



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Subcultura Potterhead : prácticas, identidades y tensiones entre los fanáticos de Harry Potter en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Laura Gabriela Kievsky

Federico Álvarez Gandolfi, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2021

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales



**Tesina para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación**

Subcultura Potterhead

**Prácticas, identidades y tensiones entre los fanáticos de
Harry Potter en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

Alumna: Laura Gabriela Kievsky

DNI: 39558515

Mail: lauragkievsky@gmail.com

Dirección: Blanco Encalada 3150 7°B

Teléfono: 11-5886-6688

Tutor: Mag. Federico Álvarez Gandolfi

Legajo: 196285

Mail: federicoalvarezg@gmail.com

Mayo 2021

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer al Mag. Federico Álvarez Gandolfi por su voto de confianza desde el primer momento, por su tiempo, sus valiosas correcciones, sugerencias y comentarios que llevaron a la existencia de esta tesina.

A mis padres, Hernán y Noemí, por su eterno apoyo y aliento durante el transcurso de la carrera y especialmente durante la elaboración de este trabajo.

Al resto de mi familia, en particular a mi abuela Ethel, por sus constantes palabras de ánimo y curiosidad por el tema de la investigación; y mi tía abuela, Ruth, por sus anécdotas y almuerzos, que fueron un gran aporte para la realización de esta tesina. A Milena, mi Hufflepuff favorita, por su fanatismo, por su constante interés y por ser mi primera entrevistada y brindarme compañía durante el trabajo de campo presencial y virtual.

A mis amigxs, que siempre me apoyan y se alegran por mis avances, por sus palabras de aliento en los momentos más agobiantes, así como por su eterna paciencia. Gracias por prestarme sus oídos para escuchar mis reflexiones, quejas, alegrías y frustraciones durante este largo camino de escritura.

A mis compañerxs, colegas y graduadxs de la Facultad de Ciencias Sociales, por su solidaridad a la hora de compartir textos e investigaciones, y por su interés académico en esta investigación. No hay nadie mejor para unx tesista que otra persona que haya pasado por lo mismo y entienda lo que implica el proceso de producción de una tesina.

Al staff de la Asociación Harry Potter Argentina y del Círculo de Lectores de Harry Potter por su amabilidad en todo momento y por brindarme la información necesaria para esta investigación.

Por último, a todxs los potterheads de la Ciudad de Buenos Aires por su predisposición, interés, curiosidad, ayuda, opiniones y, sobre todo, por mantener vivo el fanatismo por Harry Potter luego de tantos años.

Esta tesina es para todxs ellxs.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
I. Presentación del tema	5
I.I. Un poco de historia	6
II. Estado de la cuestión.....	8
III. Perspectiva teórico-metodológica	10
IV. Plan de obra	18
CAPÍTULO 1. POTTERMANÍA: HACIA LA REVISIÓN DE LOS MODOS DE PREFIGURAR UN FANATISMO.....	20
1.1. Dominancias interdiscursivas en las representaciones hegemónicas de los fans de Harry Potter	20
1.1.1. “Esta gente no está bien”: los potterheads como enfermos, anormales y raros	23
1.1.2. “Harry sigue conquistando nuevos lectores entre los más pequeños”: el potterhead como el tierno niño lector en oposición al adulto inmaduro.....	29
1.2. Un cierre a modo de apertura.....	33
CAPÍTULO 2. SER POTTERHEAD: SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE UNA IDENTIDAD INDIVIDUAL Y COLECTIVA	35
2.1. Prácticas, interacciones y sentidos producidos en el fandom Potterhead	35
2.2. “Harry Potter es quien soy, es mi estilo de vida”: el fanatismo como herramienta de autoidentificación	36
2.3. “No soy el único que está enfermo por Harry Potter”: el fandom como lugar de pertenencia	41
2.3.1. “Un fin de semana ideal”: clubes de fans y encuentros en la ciudad	44
2.3.1.1. “No es tan errado decir que somos una secta”: el caso del Círculo de lectores de Harry Potter, el club de fans de Harry Potter más antiguo de CABA.....	44
2.3.1.2. Una alternativa en CABA: la Asociación Harry Potter Argentina	51

2.3.1.3. <i>Magic Meeting y Harry Potter Book Night:</i> los emblemáticos eventos de FanCon.....	53
2.4. A modo de cierre.....	58
CAPÍTULO 3. “ES REAL PARA NOSOTROS”: HACIA LA DEFINICIÓN DE UNA IDENTIDAD VIRTUAL.....	60
3.1. El ciberespacio: otras formas posibles de vinculación social	60
3.2. “Potterhead hasta el final”: sobre la importancia de Harry Potter en las construcciones identitarias virtualizadas	60
3.3. “Si me seguís probablemente te guste HP”: cultura participativa e inteligencia colectiva	64
3.4. “Harry Potter es nuestro”: devoción y militancia	71
3.5. A modo de cierre	78
CAPÍTULO 4. “SOS UN MUGGLE”: TENSIONES Y DISTINCIONES EN EL INTERIOR DE UN FANDOM DIVERSO	80
4.1. ¿Quién es el mejor potterhead? Sobre las jerarquías y las pujas por el poder	80
4.2. “No vengas a decirme que sos fanático si no podés demostrarlo”: la acumulación de saberes como capital subcultural.....	82
4.3. “No habías nacido y eramos fans”: tensiones generacionales.....	91
4.4. A modo de cierre	96
CONSIDERACIONES FINALES: ¿HACIA UNA POLITIZACIÓN DE LOS POTTERHEADS?	98
BIBLIOGRAFÍA	102

INTRODUCCIÓN

I. Presentación del tema

En los últimos años, surgieron en nuestro país fandoms¹ centrados en varios productos mediático-culturales. Esto puede comprenderse en el marco del contexto globalizado que se encuentra en constante movimiento y en el cual estamos insertos. Desde hace décadas, muchas producciones transnacionales, en especial literarias y audiovisuales, arribaron a la Argentina de la mano de los cambios en las formas de consumo relacionadas con la digitalización, dando lugar a la formación de diversas subculturas en torno de ellas. Un claro ejemplo son las comunidades de fans que traspasan las fronteras gracias a la ampliación del acceso a diferentes obras.

Dentro de este contexto, podemos mencionar que el fandom de Harry Potter ha surgido y crecido rápidamente como parte de dichos procesos. Este es un fenómeno global que nació en 1997 con la publicación del primer libro de la saga literaria escrita por J. K. Rowling. Originado hace más de veinte años, hoy cuenta con una saga fantástica compuesta por siete libros, una saga cinematográfica con ocho películas, diversos *spin-offs*², una obra de teatro, parques de diversiones temáticos, cientos de productos de merchandising vendidos y miles de fanáticos alrededor del planeta.

En este sentido, la llegada del primer libro a la Argentina en 1999 dio inicio a dinámicas locales y nacionales en torno de este fenómeno global. En el país se gestó un fandom (o comunidad de fans) concentrado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la que empezaron a organizarse los primeros clubes, eventos y actividades destinados a los fanáticos de Harry Potter. Con el tiempo, el desarrollo de las tecnologías digitales y la consolidación de las comunicaciones por plataformas de Internet amplió sus posibilidades de encuentro entre pares, así como de realización de intercambios y distintas prácticas en torno de su consumo compartido.

Dicho esto, el tema de la presente tesina es la subcultura Potterhead, es decir, el universo simbólico del que participan las y los fanáticos del fenómeno Harry Potter en la Ciudad de Buenos Aires. Se trata de un trabajo de investigación cualitativa que analizará

¹ El término fandom, del inglés *fan kingdom* [“reino de fans”], se utiliza para hacer referencia a un grupo, colectivo o comunidad de fans que se configura en torno de un objeto de consumo como comics, sagas de libros, películas, series, entre otros.

² *Spin-off* es un término anglosajón que refiere a un subproducto o proyecto nacido como extensión de otro existente, que puede abarcar desde la literatura hasta el cine.

las prácticas y tensiones dentro de una comunidad de fans (denominados “potterheads”), la cual se constituye en torno de un consumo cultural particular: los libros y las películas de Harry Potter. Se indagará sobre sus representaciones mediáticas y se las contrastará con los sentidos que producen estos fans, los cuales se reconstruirían tanto a partir de sus interacciones en el plano offline y online como a partir de entrevistas con ellos. También se interpretarán las formas en las que se configura la identidad colectiva del fandom y las identidades personales de quienes se sienten parte de él, observando las negociaciones y los conflictos entre las significaciones compartidas que producen en torno de sus actividades comunes.

Por lo tanto, esta tesina se inscribe dentro de los *fan studies* [estudios sobre fans], en sus vínculos con las preocupaciones de los estudios culturales británicos por la recepción, la actividad de las audiencias y las relaciones de poder. Se trata de un trabajo que, desde un enfoque socioantropológico, abordará las nociones de “identidad” y “otredad cultural” así como las de “comunidad” y “subcultura”, y que, en lo que hace a sus aspectos metodológicos, utilizará técnicas cualitativas propias de un trabajo de campo etnográfico –tanto clásico, en reuniones presenciales, como virtual, en redes sociales– para comprender las dinámicas identitarias, comunitarias y simbólicas que atraviesan al fandom de Harry Potter y sus prácticas.

