como si fueran parte de su propia historia. La celebración de estas fechas (en convenciones, en clubs de fans, o en publicaciones en los distintos espacios virtuales analizados) contribuye a la formación del mundo que habitan, y hace efectiva la pertenencia a éste.

Lo mismo ocurre con la apropiación y resignificación de vocabulario basado en términos de los libros (lo que denominé ‘jerga nativa’). Los *fans* se refieren a sí mismos - tanto en los eventos observados como en las redes sociales - como “magos y brujas”, y a aquellos que no son fans como “*muggles****[[16]](#footnote-16)***”. A su vez, las actividades a realizarse en los eventos o los espacios de las páginas *web* tienen nombres que remiten a hechos o sucesos de las novelas, con lo cual los *fans* saben de qué tratarán, pero aquellos que son externos al *fandom* no. Algunos ejemplos son la “Ceremonia de Selección”, o la “Copa de las Casas”. A su vez, al valerse de estos símbolos, los espacios de acción e interacción determinan ciertas normas de conducta que los *fans* pueden interpretar por conocer el universo simbólico del *fandom*. Saben cómo comportarse en cada actividad de acuerdo a los nombres que tiene cada una, saben cómo comportarse ante los organizadores por su rol como miembros del “ministerio” o como “prefectos”, y saben cómo comportarse en tanto miembros de su casa. Lo mismo ocurre en cuanto a las fechas. Estas normas se vuelven deseables para los *fans* al estar asociadas a las emociones que estos símbolos les generan (Turner, 1980).

Por otra parte, también se encuentran distintas frases que aparecen como parte del *merchandising* o citadas por los fans en una gran diversidad de situaciones. Frases como “*it’s real for us*” (es real para nosotros) o “*always*” (siempre) han sido traspoladas de los libros y pasan al habla cotidiana de los fans, son frases simbólicas que condensan la pertenencia a este “mundo”, que permiten reconocer al otro en tanto *fan* y que expresan -y al expresarlo, también construyen- lo que significa la saga para ellos. Así, los símbolos tienen un rol fundamental en los procesos de identificación de los *fans*: expresan sus “identidades *potterheads*”, pero también las legitiman e intervienen activamente en su construcción (Citro, 2017). Lo mismo sucede con los vínculos entre los *fans*, que se fortalecen y construyen en torno a dichos símbolos.

Por otra parte, a la hora de analizar los vínculos en el *fandom* de Harry Potter, es ineludible profundizar en la pertenencia a una casa, la cual atraviesa completamente todas las relaciones que puedan darse dentro de él. Si los sujetos se sienten vinculados por el solo hecho de ser *fans* de lo mismo, dichos lazos se ven fortalecidos cuando se comparte una casa. Esto ocurre porque el hecho de ser de la misma casa implica valores y rasgos en común. Dicha pertenencia no depende exclusivamente de la asistencia a un evento o club de *fans*, ni de la participación en espacios *online* que exijan identificarse con una de ellas: todos los *fans* de la saga sin excepción se sienten parte de una de las cuatro casas de Hogwarts. En palabras de una *fan,* “en el mundo de HP, tu casa va al lado de tu nombre”[[17]](#footnote-17).

De esta manera, existen subgrupos en el *fandom* que expresan las diferencias con otros a través de ciertos elementos en su vestimenta, accesorios, simbología, prácticas, etc. Más allá de ellos, es un listado de rasgos de personalidad (definido por la autora de los libros) lo que determina la existencia de cada casa y marca la diferencia con las demás, pero lo más relevante es la autoadscripción: es uno mismo quien define a qué casa cree pertenecer, de acuerdo a qué rasgos cree que lo identifican mejor. Un *fan* no personifica a un Ravenclaw, Hufflepuff, Slytherin o Gryffindor en reuniones físicas o virtuales, sino que es uno en todo momento de su vida cotidiana.