I.I. Un poco de historia

El fenómeno Harry Potter comenzó en 1997 con el lanzamiento de *Harry Potter y la piedra filosofal*, el primer libro de la saga que salió al mercado de la mano de la editorial Bloomsbury Publishing en Inglaterra. La historia sigue a un niño de 11 años que se entera de que es un mago cuando le llega una carta con una invitación a estudiar en *Hogwarts*, una escuela de magia y hechicería. A lo largo de su desarrollo, este personaje busca derrotar al malvado Lord Voldemort, quien asesinó a sus padres en su afán de conquistar el mundo mágico.

Tras un inesperado éxito de este título, escrito por la autora J. K. Rowling, se publicaron seis libros más, completando la saga fantástica con el último tomo *Harry Potter y las Reliquias de la Muerte* en 2007. Si bien el público al que apuntaba este tipo de literatura eran las y los niños, varios jóvenes y adultos se convirtieron rápidamente en seguidores y fanáticos de la franquicia. Además, el fenómeno comenzado en 1997 adquirió una mayor repercusión en 2001, cuando la ficción literaria llegó al cine y cientos de miles de espectadores pudieron ver la historia en la pantalla grande. La saga literaria

se convirtió en un *best seller* y las películas fueron un éxito de recaudación³. Podemos decir, entonces, que Harry Potter tuvo más éxito global de lo esperado y que resultó ser un fenómeno sin precedentes que generó fans en todo el mundo.

Hoy en día el lanzamiento de libros y películas ha terminado, pero el universo de Harry Potter se ha expandido con la saga de *Animales fantásticos y dónde encontrarlos*, cuya historia se ubica en un período anterior y se desarrolla, hasta el momento, en un libro también escrito por la propia J. K. Rowling y en cinco películas en cuyos guiones participa esta autora. También se escribió una obra de teatro (*Harry Potter y el Legado Maldito*) con la ayuda de Rowling, que puede verse en Estados Unidos e Inglaterra.

En Argentina, la recepción de este fenómeno fue muy particular. En el año 1999 se tradujo el primer libro al español y llegó a al país, pero fue recién en 2005 cuando se creó el Círculo de Lectores de Harry Potter [CHP], la comunidad más grande e importante de “potterheads” por estos lares⁴. En la actualidad, este club realiza reuniones y encuentros periódicos entre los fans y proponen diversas actividades online a través de las redes sociales. También surgieron posteriormente otras comunidades, como la Asociación Harry Potter Argentina, y eventos como *Harry Potter Book Night* y *Magic Meeting*, un encuentro que se realiza anualmente en el barrio de Balvanera durante un fin de semana y que, según sus organizadores, cada año convoca a más de cuatro mil participantes por día.

Igualmente, las redes sociales han dado lugar a un fandom virtual que nuclea a fans de distintos puntos de la ciudad y les otorga distintas herramientas para desarrollar prácticas en torno de Harry Potter. Así, además de encontrarse cara a cara, los fanáticos suelen valerse de las vías de sociabilidad habilitadas por las tecnologías digitales y la globalización, las cuales les permiten una conexión cotidiana posible en todo momento y lugar, como remarca Federico Álvarez Gandolfi (2016). Si bien el CHP se caracteriza por sus reuniones presenciales, la virtualidad ha sido una dimensión fundamental para la configuración y la expansión del grupo y el fandom: no solo acceden a información acerca de su objeto de devoción a través de distintos sitios web, sino que también, mediante sus interacciones diarias a través de Internet, en grupos de Facebook o Whatsapp, comparten

³ La saga de Harry Potter fue traducida a setenta y cuatro idiomas y lleva más de quinientos millones de ejemplares vendidos en todo el mundo. De igual forma, las películas han recaudado en total más de ocho mil millones de dólares en taquilla.

⁴ La página de Facebook del CHP Argentina cuenta con más de 17 mil seguidores y su cuenta en Instagram tiene más de 7 mil mientras que otras comunidades como Asociación Harry Potter Argentina cuentan con tan solo 4 mil seguidores en Facebook.

interpretaciones, sentimientos, inquietudes que remiten a otros ámbitos de su vida, según observa el autor citado.

En este marco, esta tesina busca suplir un vacío de estudios analíticos sobre el caso en la Ciudad de Buenos Aires. Si bien se puede observar que existen tesinas y tesis sobre la subcultura Potterhead en el país, en su mayoría se centran en la ciudad de La Plata. Entonces, la comunidad Potterhead en la Ciudad de Buenos Aires no ha sido estudiada en profundidad y presenta un fenómeno complejo con diversas dimensiones relevantes para analizar, aunque desde los medios de comunicación y el sentido común que reproducen se tiende a prefigurar al fanático de modo estereotipado y ridiculizante. Por lo tanto, la investigación indagará sobre este fandom en pos de describir e interpretar las prácticas y representaciones de estos fans en toda su complejidad, reconstruyendo sus propios horizontes de sentido y al mismo tiempo problematizando las tensiones que atraviesan su comunidad.

II. Estado de la cuestión

Como observan Libertad Borda (2012) y Álvarez Gandolfi (2014), los primeros estudios que se centraron en el fanatismo surgieron en Estados Unidos a principios de los años noventa. Estos trabajos reproducían estereotipos estigmatizantes propios de las representaciones mediáticas hegemónicas que describían a los fans como “multitudes histéricas” o “solitarios obsesionados” (Jensen, 1992: 9). En este sentido, Henry Jenkins (1992) se ocupó de problematizar estos estereotipos, convirtiéndose así en el referente principal en este campo de investigación, los *fan studies*. Este autor describe a los fandoms como “subculturas”, “comunidades alternativas” a la vida cotidiana, familiar, escolar y laboral de los fans, a quienes caracteriza con sujetos que desarrollan actitudes “participativas” y prácticas “creativas” sostenidas sobre la base de valores “humanitarios” y de “reciprocidad” (1992: 277-287), así como de sentimientos identitarios de pertenencia.

Cabe mencionar también que tanto Jenkins como John Fiske (1992) marcaron una ruptura con las producciones académicas sobre el fanatismo en general, al buscar sistematizar y problematizar sus prácticas. De esta forma, Jenkins (2008) se ha convertido en uno de los primeros autores en referirse a la “colaboración” y la “cultura de la convergencia” en relación con los fandoms. Podemos decir que el interés central de este autor se centra en el consumo y los procesos de recepción, en pos de caracterizar a estos sujetos como “prosumidores”.

Fiske, por su parte, buscó analizar *la economía cultural del fanatismo*, entendiéndola como aquella que se despliega en torno de “[...] los gustos culturales de [...] aquellos que carecen de poder por cualquier combinación de género, edad, clase y raza” (1992: 30). En este sentido, la riqueza de los trabajos de este autor es pensar las distintas productividades de los fans en su condición de receptores de contenidos mediáticos, productividades que van más allá de la semiótica para abarcar la enunciativa y la textual, es decir, tanto la creación de sentidos como de identidades colectivas y de productos propios.

Las propuestas de Fiske y Jenkins pueden ser clasificadas como parte de una “primera ola de los estudios sobre fans” (Gray *et al.*, 2007), en la medida en que prefiguran a los fandoms en su supuesta transgresión o autonomía, idealizándolos y conceptualizándolos como subculturas marginadas por la ideología dominante, así como dando cuenta de su carácter proactivo. Teniendo esto en cuenta, a finales de los noventa esta corriente de estudio fue mutando y surgió una segunda ola de *fan studies* en la cual Sarah Thornton (1996) se impuso como referente. Esta nueva corriente buscó focalizarse en la forma en la que los fandoms se encuentran insertos en estructuras sociales jerárquicas con normas específicas (Álvarez Gandolfi, 2014). De esta forma, recuperamos los trabajos de Thornton, quien estudió las relaciones de poder y los conflictos existentes en el interior de este tipo de comunidades, especialmente en las “culturas de club” compuestas por fans de la música electrónica. Otros autores como Matt Hills (2002) también se encargaron de cuestionar la mirada celebratoria sobre las *culturas fan*, al recuperar sus heterogeneidades y conflictos.

En América Latina, la pionera del campo es Libertad Borda (2000; 2008; 2012). Esta autora indagó sobre la *fanfiction* o escritura de relatos amateur y analizó las dinámicas de comunalización en foros de fanáticos de telenovelas como *Yo soy Betty, la fea*. Su principal aporte fue conceptualizar de modo amplio al fanatismo como un “fondo de recursos” disponible para la construcción de identidades y redes de reciprocidad entre pares (Borda, 2015).

Durante los años 2000, cabe mencionar las investigaciones de Patricia Coralís (2004) sobre el club de fans de Madonna, Eloisa Martín (2007) y Lucía Aisicoff (2015), quienes centraron sus análisis en los fanáticos de Gilda, y Cora Leticia Olivera (2010), quien estudió a los fans de la novela Patito Feo, teniendo en cuenta sus interacciones en las redes sociales. Igualmente, cabe resaltar los planteos de Álvarez Gandolfi (2014; 2015; 2016; 2017) sobre la subcultura otaku y las jerarquías que la atraviesan.

En cuanto a los trabajos que se centran en la temática sobre Harry Potter y sus fanáticos, la tesis de Marcos Mutuverría y Carlos Dandrés (2008) es uno de los primeros estudios alrededor de este fandom en el país. Esta investigación se centra en El Aquelarre, un club de fans de Harry Potter ubicado en la ciudad de La Plata. También son relevantes los trabajos de Paula Cuestas (2012; 2014; 2019) y Roberta Aller (2019) acerca del Círculo de Lectores de Harry Potter en la Ciudad de Buenos Aires, en los cuales describen y analizan las dinámicas y prácticas que surgen en el interior de esos espacios y sus interacciones en el plano virtual, así como el lugar que ocupa Harry Potter en la vida de esos fans.

Además, se destacan el estudio de María Victoria Wade (2011), quien da cuenta de los consumos y producciones culturales de jóvenes y adolescentes alrededor de la sagas de Crepúsculo y Harry Potter, así como los planteos de David Sebastián Ibarrola (2020), quien se centra en el análisis de la extrapolación del deporte ficticio del *Quidditch* al mundo real.

III. Perspectiva teórico-metodológica

Las referencias más amplias de esta tesina son los estudios culturales surgidos con la Escuela de Birmingham y abocados al análisis de las prácticas sociales, sus interacciones y manifestaciones simbólicas, en pos de comprender la complejidad de los procesos de comunicación, así como las dinámicas, tensiones y negociaciones propias de lo cultural. Se concibe un receptor activo de los productos de los medios y la industria cultural, es decir, un receptor que resignifica desde su contexto los mensajes que recibe.

Se adoptará, entonces, un enfoque culturalista de los procesos de construcción de identidad. Por esto, se usará el concepto de cultura tal como lo define Raymond Williams. En primer lugar, el autor define a la cultura como “un proceso social total en el que los hombres definen y configuran sus vidas” (1977: 129). Williams propone a la cultura como una esfera significativa que permite reproducir circunstancias sociales en un espacio donde se realizan intercambios y que afecta la forma en la cual los individuos piensan, hablan y actúan. También es pertinente mencionar que, tal como propuso Stuart Hall (1996), creemos que la cultura es un proceso inconcluso y dinámico, en constante movimiento y transformación.

De igual forma, se retomará la definición de identidad de Hall (1996), a través de la cual enuncia que la identidad es posicional y estratégica, es decir, que se constituye

según el contexto particular, de forma relacional y fragmentada. Creemos que las identidades se construyen de distintas maneras y se manifiestan a través de discursos, intereses, valores, prácticas y representaciones que se ponen en juego en diversos sistemas de relaciones. Por eso podemos decir que la identidad Potterhead se manifiesta a través de diferentes prácticas, posiciones y representaciones. La identidad, entonces, no aparece como un todo homogéneo, sino que está compuesto por distintos elementos con diversas matices y depende siempre del contexto espacio temporal en el que se ubica.

Retomando a Hall, Rogers Brubaker y Frederick Cooper (2001) proponen el concepto de autocomprensión como un elemento central de la identidad en constante tensión con las categorizaciones externas de los sujetos, pues tiene en cuenta las maneras en que las personas se perciben, “el propio sentido de quién es uno”. Este concepto es fuertemente contextual y situacional, puede variar de un momento a otro. De igual forma, los autores proponen que “la ‘autocomprensión’ no puede, por supuesto, hacer todo el trabajo de ‘identidad’ [...] En el límite, las autocomprensiones pueden verse contrarrestadas por categorizaciones externas abrumadoramente coercitivas” (2001: 13). Por lo tanto, se prestará atención a los vínculos entre las identificaciones exógenas, expresadas en las representaciones mediáticas, y las autoidentificaciones de los fans de Harry Potter.

Brubaker y Cooper (2001) también proponen las nociones de comunidad, conexionalismo y grupalidad, así como la importancia de su articulación, cuestión que se retomará para reflexionar sobre el fandom Potterhead contemplando sus atributos comunes, los lazos relacionales que los unen y los sentimientos de pertenencia que generan.

También se tomará en cuenta a Richard Hoggart (1957) y las nociones propuestas de los vínculos entre y dentro del “ellos” y del “nosotros”, sobre los cuales se sostienen las configuraciones culturales y las identidades colectivas. El “nosotros” alude a una comunidad, una identidad compartida entre los fanáticos en la cual se sienten sostenidos, mientras que el “ellos” refiere a todo lo que se mantiene fuera de ese campo.

De igual forma, se retomará el concepto de “subcultura” propuesto por Dick Hebdige (2004) quien analiza las relaciones entre los miembros de este tipo de comunidades y cómo se marcan los límites con otras comunidades. Se empleará la definición que propone el autor de hegemonía, siguiendo a Antonio Gramsci (1961), a través de la cual dicho concepto aparece como una relación de supremacía o “autoridad social total” que determinados grupos sociales ejercen sobre otros grupos, haciéndolos

ocupar una posición de subordinación simbólica. En este sentido, se entenderá que estas dinámicas hegemónicas implican un equilibrio móvil ya que no son inalterables, permanentes ni fijas en el tiempo, sino que deben ser constantemente “conquistadas, reproducidas y sostenidas”.

También se aplicarán las advertencias de Álvarez Gandolfi (2014; 2017) quien, basándose en los vínculos entre los estudios culturales británicos y los estudios sobre fans, da cuenta de las tensiones que atraviesan el fanatismo por objetos de la cultura de masas japonesa, expresadas en la configuración de la “subcultura otaku”. Al presentar a los potterheads como una subcultura, estamos diciendo que se trata de sujetos que son despreciados por la ideología dominante de la época, caracterizados como un “otro peligroso”, cuya diferencia implica un “desafío” a la representación totalizante de la colectividad. En este sentido, compartirían una de las características que Hebdige (2004) adjudica a los miembros de las subculturas como insertos dentro de sociedades que se oponen a ellos, por lo que los fans de Harry Potter pueden ser considerados aquí como un grupo social subalterno respecto a la cultura hegemónica, ya que se involucran con prácticas, expresiones, representaciones y valores alternativos a esta.

Igualmente, se problematizarán las desigualdades que siguen operando en el interior de los sistemas de valores subalternos. Como observa Álvarez Gandolfi (2017: 14):

“La juventud” no es una comunidad de indiferenciados consumidores, dentro de la cual parecería que las distintas subculturas dependen menos de las pertenencias de clase de sus miembros, en tanto organismos independientes cuyo funcionamiento sería aparentemente ajeno a los contextos socioeconómicos más amplios [...] Las subculturas no necesariamente son siempre “resistentes”, sino que también pueden ser “conservadoras”.

Por otra parte, se acudirá a los conceptos que propone Pierre Bourdieu (1983) de “campo” y “capital simbólico” para describir y analizar las jerarquías y tensiones que se establecen dentro de la comunidad de fans de Harry Potter, como por ejemplo a partir de atributos que definen a quienes son fanáticos desde hace más tiempo, poseen más productos de *merchandising* oficial y tienen más conocimientos acerca de la saga original, de modo que ocupan una posición superior al resto en el fandom.

También se extrapolará la articulación de los planteos sobre la subcultura, la sociología del gusto y los estudios sobre fans propuesta por Sarah Thornton (1995), quien

presenta el concepto de “capital subcultural”, es decir, “subespecies” de capital que operan dentro de campos no tan privilegiados y que permiten resaltar la importancia de las distinciones subculturales. Hoy en día los clubs de fans de Harry Potter funcionan como una especie de refugio para los jóvenes y sus reglas se vuelven predominantes tanto dentro como fuera de esos espacios.

Matt Hills (2017) vuelve a este concepto para pensarlo en relación con los fandoms, en la medida en que entiende que son tan diferenciados y diferenciadores como las subculturas, y propone que la noción de capital subcultural está orientada a reponer las tensiones entre lo individual y lo colectivo. El autor identifica dos tipos de capitales subculturales: el “mundano”, colectivo que se adquiere invirtiendo en prácticas por las cuales se reproduce la escena, y el “transgresivo”, que se puede reclamar a través de una crítica de la escena misma. La forma mundana implica ser reconocido como miembro de la subcultura o cultura fan, mientras que la transgresiva implica una muestra de originalidad expresada en su crítica desde adentro.

También cabe mencionar el trabajo de Nicholas Abercrombie y Brian Longhurst (1998), quienes proponen identificar al fanatismo como una identidad performativa a través de la cual los fans encuentran en los productos de la industria cultural una alternativa que reivindican frente a los discursos dominantes que los estigmatizan. En palabras de Borda, estos autores intentan:

colocar el fenómeno en un contexto mayor, el de la mercantilización creciente de la sociedad contemporánea, proceso doble que abarca tanto la conversión de objetos, acontecimientos y servicios en mercancías ‘entidades con un valor financiero que pueden comerciarse en un mercado’, como la conversión de los individuos en consumidores (2015: 74).