Esta “clasificación” no sólo es aplicada por cada *fan* a sí mismo, sino que también es utilizada para clasificar a los demás. En diversas ocasiones, los *fans* inician conversaciones preguntando por la casa a la que se pertenece, o se presentan mencionando su casa aún antes que su nombre. Tanto en los eventos como en sitios *web*, vi y oí frecuentes comentarios como “tenía que ser Hufflepuff”, “Ésa persona es muy Slytherin” o “Este juego es muy Ravenclaw”. En páginas de *Facebook* de la *Magic Meeting*  o del CHP puede observarse la importancia de esta división en casas; los miembros visten los colores de sus casas; llevan remeras, bufandas u otros elementos con algún símbolo relacionado a las mismas. En las descripciones que acompañan a las fotos, se leen hashtags como #RavenclawPride o #hufflepuff#pride, lo cual da cuenta de que la pertenencia a cada casa es motivo de orgullo (*pride*) para los *fans*, es parte de sus identificaciones tanto individuales como colectivas. Todo esto da cuenta de cómo los *fans* construyen no sólo su propia identidad, sino la de sus pares a partir de la identificación con una casa. De esta manera, las relaciones dentro del *fandom* se definen también por la casa a la que se pertenece, y los *fans* se sienten vinculados más fuertemente con otros miembros de la misma.

Podemos, entonces, pensar al mundo de Harry Potter en su totalidad como un universo simbólico que da sentido a las relaciones de los *fans*. A través de dichos símbolos, los nativos también reflexionan sobre problemáticas - tanto cotidianas como no cotidianas - que corresponden a otros aspectos de sus vidas. Como explica Jindra (1994) para el *fandom* de *Star Trek*, las prácticas de los *fans* construyen y suman al universo de su *fandom*, conectándolo a su vez con el presente. Así, Harry Potter ha servido como disparador para que los *fans* discutan problemáticas actuales y coyunturales (racismo, feminismo, etc.), cuestiones de moral (el bien, el mal), entre otras cosas, a partir del universo simbólico que les provee la saga, universo que ellos contribuyen a construir.

Un último aspecto a considerar es la cuestión etaria. Este *fandom* se caracteriza por atravesar generaciones: en todo los espacios pude observar adultos mayores, jóvenes y niños de todas las edades. Sin embargo, existe una franja de sujetos en particular que comparte entre sí diversos aspectos de sus trayectorias: los *fans* que “crecieron con Harry”. Es decir, aquellos que tenían entre 7 y 12 años de edad cuando comenzó el *boom* de Harry Potter en el país, y hoy tienen entre 25 y 30 años aproximadamente. Se trata de los “niños lectores” a los que hacían referencia los periódicos en los años en los que estalló la popularidad de la saga[[18]](#footnote-18), aquellos cuyo primer acceso al ‘mundo’ de Harry Potter se había dado en su infancia, y que afirman haber ido “creciendo” a medida que la historia avanzaba. Esto no implica que no haya *fans* de otras edades, al contrario, como afirmé, este *fandom* se caracteriza justamente por su variedad generacional. Sin embargo, estos *fans* comparten diversos aspectos de sus identificaciones y trayectorias similares, lo cual influye en la forma en que se relacionan entre sí y con otros. En primer lugar, estos son los *fans* cuya presencia predomina en la mayoría de las redes sociales (en foros y *Facebook* particularmente), y muchos de ellos fueron incluso fundadores de muchas de estas páginas. Las actividades generales del CHP y en la *Magic Meeting*, en cambio, se caracterizan por reunir *fans* de todas las edades. Sin embargo, en el CHP, el núcleo de miembros que participa en todas las reuniones, suelen ser los *fans* que pertenecen a esta generación.

En los clubs de *fans* como el CHP suelen aparecer también otro tipo de vínculos relacionados con el hecho de encontrarse cara-a-cara, con poder conocerse más en las reuniones de las casas, con tener identificaciones en común por vivir en una misma localidad, y, en relación con todo lo anterior, con formar parte de un mismo grupo de pertenencia. Las mismas han sido abordadas en otros trabajos (Aller, en prensa), y serán profundizadas en mi tesis de licenciatura.

**EL *FANDOM* COMO COMUNIDAD Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIFICACIONES**

Así, tanto en espacios físicos como virtuales, los *fans* viven el ser *fan* a partir de sus relaciones con otros. En este punto es importante atender a un aspecto fundamental: dichas relaciones son buscadas activamente por los *fans*, porque de antemano se sienten vinculados con los demás aún antes de haberlos conocido. Como afirmaba una de las *fans* con los que conversé: “Partís de algo en común. Vos venís y sabés que a todos acá les gusta, siempre algo para hablar vas a tener, y te entendés entre todos, viste, podes tirar todos los chistes de HP que quieras y te van a entender, y eso está buenísimo”[[19]](#footnote-19).