Por otro lado, se retomarán los planteos de los estudios de recepción para pensar en audiencias activas. Como afirma Martín-Barbero, “asimilar el mirar y el escuchar a la pasividad responde al mismo prejuicio que ve en la palabra lo contrario de la acción y en el trabajo manual lo contrario del trabajo intelectual” (2011: 454). Para pensar en los fans como audiencia y su relación con los medios de comunicación, este autor plantea que son los consumidores de cultura popular más creativos, críticos e interconectados.

En este sentido, también se contemplarán los planteos de Jenkins (2008) sobre la convergencia y la transmedialidad como fenómenos sociocomunicacionales y culturales contemporáneos que implica nuevos tipos de relaciones entre medios tradicionales y

digitales, géneros y formatos, lenguajes y narrativas, productores y consumidores, industrias y fans. Así se abordarán los intercambios y prácticas de los potterheads considerando sus usos de las redes sociales. De igual manera, problematizará el concepto de “mundo de fin de semana” (Jenkins, 2010) dado que Internet amplía la restricción espaciotemporal anterior de las actividades vinculadas con el fanatismo, como ámbito separado de otras instancias propias de la vida cotidiana, la familia, el trabajo y el estudio.

Por último, se recuperará la perspectiva crítica de Hills (2002), atenta a las heterogeneidades y conflictos propios de las culturas fan, así como la propuesta de Borda (2012) para pensar al fanatismo como un conjunto de prácticas, representaciones, actitudes, expectativas y relaciones que contribuyen a la construcción de identidades individuales y colectivas, de forma tal que se encuentran disponibles para que tanto los fanáticos como la industria tomen lo que necesitan.

A partir de este marco teórico, el objetivo general de esta tesina es analizar las identidades que pueden construirse en la subcultura Potterhead de la Ciudad de Buenos Aires, en el marco de una cultura de la convergencia. Para alcanzar tal propósito, los objetivos específicos consisten en:

- * Indagar las representaciones mediáticas acerca de los fans de Harry Potter.
- * Describir las prácticas fan de estos sujetos reponiendo sus propios horizontes de sentido.
- * Interpretar los modos en que alrededor tales representaciones y prácticas construyen sus identidades como parte de la comunidad Potterhead, a partir de interacciones tanto offline como online.
- * Problematicar las tensiones y jerarquías que se despliegan dentro del propio fandom, en función de la acumulación de saberes y un clivaje etario.

Tales objetivos se corresponden con los siguientes interrogantes:

- * ¿Cómo son representados los fans de Harry Potter en los medios de comunicación? ¿Con qué características, elementos, actividades y hábitos suele identificárselos?

- * ¿Qué implica ser potterhead para los propios fans? ¿Qué lugar ocupa Harry Potter en sus vidas? ¿Cómo se convierten en fanáticos de la saga? ¿Qué prácticas realizan a partir de sus consumos? ¿Qué los distingue de otros fanáticos?
- * ¿Qué tipo de socialización se da al interior de la comunidad de potterheads? ¿Cómo funciona el Círculo de Lectores de Harry Potter? ¿Qué actividades realizan en las reuniones? ¿Por qué van? ¿Cuál es su relación con Asociación Harry Potter Argentina? ¿Cuáles son sus diferencias y sus similitudes?
- * ¿Cómo se relacionan los potterheads en el plano online? ¿Qué redes sociales utilizan? ¿Cómo? ¿Para qué?
- * ¿Qué tensiones se dan dentro de la comunidad Potterhead? ¿Qué jerarquías se observan? ¿Cómo se diferencian estas tensiones y jerarquías en el plano offline y online?

Para poder dar respuesta estos interrogantes, se utilizaron las técnicas cualitativas de investigación que serán descriptas a continuación. En primera instancia, se realizó un rastreo y análisis de las representaciones mediáticas dominantes sobre los potterheads. Retomando a Marc Angenot (2010), se identificaron las dominancias interdiscursivas, es decir, las recurrencias temáticas o núcleos de sentido a partir de los cuales los fans de Harry Potter son puestos en escena y se determina lo pensable y lo decible acerca de estos actores, caracterizados de forma estereotipante. De esta forma, construimos un corpus periodístico compuesto por material audiovisual emitido en noticieros y programas de televisión de los principales canales argentinos, disponibles en Youtube, y notas y artículos publicados en la prensa gráfica tradicional, consultados en sus portales online. Los medios elegidos como parte del corpus son los diarios/sitios *La Nación*, *Clarín*, *Infobae*, y los canales televisivos C5N, Crónica TV y TN, debido a su gran popularidad⁵.

Por otro lado, se realizó un acercamiento etnográfico al universo simbólico de los potterheads, basado en un trabajo de campo con técnicas de observación participante y de entrevistas abiertas, propias de la inmersión en el mundo estudiado, según subraya Rosana Guber (2001), tanto en el plano online como offline, en búsqueda de comprender y

⁵ Según la página Totalmedios.com, *Infobae*, *Clarín* y *La Nación* son los portales de noticias con la mayor cantidad de lectores (más de 15.000 en promedio por mes). Por otro lado, TN y C5N se encuentran dentro de los cinco canales de televisión más vistos por los argentinos. Además, C5N cuenta con 1.2 millones de suscriptores en Youtube, mientras que Crónica TV tiene casi un millón de suscriptores y más de 400 millones de visualizaciones en sus videos.

describir densamente a este fandom, sus prácticas, sus propios sentidos y lógicas, sus interacciones y sus tensiones internas. En palabras de la autora: “la presencia directa es, indudablemente, una valiosa ayuda para el conocimiento social porque evita algunas mediaciones [...] ofreciendo a un observador crítico lo real en toda su complejidad” (2001: 3). El trabajo de campo contó con la concurrencia a diversos eventos, reuniones de los clubes de fans y convenciones que nuclearon a la comunidad Potterhead en la ciudad durante el año 2019 y principios del 2020; entrevistas a los fanáticos que atendieron a dichos eventos; y observaciones de sus actividades online.

Teniendo en cuenta que “los impactos de la estabilización y la implantación de nuevos sistemas tecnológicos dan lugar a transformaciones y reconfiguraciones de prácticas, entornos, sistemas y medios socio-técnico-culturales” (Lévy, 1997: 19), advertimos que, durante los últimos años, la conectividad a través de medios virtuales y el uso de las redes sociales por parte de los potterheads aumentó notablemente. El plano online se ha convertido en un nuevo recurso central tanto para sociabilización entre los fans como para el despliegue de diferentes prácticas.

En este punto, cabe resaltar que, en nuestro país, a partir de marzo del 2020 se decretó el ASPO (Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio) debido al crecimiento de la pandemia del virus Covid19. En ese sentido, las actividades presenciales fueron puestas en pausa hasta principio del 2021 y el ámbito virtual tomo un lugar central en el fandom. Igualmente, cabe mencionar que muchas de las entrevistas realizadas a los potterheads se llevaron a cabo de forma virtual a través de diversas plataformas de videotelefonía. Asimismo, observamos también que el uso de las redes sociales a nivel mundial para la comunalización se intensificó⁶ y este fandom no fue una excepción.

Entonces, considerando que, según los planteos de Jenkins (2008), la era de convergencia⁷ y la transmedialidad suponen, para los fanáticos, nuevos modos de expresarse y relacionarse entre sí, se desarrolló una etnografía virtual (Hine, 2004). Siguiendo a Álvarez Gandolfi, Hine “apuesta por el desarrollo de una etnografía virtual y propone pensar a Internet como un ciberespacio donde se gestan diferentes culturas y formas de organización social, mediante interacciones sostenidas a través de los diversos

⁶ Según un estudio publicado por Hootsuite en el 2021, el uso de redes sociales aumentó en un 27% debido a la pandemia.

⁷ Según el autor, el término “convergencia” es una “palabra que describe los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en la circulación de los medios en nuestra cultura [...] La convergencia se entiende aquí como un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos, no como una relación fija” (Jenkins, 2008: 276).

usos cotidianos de las tecnologías digitales” (2016: 10). De esta forma, se utilizará esta metodología para describir las prácticas e intercambios de estos fans siguiendo sus usos de redes sociales y los sentidos que producen a través de ellas.

El análisis se centrará en las interacciones que surgen entre los potterheads en Twitter⁸ e Instagram⁹. En este caso, hemos observado que en estas dos redes se producen la mayor cantidad de publicaciones de los fanáticos de Harry Potter y donde se encuentran más activos. Según las investigaciones de Crimson Hexagon (2019), ‘Animé y Fantasía’ (que incluye al universo simbólico de Harry Potter) fue el cuarto tema más mencionado en Twitter por los fandoms en el país durante el 2019, mientras que en Instagram el hashtag¹⁰ #HarryPotter cuenta con más de 27 millones de publicaciones y #Potterhead más de 4 millones a nivel global, mientras que #HarryPotterArgentina cuenta con más de 4500 publicaciones, según los datos de la plataforma.