Es decir, a la hora de relacionarse entre sí (y de elegir y buscar dichas relaciones) se parte de “algo” en común, de percibir y reconocer la existencia de un vínculo con otros por el solo hecho de ser *fans* de lo mismo. Este vínculo tiene una carga afectiva, emocional, no se trata simplemente de personas que comparten un gusto o interés, sino de personas que se sienten parte de lo mismo: “Capaz son gente con la que nunca hablé, pero todos somos *fans* (...) Nos reconocemos entre nosotros, y vos sentís como una cercanía cuando ves que otro es *fan* también. Y es por eso, porque todos somos parte de lo mismo” [[20]](#footnote-20), cuenta otro *fan*.Además de compartir con otros para vincularnos en torno a un objeto en común, los *fans* afirman que hacer con otros permite “mantener vivo” el ‘mundo’ de Harry Potter y “reavivar” o “potenciar” el propio fanismo[[21]](#footnote-21).

Así el *fandom* de Harry Potter aparece como un espacio de pertenencia, en el que se comparten ciertos aspectos de las identificaciones. Ser *fan* y, sobre todo, serlo con otros es entonces parte esencial de la cotidianeidad de los sujetos. Mediante estas relaciones, además de co-construir el ‘mundo’ que habitan, los *fans* construyen la comunidad de la que son parte, es decir el *fandom.* Éste es definido por algunos de ellos con términos como “hermandad”, remitiéndose a bromas en común, a cierta jerga que los que no son *fans* no pueden comprender y a los vínculos que perciben con el resto del *fandom,* incluso con personas desconocidas.

 El *fandom,* de esta manera, podría pensarse como una comunidad imaginada (Anderson, 1993), construida socialmente por sus propios miembros, quienes la imaginan y se conciben como pertenecientes a ella, sintiéndose ligados a personas con las que incluso pueden no haber conversado. Este proceso de comunalización resulta de pautas de conducta que promueven un “sentido de pertenencia”, y combina un sentimiento de solidaridad y la comprensión de una identidad compartida. (Brow, 1990; Costilla, 2007).

Los *fans* coinciden en que ésa interacción con otros es lo esencial para todas las actividades o acciones orientadas a mantener vivo su mundo, el “ruido” que genera un grupo que actúa en conjunto y no de forma individual. De este modo, a través de Harry Potter se vinculan entre sí partiendo de identificaciones compartidas y construyendo juntos identificaciones colectivas. Se reconocen como parte de un “nosotros”, como “magos” o “brujas” frente a unos “otros” *muggles* (Barth, 1976). Harry Potter es entonces parte de cómo se perciben a sí mismos (de su autocomprensión), y de cómo se presentan ante los demás (Brubaker y Cooper, 2000).

Entonces, a través de sus relaciones entre sí, poniendo en juego saberes, prácticas y símbolos, los *fans*  se apropian del sistema de usos y expectativas del *fandom* - su “pequeño mundo” (Salgueiro, 1998) - y contribuyen a construir el ‘mundo’ del que son *fans*, volviéndolo parte de sus identificaciones, tanto colectivas como individuales.Así, la vida cotidiana de estos sujetos y sus relaciones con otros *fans* permite la reproducción del *fandom*: como muchos me dijeron en mis registros, todo este mundo no existiría sin ellos. De este modo puede verse cómo a través del consumo común de un producto masivo y de prácticas en torno al mismo, los *fans* dotan de significados sus vidas, tomándolo como referencia privilegiada sobre cuya base constituyen identificaciones y comunidades estables y duraderas. Así, los *fans* de universos ficcionales se relacionan entre sí, configurando comunidades alternativas y paralelas a las vías tradicionales de socialización (Álvarez Gandolfi, 2016a).

**CONSIDERACIONES FINALES**

En esta ponencia me propuse abordar las relaciones que se construyen entre los *fans* de Harry Potter en espacios virtuales y físicos, analizando también los procesos de identificación y comunalización que se ponen en juego dentro del *fandom*. Para ello, hice foco en los distintos espacios en los cuales los *fans* se vinculan tanto cara-a-cara, en eventos más “separados” de su día a día, como virtualmente, en ámbitos que están más ligados con su cotidianeidad y que permiten contactos más permanentes con otros *fans*. Esto último se relaciona con el hecho de que el entorno virtual es el más accesible y generalizado.