Además, como propone Álvarez Gandolfi, “los contextos online y offline no son ámbitos de socialización escindidos, sino que se entrecruzan” (2016: 15). Es necesario destacar que la articulación entre un trabajo de campo clásico y virtual permite producir un conocimiento no etnocéntrico, mediante el contacto directo con distintos informantes en los espacios sociales donde ellos mismos se congregan e interactúan. Por lo tanto, es en ambas instancias, online y offline, donde se juega la pertenencia de los fanáticos al “fandom”. En este sentido, se describirán las similitudes y diferencias entre las prácticas realizadas por los fans en ambos planos, así como su particular enlace.

Por último, es pertinente retomar a Jenkins (1992) para reflexionar sobre la condición de los analistas como “aca-fan” (mitad académico, mitad fanático). En este caso, se trata de una investigación llevada a cabo por una aca-fan, perteneciente a la comunidad que estudió, de modo tal que convergen la perspectiva de análisis académico con los conocimientos desde el interior de esta subcultura de fanáticos. Esto significa que esta investigadora se considera fanática de la saga y tiene conocimiento del objeto, pero, al mismo tiempo, se encuentra distanciada del fandom y sus actividades tanto en el plano

⁸ Twitter es el nombre de la red social creada en el 2006 por Jack Dorsey. La red permite enviar “tweets” o “tuits”, es decir mensajes de texto, con un máximo de 280 caracteres que se muestran en la página principal de cada usuario.

⁹ Instagram es una red social creada en el 2010, en la cual los usuarios pueden observar y compartir fotos y videos. Cada foto puede estar acompañada de un texto y los usuarios pueden realizar comentarios en las publicaciones.

¹⁰ Palabra del inglés que remite a etiqueta. Se compone de una palabra o frase precedida por el símbolo numeral (#). Tiene la finalidad de que los usuarios identifiquen una temática rápidamente y puedan seguirla. Además, permite la creación automática de un hipervínculo que brinda acceso a todos los contenidos que incluyan el hashtag en cuestión.

online como offline, condición que atraviesa las descripciones e interpretaciones presentadas en esta tesina.

IV. Plan de obra

Esta tesina cuenta con cuatro capítulos. El capítulo 1 se centrará en las representaciones mediáticas a través de las cuales se caracteriza a los potterheads de formas estigmatizantes y estereotipantes. En este sentido, se realizará un análisis en pos de identificar las dominancias interdiscursivas (Angenot, 2010) a partir de los cuales se establece cierta imagen sobre dichos fans en el imaginario social. En esta línea, se ha seleccionado un corpus periodístico, en el cual los fans de Harry Potter son puestos en escena de forma patologizante y ridiculizante, que será descrito y examinado en detalle.

Sobre la base de los hallazgos de este primer capítulo, el capítulo 2 se propone contrastar estas representaciones con los sentidos producidos en función de las prácticas e interacciones que realizan los potterheads a partir del consumo de este producto cultural en particular, trazando continuidades y discontinuidades entre ellas. Se indagará sobre la importancia del consumo de Harry Potter en lo que se entiende como el *proceso de autocomprensión* de los fans, en pos de reconstruir los significados alrededor de qué implica ser potterhead para ellos y la importancia que le dan a la saga. En este sentido, observaremos cómo el fanatismo se ha vuelto un fondo de recursos a través de la cual los sujetos construyen sus identidades, tanto individuales como colectivas. De esta forma, analizaremos los modos mediante los cuales los fans socializan entre sí y forman una comunidad. Así, daremos cuenta de la historia de estos espacios y las prácticas desarrolladas en los clubes de fans más grandes de la ciudad (el CHP y Asociación Harry Potter Argentina), así como en eventos masivos como la *Magic Meeting* y *Harry Potter Book Night*. A la vez, se tratará de identificar cómo la voz hegemónica aparece en la voz de estos jóvenes fans, quienes invierten los sentidos negativos de los estereotipos de la primera reivindicándolos como emblemas.

En el capítulo 3, nos centraremos en el plano online, donde describiremos las interacciones y prácticas que surgen en el interior del fandom, cristalizadas en las plataformas Twitter e Instagram, así como la importancia que tiene este consumo en el proceso de construcción de la identidad virtual (Gelder, 2007) de los fans. Por ello, buscaremos responder cómo, por qué y para qué estos fanáticos eligen este tipo de plataformas y de qué forma construyen sus identidades virtuales en ellas. Además,

analizaremos las formas en las cuales los fans se expresan y relacionan en este tipo de espacios. Asimismo, marcaremos las continuidades y discontinuidades con el plano offline, diferenciando las prácticas que se dan únicamente al interior del plano online. Por último, observaremos cómo los potterheads utilizan sus cuentas y a Harry Potter para posicionarse en torno de problemáticas sociales y políticas.

Cabe destacar que, en pos de alejarnos de las miradas deterministas y celebratorias del fanatismo y las nuevas tecnologías, en el capítulo 4 se detallarán las distinciones y jerarquías que se establecen en este fandom tanto en el plano offline como online. Tendremos en cuenta tanto la acumulación de saberes y experiencias como la diferencia generacional como factores centrales a la hora de analizar las tensiones que se producen al interior de esta subcultura. Así se describirán las distinciones, relaciones de poder y exclusiones que se advierten en el interior de este fandom. En ese sentido, utilizaremos el concepto de capital subcultural propuesto por Sarah Thornton (1996) para dar cuenta de las distintas jerarquías que se establecen en una puja por convertirse en el “mejor potterhead”. En otras palabras, los fans establecen diversas formas de medir su grado de fanatismo, a través de la acumulación de conocimientos, saberes, objetos y experiencias, por las cuales se comparan y buscan el reconocimiento de sus pares.

Por otra parte, describiremos la división generacional del fandom en dos grupos: los fans más jóvenes y los fans más antiguos o mayores. Veremos cómo ambos grupos luchan por ser considerados los fans legítimos de la saga mágica y advertiremos que la antigüedad en el fandom conforma un factor central a la hora de establecer jerarquías y relaciones de poder en los clubes de fans.

Por último, se plantearán algunas consideraciones finales en las cuales se resumirán los hallazgos de esta tesina y se retomarán las preguntas de investigación planteadas en la Introducción para dar cuenta de posibles respuestas. En este sentido, retomaremos las conclusiones más relevantes a las que llegamos tras reflexionar acerca del consumo de este producto de la industria cultural y su importancia en la formación de determinadas identidades individuales, colectivas y virtuales. Además, contrastaremos estas reflexiones con otros estudios sobre el tema y se propondrán nuevas líneas de investigación para tener en cuenta a futuro, líneas que se relacionan con la transformación de Harry Potter en una herramienta central en determinadas luchas sociales y políticas o, en otras palabras, con la politización del fandom Potterhead.

CAPÍTULO 1

POTTERMANÍA: HACIA LA REVISIÓN DE LOS MODOS DE PREFIGURAR UN FANATISMO

1.1. Dominancias interdiscursivas en las representaciones hegemónicas de los fans de Harry Potter

Como se explicitó en la Introducción, uno de los objetivos de esta tesina es indagar sobre las representaciones mediáticas hegemónicas, en términos gramscianos¹¹, que se observan en torno a la subcultura Potterhead. En este sentido, en este capítulo se realizará un análisis que buscará identificar las dominancias interdiscursivas (Angenot, 2010), es decir, las recurrencias temáticas o núcleos de sentido que se encuentran en estas representaciones, a partir de los cuales los fanáticos de Harry Potter son puestos en escena, y que determinan las reglas y límites de lo pensable, decible y mostrable acerca de estos actores.

Teniendo en cuenta que, según Libertad Borda, “desde hace décadas el fan se viene paulatinamente instalando en el imaginario social como personaje reconocible del paisaje urbano” (2000: 1), se puede agregar que la figura del fan arribó y se instaló en los medios de comunicación masivos, que contribuyen continuamente a la reproducción de una determinada forma de observar y valorizar a estos actores y sus prácticas.

Además, considerando que los medios no son un mero reflejo de la realidad sino que, siguiendo a Stuart Hall (1997), reproducen “sistemas representacionales (para) referenciar objetos, personas y acontecimientos en el llamado ‘mundo real’” (1997: 25-28), instauran una figura del potterhead que, siguiendo las representaciones históricas y contemporáneas de los fanáticos de productos de la cultura de masas en general (Álvarez Gandolfi, 2014), tiende a basarse en su estigmatización y ridiculización.

En esta línea, se ha seleccionado un corpus periodístico que será descrito y examinado en detalle. Según se desarrolló en el apartado correspondiente a los criterios de selección del material analítico en la Introducción, este está compuesto tanto por material audiovisual transmitido en noticieros y programas televisivos de los principales canales argentinos, disponibles en Youtube, como por artículos y notas publicadas en la prensa gráfica tradicional, consultados en las páginas web de estos diarios.

¹¹ En concordancia con el pensamiento de Antonio Gramsci (1861), se puede decir que los medios de comunicación y sus sistemas de configuración significativa son funcionales a los intereses de las clases hegemónicas que detentan el poder.