En todos los espacios analizados, los *fans* se vinculan entre sí a partir de la apropiación, uso y resignificación del universo simbólico de Harry Potter. A través de todo tipo de símbolos, de la ‘jerga nativa’, la forma de organizarse, etc., los *fans* dan sentido a sus relaciones a partir de elementos que todos ellos conocen y tienen en común. Así, los símbolos expresan las identificaciones de los *fans*, pero también las legitiman y construyen. Lo mismo sucede con los vínculos entre los *fans*, que se fortalecen y constituyen en torno a dichos símbolos. También debe tenerse en cuenta que si bien el *fandom* de Harry Potter es variado en su composición en cuanto a las edades, existe un grupo de personas que “crecieron con Harry” que comparten aún más aspectos de sus identificaciones entre sí y, en muchos casos, se relacionan más estrechamente.

Por otra parte, en todos los ámbitos abordados, los *fans* hacen énfasis no tanto en las prácticas que llevan a cabo, sino en el hecho de que éstas son compartidas con otros. Tanto las reuniones cara-a-cara en la *Magic Meeting* y en el CHP como las interacciones desarrolladas en el mundo virtual implican para los *fans* un encuentro con otros, un espacio de reunión en el que pueden ser “ellos mismos” y en el que son comprendidos por los demás. Así, estos ámbitos aparecen como espacios en los que expresarse como *fans* de Harry Potter, en los que conocer y relacionarse con otros. Estas relaciones son buscadas activamente por los *fans*, quienes se sienten vinculados con los demás aún antes de haberlos conocido: por ello el *fandom* puede pensarse como una comunidad imaginada. De este modo, a través de Harry Potter se vinculan entre sí partiendo de identificaciones compartidas y construyendo juntos identificaciones colectivas. Así, a través de un consumo común, los *fans* se relacionan entre sí, construyendo identificaciones y comunidades alternativas a las vías de socialización tradicionales.

**BIBLIOGRAFÍA**

Aller, R. En prensa. Un reino de *fans*: identificaciones, apropiaciones y construcciones en el Círculo de Lectores de Harry Potter (Buenos Aires, Argentina). *Cuadernos del INAPL, Series Especiales*.

Abercrombie, N. y Longhurst, B. (1998). *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination.* London: Sage Publications Ltd.

Álvarez Gandolfi (2017). Acercarse a los otakus. Reflexiones sobre el abordaje de las derivas identitarias del consumo fan de manga/animé en el contexto de una cultura de la convergencia. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, (13).

Álvarez Gandolfi (2016a) “La cultura otaku y el consumo fan de manga-animé en Argentina: entre el posmodernismo y la convergencia”. *Vozes&Dialogo,15* (1), 24 – 36.

Álvarez Gandolfi (2016b) “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”. *Cultura, lenguaje y representación XVI,* 7-20.

Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo.* México: Fondo de Cultura Económica.

Ardèvol, E.; Estalella, A. y Domínguez, D. (2008). Introducción: la mediación tecnológica en la práctica etnográfica en Ardèvol, E.; A. Estalella; D. Domínguez (coords.): *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Actas del XI Congreso de Antropología de la faaee, Donostia, Ankulegi, 9-29.

Berreman, G. (1962): “Detrás de muchas máscaras: etnografía y manejo de las impresiones en un pueblo del Himalaya”. *Society for Applied Anthropology, Monograph, 8* (traducción de Victoria Casabona).

Borda, L. (2012) *Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: El fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas.* Buenos Aires: Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales (FSOC-UBA).

Borda, L. (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *Revista Trama de la comunicación*. *Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación*, *19* (1), 67 – 87.

Briggs, C. L. (1986). *Learning how to ask. A sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*. Cambridge: Cambridge University Press.

Briones, C. (2007). “Teorías performativas de la identidad y performatividad de las teorías”. *Tabula Rasa, (*6), pp. 55-83.

Brow, J. (1990). “Notes on Community, Hegemony, and Uses of the Past”. *Anthropological Quarterly,* 63(1):1-6

Brubaker, R. & Cooper F. (2000). Beyond identity, *Theory and Society, 29* (1), 1-47.

Carvalho, J. J. (2000). A religião como sistema simbólico. Uma atualização teórica. *Série Antropologia* 285. Brasilia: Departamento de Antropología, Universidad de Brasilia.

Citro, S. (2017). Cuando “los descendientes de los barcos” comenzaron a mutar. Corporalidades y sonoridades multiculturales en el Bicentenario argentino”. *AIBR- Revista Iberoamericana de Antropología*, *12* (1), pp. 53 – 75.

Costilla, J. (2007) Los usos socio-políticos del milagro cristiano. Una aproximación teórica y bibliográfica. *XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.

Crehan, K. (2002). *Gramsci, Cultura y Antropología*. Barcelona,: Ediciones Bellaterra

Cuestas, P. (2014). Conociendo el mágico mundo de Harry Potter: Sus fans, la relación con la obra y los vínculos que se tejen en el club de lectores. Trabajo final de grado (Licenciada en Sociología). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Cuestas, P. (2016). “Entre libros, túnicas y varitas: Desbordando el mágico mundo de Harry Potter”. *El Toldo de Astier*, 7 (12), pp. 48-55

Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom en Lewis, L. (ed.) *The Adoring Audience*. London &New York: Routledge

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas.* México: Gedisa.

Geertz, C. (1994). *Conocimiento local: ensayos sobre la interpretacion de las culturas*. Barcelona: Paidós.

Gray J., Harrington, L.C. & Sandvoss C. (2007). Introduction: Why study fans? En Harrington, L.C., Gray J. y Sandvoss C. (Ed.), *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, 1 – 18. Nueva York: New York University Press.

Guber, R. (2001). *Etnografía. Método, campo y reflexividad.* Buenos Aires: Editorial Norma.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Jenkins, H. (1992). Conclusion: “In my weekend-only world…”: Reconsidering Fandom. En *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (pp. 277-287). Nueva York: Routledge.

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.

Jindra, M. (1994). Star Trek Fandom as a Religious Phenomenon. *Sociology of Religion, 55* (1), 27 – 51.

Lins Ribeiro, G. (2011). Antropología de la globalización. Circulación de personas, mercancías e informaciones. *Cuaderno Urbano, 10* (10), 159-186.

Martín, E. (2007). Gilda, el ángel de la cumbia. Prácticas de sacralización de una cantante argentina. *Religião e Sociedade, 27* (2), 30-54.

Mutuverría, M. y Chaves M. (2009). Ser parte de la magia. Club de fans y seguidores de Harry Potter. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Ricoeur, P. (1976) [1969]. Hermenéutica de los símbolos y reflexión filosófica I, en *Introducción a la simbólica del mal.* Buenos Aires: Megápolis.

Rosas Mantecón, A. (1993). Globalización cultural y antropología. *Alteridades, 3*(5), 79-91

Téllez Infantes, A. (2014). *La investigación antropológica*. Editorial Club Universitario

Turner, V. (1980).*La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu.* Madrid: Siglo XXI.

Turner (2002) [1974] Dramas sociales y metáforas rituales. En: Geist, l. *Antropologíadel Ritual: Víctor Tumer.*l.N.A.H. - E.N.A.H. México D.F.

Wright, P. (2015). “Yo tengo un don”. Hermenéutica y antropología de la religión: entrela escucha y la sospecha de los símbolos. En Renold, J. M. (ed.). *Religión: estudiosantropológicos sobre sus problemáticas*. Buenos Aires:Biblos, pp. 65-86.