Adicionalmente, creemos que el nivel icónico constituye un componente elemental del análisis ya que en los discursos que se reproducen en estos medios (gráfico y televisivo), “el sentido se produce en la articulación de ambas instancias, icónica y lingüística” (Borda, 2000: 2).

Considerando que, hasta principios de los noventa, los trabajos académicos que se centraban en el estudio de los fanáticos los representaban como portadores de una patología y los caracterizaban como locos y/o perdedores, al igual que el discurso periodístico, el trabajo de Joli Jensen (1992) irrumpió en la escena académica para criticar e indagar sobre la mirada prejuiciosa que describe a los fanáticos de una forma estigmatizante. Esta autora sistematiza los estereotipos patologizantes a través de los cuales se representa a los fanáticos y propone dos categorías: la multitud histérica y el individuo aislado y obsesionado.

En el primer caso, se trata de la caracterización del fan como parte de una multitud frenética, contagiosa y fácilmente influenciable, que se comporta de forma irracional. Para ejemplificar este concepto, Jensen (1992) asocia este ideologema a las y los fanáticos de bandas musicales surgidas desde los años 60 como *The Beatles* o *The Who* y las numerosas imágenes de las fans adolescentes que lloran al ver a sus ídolos en los aeropuertos.

En el segundo caso, la figura del fanático es relacionada con un individuo solitario y obsesionado que, bajo la influencia de los medios, vive en una fantasía en la cual mantiene una cercana relación con una celebridad. El fan se convierte en un loco que suele acechar o amenazar a su ídolo y puede devenir en asesino, como demuestra el caso de Mark Chapman, el fanático que mató a John Lennon en Nueva York en 1980. De esta forma, sobre la base de los sentidos negativos que atraviesan las puestas en escena en ambos casos, la figura del fanático se asocia a un comportamiento “fuera de control” (Jensen, 1992), excesivo, irracional y destructivo que conlleva una amenaza para la sociedad.

Siguiendo esta línea, en el informe de *Cines Argentinos* sobre la *Potterwalk*¹², los potterheads son mostrados como una multitud histérica, una pluralidad de cuerpos que se desplazan en el espacio público y presentan un inminente peligro. La imagen está acompañada por subtítulos que predicen “no se registraron incidentes ni hubo saqueos a los negocios” (*Cines Argentinos*, 3/7/11) e indican el desenlace esperado en este tipo de

¹² Marcha anual que se realiza desde el 2009 en el centro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con el fin de visibilizar la comunidad de fanáticos de Harry Potter.

eventos y el potencial peligro de esta multitud. El ideologema propuesto por Jensen suele ser acompañado de características como la visibilidad y transitoriedad que se observan en las figuras 1 y 2.



Figuras 1 y 2: fragmentos del informe de *Cines Argentinos* (3/7/11) sobre la *Potterwalk*.

Por otra parte, siguiendo a Borda (2000), recientemente la representación del fan ha incorporado rasgos de otra figura del imaginario social, el coleccionista. La autora sostiene que el fan coleccionista detenta más legitimidad social ya que se asemeja a la figura del experto, y que “aun cuando se mantiene la idea subyacente de amenaza, se amplían las fronteras etarias e históricas: no se trata ya de un lugar reservado a la adolescencia ni a la actualidad. Un experto puede ser un fanático” (Borda, 2000: 12). El “experto fanático” se advierte en una entrevista publicada en el diario *La Nación* (31/10/2018), en la cual Patricio Tarantino es denominado “el mayor coleccionista argentino de Harry Potter” y no un fanático o potterhead. El artículo aclara que Tarantino tiene 27 años, estudia Ciencias de la Computación y trabaja como Data Scientist, además de haber escrito un libro sobre el mundo de Harry Potter, *Historia secreta del mundo mágico*. De esta forma, el potterhead es visto como un coleccionista experto y conlleva mayor legitimidad y respeto.

Si bien, como hemos visto, las imágenes y artículos que caracterizan a los potterheads como una multitud histérica o como coleccionistas expertos existen, no son las representaciones que predominan en el corpus. En cambio, las dominantes discursivas que son recurrentes en las representaciones de los fanáticos de Harry Potter son la del “enfermo” o “anormal”, tal como demuestra Jensen (1992) con la patologización del fanatismo, o del tierno niño lector en oposición al adulto solitario, inmaduro y perdedor, como se profundizará en los próximos subtítulos.

1.1.1. “Esta gente no está bien”: los potterheads como enfermos, anormales y raros

Como fue anticipado, el análisis de un vasto conjunto de discursos encontrados en la prensa gráfica, noticieros televisivos y programas de actualidad y variedad permite identificar las dominantes interdiscursivas que giran en torno a las representaciones de los potterheads. Estas recurrencias temáticas en los medios reproducen imágenes comunes que suelen encontrarse en las representaciones mediáticas hegemónicas sobre el fanatismo en general.

Henry Jenkins (2010) enumera diversos estereotipos que existen sobre los fans, como por ejemplo que dedican su vida a acumular conocimiento inútil, que no pueden separar la fantasía de la realidad o que son unos inadaptados sociales. El autor propone que en los medios de comunicación se muestra a los fanáticos como “excéntricos” o “chiflados” y que la reproducción de estos estereotipos se vincula desde sus inicios con el término *fan*:

forma abreviada de la palabra «fanático», que tiene su raíz en el vocablo latino «fanaticus». En su sentido más literal, «fanaticus» procede de «fanus», que significa básicamente «de o perteneciente al templo, un servidor del templo, un devoto», pero rápidamente adoptó unas connotaciones más negativas [...] al evolucionar, el término «fanático» pasó de hacer referencia a ciertas formas excesivas de creencia y culto religiosos a indicar «cualquier veneración falsa o excesiva», y fue evocado a menudo por los críticos para hacer referencia a las creencias políticas contrarias y más tarde, de forma más general, a la locura” (24).

En definitiva, pareciera que el fan “sigue siendo un «fanático» o un falso devoto, cuyos intereses son básicamente ajenos al reino de la experiencia cultural «normal» y cuya mentalidad está alejada de la realidad” (Jenkins, 2010: 28). Si bien hoy en día el término fan se separó de la imagen del devoto religioso a la que hace referencia Jenkins, se observa una continuidad con la dominante interdiscursiva de la locura y la enfermedad, que se manifiestan en las representaciones mediáticas sobre estos sujetos. Jensen coincide al mencionar que los fans son caracterizados como personas “desviadas” y “anormales” que tienen un comportamiento “excesivo” que los acerca a la locura (1992: 9).

Siguiendo a dicha autora, se advierten en el corpus los mecanismos mediáticos a través de los cuales los potterheads son caracterizados como portadores de una patología social y psicológica. Por eso, se puede decir que los fanáticos de Harry Potter son puestos en escena como enfermos, perdedores, inadaptados sociales, anormales y locos según los estereotipos patologizantes que se reproducen en los medios.

En consiguiente, los fragmentos analizados a continuación se centran en la línea imaginaria planteada por la autora que separa “lo normal” de “lo excesivo” y “trastornado”. De este modo, los fans son caracterizados como “otros anormales” obsesionados irracionalmente con productos culturales en oposición a un “nosotros normales” racionales, que pueden identificar las diferencias entre realidad y fantasía y se mantienen psicológicamente estables y equilibrados. El campo de la normalidad comprende todas las actividades asociadas a una actitud “adulta”: estudiar, trabajar, tener pareja o incluso practicar un simple “hobby”, siempre y cuando se caracterice como una “experiencia cultural normal” (Jenkins, 2010: 28). En ese sentido, la aparición y prácticas de los fans “deben ser clasificadas en alguno de los polos que estructuran el eje normalidad/anormalidad para poder conservar cierto orden social” (Álvarez Gandolfi, 2014: 46).

De esta forma, el eje normalidad/anormalidad aparece cuando se indaga sobre la vida personal y profesional de los potterheads. Por ejemplo, en la nota de *MTV Güik* (11/07/2011), se le pregunta a una fan que se encuentra maquillada y disfrazada, caracterizando a Bellatrix Lestrange –una villana de la saga de Harry Potter–, si “esto, los ojos así, vienen todos los días”, y la fanática responde “claro que no, soy docente, ¿me imaginás así en una escuela media?”, buscando mantenerse dentro del plano de la normalidad y dando a entender que realiza la interpretación del personaje únicamente en determinadas circunstancias que lo habilitan, como por ejemplo los diversos eventos realizados por y para fans de productos de la cultura popular que –entre otros– incluyen a la *Potterwalk*, la *Comic-Con*, la *Zombie Walk* y la *Harry Potter Book Night*, encuentros en los que los participantes caracterizan e interpretan a personajes ficticios.

Los medios se valen del estereotipo del fanático como “anormal” o “raro” que, en este caso, se relaciona con el uso del disfraz y maquillaje de la potterhead en la escena pública, para ridiculizarla. Podemos observar cómo, a nivel icónico, se refuerza la ridiculización de la fan al colocarle la imagen de un sapo sobre su cabeza, superpuesta mediante un trabajo de edición audiovisual.