1. Contracción de las palabras inglesas *fan* y *kingdom*, que podría traducirse como “reino de *fans”.* Existen discusiones sobre su etimología; esta traducción es la que aparece más frecuentemente en el sentido común nativo y académico. [↑](#footnote-ref-1)
2. La noción de ‘mundo’*,* que yo utilizo como categoría analítica, es una categoría social que utilizan los actores en su cotidianeidad para indicar que no son solamente *fans* de un libro, una saga, o una franquicia de películas, sino *fans* de todo un ‘mundo’. Éste integra el universo simbólico construido por la autora y otros medios oficiales, pero también por los propios *fans*, quienes se apropian de ese mundo, lo hacen suyo, lo significan, lo viven, y también contribuyen a construirlo a través de sus prácticas, saberes, y de su producción y reproducción simbólica. [↑](#footnote-ref-2)
3. Aunque “fanático” y “*fan*” suelen ser utilizados como sinónimos, considero que “fanático” conlleva una carga descalificatoria. Lo mismo ocurre con “*fanatismo”*; por ello propongo usar la categoría de *fanismo* para referirme al conjunto de representaciones, formas de sentir, relacionarse y actuar compartidas por los *fans*. Eloisa Martín utiliza esta categoría en algunos de sus trabajos (2007), pero no la define ni diferencia de *fandom* o “fanatismo”. [↑](#footnote-ref-3)
4. En las novelas de Harry Potter, los estudiantes del colegio de magia *Hogwarts* son divididos en cuatro “casas” (*Ravenclaw, Hufflepuff, Slytherin y Gryffindor*), para las cuales ganan o pierden puntos a lo largo del año escolar. Esto será desarrollado en mayor profundidad más adelante. [↑](#footnote-ref-4)
5. Las convenciones son eventos que generalmente tienen como objetivo la promoción y venta de artículos relacionados con algún género, saga o producto en particular, así como la realización de actividades en torno al mismo. Comúnmente son realizadas en centros de convenciones, hoteles, campus universitarios, colegios o incluso en espacios abiertos, con actividades al aire libre. En estos eventos - para los cuales se suele cobrar entrada - se puede observar una gran variedad de prácticas (karaokes, proyecciones audiovisuales, debates, concursos, trivias, desfiles de *cosplay*, exposiciones de arte, artistas invitados, etc.), y puestos de venta. [↑](#footnote-ref-5)
6. www.magicmeeting.com.ar [↑](#footnote-ref-6)
7. Término nativo que los *fans* de Harry Potter utilizan para autodenominarse [↑](#footnote-ref-7)
8. Registros de campo de reuniones generales del CHP 2017 y *Magic Meeting* 2018 [↑](#footnote-ref-8)
9. La mayoría de los espacios que describí fueron creados por los *fans* para *fans*, o son redes sociales aprovechadas por ellos para crear espacios virtuales temáticos. Pero la practicidad de Internet para transmitir información y construir el mundo de Harry Potter no fue solamente descubierta por el *fandom*, sino también por la industria, que además de publicar y reeditar libros, de crear parques de diversiones o difundir nueva información en entrevistas, etc., también abrió sus propias páginas *web* oficiales (pottermore.com, jkrowling.com, etc.). [↑](#footnote-ref-9)
10. *Role Playing Game*, juegos interpretativo-narrativos en los que los jugadores desempeñan un determinado papel, rol o personaje a lo largo de una historia en la que interpretan sus diálogos y describen sus acciones. Pueden ser juegos de mesa, videojuegos, o llevarse a cabo a través de mensajería instantánea y foros, etc. [↑](#footnote-ref-10)
11. Registros de campo de *Magic Meeting* 2017 [↑](#footnote-ref-11)
12. Publicación en grupo público de Facebook de la Asociación Harry Potter Argentina 20/04/2018 [↑](#footnote-ref-12)
13. Publicación en grupo público de Facebook de la Asociación Harry Potter Argentina 20/04/2018 [↑](#footnote-ref-13)
14. Publicación en grupo público de Facebook de la Asociación Harry Potter Argentina 01/05/2018 [↑](#footnote-ref-14)
15. Registros de campo de reuniones generales del CHP 2017, *Magic Meeting* 2018 y observaciones en grupos de *Facebook* y *Whatsapp* del CHP 2017 – 2018 [↑](#footnote-ref-15)
16. En las novelas, “persona no mágica”. [↑](#footnote-ref-16)
17. Entrevista 10, 23 años, 06/10/2016 [↑](#footnote-ref-17)
18. Diament, M. (30 de Octubre de 1999). Harry Potter hace magia y los chicos vuelven a leer. *La Nación*, se afianza el éxito de Harry Potter (11 de Febrero de 2001). *La Nación*. Recuperado el día 01 de Marzo de 2019, por ejemplo. [↑](#footnote-ref-18)
19. Entrevista 7, 30 años, 28/08/2016 [↑](#footnote-ref-19)
20. Entrevista 9, 40 años, 03/09/2016 [↑](#footnote-ref-20)
21. Entrevistas 2, 4, 5, 6, 10, 11, entre otras [↑](#footnote-ref-21)