Figura 3: imagen de un sapo sobre la cabeza de una fanática en la nota sobre la *Potterwalk* de *MTV Güik* (11/07/2011).

Siguiendo la lógica del eje normalidad/anormalidad, en el mismo fragmento la notera le pregunta a otro fanático si “estudia o trabaja”. Al responder “yo laburo en sistemas”, la notera ríe y responde que siempre imaginó “que todos los que laburan en sistemas...” y el sujeto termina la frase diciendo “viste, somos todos raros” ubicándose en el plano de la anormalidad, reforzando su ridiculización y reproduciendo el estereotipo del fan como “nerd”, “raro” o “solitario”, asociado a aquellas personas que estudian o trabajan con computadoras.

De igual manera, Jenkins propone que otra de las formas más recurrentes en la cuales son caracterizados los fanáticos se centra en mostrarlos como “unos inadaptados sociales que están tan obsesionados con el programa que no tienen ningún otro tipo de experiencia social” (2010: 22), es decir, que no tienen “vida propia” por fuera del fanatismo por un consumo en particular. De esta forma, se observa que, al preguntarle a un fanático “¿qué opina tu chica de esta situación?” (*MTV Güik*, 11/07/2011) en el nivel icónico y simbólico se vuelve a ridiculizar al potterhead superponiendo mediante otro trabajo de edición audiovisual una nube de pensamiento debajo de su cabeza que reza “¿Qué chica?”, dando a entender que los fanáticos de Harry Potter se aíslan de la sociedad y no son capaces de entablar relaciones socioafectivas, en este caso con personas del sexo opuesto. En términos de Matt Hills (2005) se reproduce el estereotipo en el cual se le exige al fanático que se “consiga una vida”, el cual puede ser entendido como parte de los diversos mecanismos mediáticos a través de los cuales se inserta al potterhead dentro de una narrativa ridiculizante.



Figura 4: la notera le pregunta al potterhead sobre su situación sentimental (MTV Güik, 11/07/2011).

Al terminar la nota sobre la *Potterwalk*, el conductor de *MTV Güik* exclama “la verdad no sé qué sea más nocivo para la salud, estas cosas del orgullo Harry Potter o un tatuaje en la frente que diga: no tengo vida sexual”, reforzando el estereotipo del fanático como inadaptado que no logra insertarse en la sociedad ni establecer vínculos sociales y ridiculizando el fanatismo por Harry Potter, comparándolo con un tatuaje que advierte sobre la falta de vida sexual de los fanáticos.

Aquí se observa como los medios de comunicación se valen de estereotipos estigmatizantes a través de los cuales patologizan a los fanáticos representándolos de forma ridiculizante y relacionándolos con la enfermedad. En el fragmento anterior, se advierte que el eje normalidad/anormalidad se asocia directamente con la figura de la enfermedad al mencionar al fanatismo por Harry Potter como “nocivo para la salud” (MTV Güik, 11/07/2011).

Siguiendo esta línea, el ideologema de la enfermedad se vuelve constante en los discursos sobre los fanáticos de Harry Potter. Las palabras “fiebre” y “manía” son recurrentes en los graphs de las notas televisivas y en los títulos de las noticias de la prensa gráfica. Así, se observan títulos como “Se desató la fiebre por Harry Potter” (*La Nación*, 21/06/2003), “Fiebre: una legión de jóvenes apasionados por Harry Potter” (*La Nación*, 26/07/2017) y párrafos como “Aunque todavía no se ha visto ni siquiera la tapa del nuevo libro, la sola mención de la fecha de lanzamiento ya desató la fiebre de los lectores más dedicados del planeta” (*Clarín*, 18/02/2006), que equiparan el fanatismo por un determinado producto de la cultura de masas con el síntoma de una enfermedad; así como aquellos que utilizan la palabra “manía” para referirse al fanatismo –“Como en el resto del mundo, la “Pottermanía” estalla en Argentina” (*Gaceta Mercantil*, 28/09/2016);

“Pottermania: cómo los fanáticos mantienen intacto el mágico legado del niño mago” (Infobae, 4/12/2018)– reforzando la patologización de los potterheads.



Figura 5: graph del programa televisivo AM (Telefe, 6/7/2011).



Figura 6: placa de un informe de Crónica TV (01/02/2018) sobre la *Harry Potter Book Night*.

La dominante interdiscursiva de la enfermedad se advierte también en el informe del canal C5N sobre la *Harry Potter Book Night*¹³ en donde el notero, Robertito Funes, les pregunta constantemente a los potterheads si “se sienten bien” (“¿vos estás bien?” o “¿están bien ustedes?”) y comenta en reiteradas oportunidades “esta gente no está bien” o “Ay, ¡qué mal está esta gente, dios mío!” (C5N, 06/02/2020), refiriéndose a la salud

¹³ Evento organizado anualmente por la Embajada Británica en Argentina que se lleva a cabo desde 2017 en los jardines de la residencia del embajador británico en Buenos Aires.

mental de los fans. Asimismo, cuando una potterhead declara que trabaja como psicopedagoga, Funes responde “no te llevo un chico ni loco”, alegando a la locura o falta de estabilidad mental de la fanática. Aquí el eje normalidad/anormalidad se traza al utilizar la figura de la enfermedad para poner en escena a los fans como personas que han perdido de forma parcial o definitiva su salud mental.

De esta forma, tal como propone Jensen (1992), los potterheads son mostrados como desviados, anormales, locos, raros y con comportamientos excesivos, perpetuando así la histórica caracterización de los fanáticos en general. Es el caso de la nota de Crónica sobre la *Harry Potter Night Book* en la cual el conductor, al presentar la nota, denomina a los potterheads como “gente muy rara”, y su co-conductora coincide “sí, fanáticos” (Crónica TV, 01/02/2018), realizando una equivalencia entre “raro” y “fanático”.

Además, Borda propone que el fanático en general es representado como “un cuerpo que sufre: mientras que en el nivel icónico son recurrentes las fotos de adolescentes con los brazos extendidos hacia el ídolo o de rostros deformados por el llanto “histérico”, en el nivel lingüístico se reiteran microrrelatos y comentarios en los que se subraya tanto esta característica de “presencia física que se impone” como de “sufrimiento corporal”” (2015: 70). En el caso de los potterheads, el sufrimiento corporal se advierte en el informe de C5N cuando Robertito Funes resalta constantemente que los fanáticos se encuentran disfrazados pese al calor –“esta fiebre de Harry Potter con cuarenta grados de calor de sensación térmica en buenos aires” (C5N, 06/02/2020)– o cuando se nombra “la vigilia de los fanáticos en la presentación del último libro de Harry Potter” (*Clarín*, 28/09/2016), haciendo referencia a la falta de sueño y el sacrificio de los fanáticos a la espera de un nuevo evento del fandom.

Hemos visto, entonces, cómo los potterheads son mostrados según estereotipos patologizantes que giran en torno de la dominante interdiscursiva de la enfermedad. El fan de Harry Potter aparece “como alguien emocionalmente inestable, socialmente inadaptado y [...] alejado de la realidad” (Jenkins, 2010: 26), cuya caracterización se acerca al ideograma el individuo aislado y obsesionado propuesto por Jensen. Se observa igualmente cómo, a partir de estos estereotipos que muestran a los fanáticos como asexuales o mentalmente inestables, son ridiculizados tanto a nivel simbólico como icónico.

1.1.2. “Harry sigue conquistando nuevos lectores entre los más pequeños”: el potterhead como el tierno niño lector en oposición al adulto inmaduro

Otra dominancia interdiscursiva encontrada en las representaciones de los fanáticos de Harry Potter es la del tierno niño lector. En este caso, el potterhead se convierte en un niño o preadolescente al que se le permite estar disfrazado porque “está bien para su edad”.

Aparece, de esta manera, la fascinación por un niño disfrazado de Harry Potter en el programa televisivo *Las Puertas de Guido*, donde el conductor, Guido Kaczka, y el locutor realizan comentarios como “espectacular” o “está perfecto esto” (Canal 13, 8/8/2017), al mostrar los detalles de su disfraz expresando su aprobación y admiración. A diferencia de lo que se observó en el apartado anterior, disfrazarse no se relaciona con el ridículo, sino que constituye una forma de jugar característica de la niñez, a la que, hasta Guido Kaczka puede sumarse probando su bufanda pues, en su caso, se trata de algo transitorio, del momento, para distender el ambiente y reducir un posible sentimiento de incomodidad en el niño que se está exhibiendo públicamente por televisión.



Figura 7: el conductor Guido Kaczka toma prestada una bufanda del disfraz de un niño fan de Harry Potter en *Las Puertas de Guido* (8/8/2017).

Además, en este sentido, encontramos en la ternura una nueva característica recurrente del niño potterhead. La representación del fanatismo por Harry Potter en niños está acompañada por imágenes de ellos disfrazados y titulares que anuncian “Las tiernas fotos de los ‘maguitos’ hijos de Messi, con la temática de Harry Potter” (*La Nación*, 1/3/2019). Los hijos de Messi, el reconocido futbolista profesional, se vuelven “tiernos” al ser fans y disfrazarse como Harry Potter.



Figura 8: Thiago y Mateo Messi disfrazados de Harry Potter (*La Nación*, 1/3/2017).

El nivel icónico se torna central en la reproducción del estereotipo del fanatismo por Harry Potter asociado a la niñez, ya que las imágenes elegidas para ilustrar a los potterheads en los medios se centran en niños disfrazados, leyendo o jugando sin la presencia de adultos en las fotos y videos.



Figura 9: niños festejan el cumpleaños número veinte de la saga de Harry Potter (*TN*, 27/6/2017).



Figura 10: niños disfrutando de las actividades realizadas en torno a Harry Potter en la Usina del Arte (*Infobae*, 21/11/2019).

Igualmente, a nivel simbólico, se observa que el término fanático se transforma en “lector”, es decir, que el fanatismo por Harry Potter se permite en los niños y jóvenes ya que se relaciona con la lectura, concebida como algo positivo o provechoso y que, aparentemente, en la actualidad sería un hábito que se estaría perdiendo en la infancia y en la juventud. Así, se advierten discursos que enuncian que “Veinte años después de su primer libro, la exitosísima serie del niño mago creó una comunidad de seguidores para quienes fue la puerta de entrada a otras lecturas y un refugio desde donde explorar el misterio. Quien se ha dicho fanático de Potter se ha dicho a sí mismo lector, miembro leal de la cofradía de buscadores de historias. Chicos y chicas que podían reconocerse en su lengua común, la lengua de Harry” (*La Nación*, 2/7/2017). En esta nota también se menciona que “Como sea, Harry, Ron, Hermione y Dumbledore siguen conquistando nuevos lectores, siguen armando comunidad entre los más pequeños” (*La Nación*, 2/7/2017). El fanatismo por el mundo de Potter aparece como la forma de crear una comunidad de lectores que apunta hacia “los más pequeños”.

En este sentido, al tratarse de un consumo cultural que contiene una saga literaria extensa, Harry Potter se relaciona con el acercamiento de los niños a una actividad que tiene valor positivo tanto para sus padres como para la sociedad en su conjunto. Así, eventos como la mencionada *Harry Potter Book Night* y *Usina Fantástica*¹⁴ son descritos

¹⁴ Evento temático sobre Harry Potter y el género fantástico para niños de entre 0 y 12 años que se realiza en la Usina del Arte, centro cultural y sala de espectáculos ubicada en el barrio de La Boca en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

por la prensa como “Una noche donde la magia y la lectura se entrelazan” (*Infobae*, 9/2/2017), donde el fanatismo se convierte en “amor por los libros” -“se invitó a que chicos y jóvenes puedan expresar su amor por los libros disfrazándose y divirtiéndose con una serie de actividades increíbles” (*Infobae*, 9/2/2017)-, como una iniciativa que “incentiva la lectura entre los más jóvenes” (*Clarín*, 8/2/2019) y busca “celebrar la literatura fantástica” (*Clarín*, 30/1/2020).

Estos eventos que convocan potterheads son legitimados en los medios ya que son organizados por autoridades reconocidas y respetadas históricamente como la Embajada Británica en Argentina o el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en la Usina del Arte. Además, Harry Potter se trata aquí como producto perteneciente a la cultura letrada hegemónica, considerada legítima y autorizada y, por lo tanto, a la que los niños deben atraerse, como explica Viviana Cantoni, la subsecretaria de gestión cultural de la Ciudad de Buenos Aires para *Clarín* (22/11/2019): “La idea es presentar algo que a los chicos les parezca atractivo y les permita acercarse a la cultura, a la lectura, conocer cosas nuevas”.

En estos casos, la figura de Mark Kent, el embajador de Gran Bretaña en Argentina es central en los discursos sobre la *Harry Potter Book Night*. Se torna una personalidad con autoridad que constantemente se separa del fanatismo, al repetir en diversos medios que no se considera potterhead -“No soy tan fanático como esta gente de acá” (Crónica TV, 1/2/2018)- pero le parece bien que los niños se diviertan y aprendan con Harry Potter. Las noticias sobre el evento contienen citas del embajador en las que declara que “la *Harry Potter Book Night* es una forma de honrar el fanatismo por los libros de la aclamada escritora británica [...] Harry Potter es un personaje maravilloso que ha permitido que niños y jóvenes de todo el mundo se interesen por la lectura” (*Perfil*, 8/2/2019). De esta forma le otorga legitimidad al fanatismo por Harry Potter al nombrarlo un “clásico de la literatura británica” que debe acercarse a los niños.

Mientras que el fanatismo se encuentra admitido y hasta incentivado para los niños y preadolescentes, en contraposición se caracteriza al potterhead adulto como “infantil e inmaduro” (Jenkins, 2010), que vive aún con sus padres y no puede superar esta etapa. Por ejemplo, un notero de C5N (6/2/2020) comenta “Ah, estamos grandes” luego de que una mujer que se encuentra disfrazada diga que tiene 28 años, junto con la utilización de frases en otras notas tales como “pasamos de chicos de 11 y 12 años a 27” (C5N, 1/2/2018). De esta forma, los potterheads adultos se muestran como fracasados y perdedores que no pueden salir de esta fase.

Siguiendo a Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi, “desde la mirada de la generación adulta, la idea del ‘ridículo’ permearía de modo obligado la práctica de un joven que se disfraza una vez superada la niñez y, mucho peor aún, avanzada la juventud” (2014: 61). Esta ridiculización es reforzada por el conductor de televisión Leo Montero, cuando les pregunta a los fanáticos “nombre y colegio” aun sabiendo que ellos son mayores de edad y cuestiona “Che, ¿y los padres aceptan esto?” (AM, 6/7/2011) mostrándolos como infantiles o adultos fracasados que dependen y viven con sus padres. En el mismo fragmento, Montero le comenta a una potterhead “Vos sos una casi ángel”, en referencia a la conocida novela televisiva de Cris Morena, *Casi Ángeles*, que estaba dirigida a jóvenes y giraba en torno de la etapa adolescente. Además, tanto la risa de los entrevistadores y locutores como voces con comentarios graciosos que provienen del fuera de campo funcionan como un refuerzo a la ridiculización de estos actores.

Para Borda, “el fanatismo como fase a superar [...] se convertirá en una característica constitutiva del sujeto, que no podrá abandonar, convocándose aquí el sema de lo permanente” (2000: 9). Los potterheads aparecen como jóvenes adultos inmaduros e infantiles que evitan superar esa “fase”. Se observa que los niños y adolescentes son los únicos habilitados para ser fanáticos de Harry Potter ya que, de esta forma, se vinculan con actividades valoradas históricamente como positivas como la lectura y la cultura mientras que los adultos únicamente son mostrados como inmaduros que deben crecer y por lo tanto pueden ser ridiculizados en los medios hegemónicos.

1.2. Un cierre a modo de apertura

Como se ha mencionado anteriormente, el ideologema de la multitud histórica planteado por Jensen (1992) no es recurrente en los discursos hegemónicos que reproducen las representaciones del fanático de Harry Potter como figura del imaginario social. Al contrario, los estereotipos negativos que circulan en estos medios se acercan más a la figura del individuo aislado, obsesivo y solitario.

En este sentido, llama la atención la contradicción entre aquellos discursos que le otorgan al fanatismo por Harry Potter un valor positivo, que acerca a los niños a la lectura, y aquellos en los cuales el fanatismo adquiere un valor negativo, relacionado a la pérdida de salud en los jóvenes adultos.

Por un lado, las representaciones mediáticas de los potterheads que se relevaban en el primer apartado se centran en clasificarlos de forma ridiculizante y peyorativa. Los comentarios y risas de noteros y conductores de televisión sumado a diversos recursos

visuales contribuyen a la ridiculización de estos actores en los medios y la sociedad. Igualmente, se observó la dominante interdiscursiva de la enfermedad, a través de la cual los discursos perpetúan estereotipos patologizantes y negativos sobre los fanáticos de Harry Potter. En estos fragmentos, el sociograma del fan se acerca más al individuo solitario y obsesionado propuesto por Jensen (1992).

Por el otro lado, en el segundo apartado de este capítulo hemos demostrado que el potterhead también es caracterizado como el “tierno lector”. La elección de imágenes de niños disfrazados para ilustrar noticias sobre eventos relacionados con el universo de Harry Potter demuestra la asociación del fenómeno de Harry Potter con juegos y aprendizajes adecuados para su edad. Teniendo en cuenta que, comúnmente, el fanatismo es relacionado con “formas culturales que el sistema de valores dominante denigra: la música pop, las novelas románticas, las historietas, las estrellas de Hollywood” (Borda, 2015: 73), en este caso Harry Potter aparece para los niños como una puerta de entrada a la cultura letrada y legítima. Podríamos decir, entonces, que el sociograma del fan está aún en constante reconfiguración y supone contradicciones y nuevas características.

Volviendo a Jensen (1992), en ambos casos los potterheads son mostrados en los medios como “otros”, incluso de forma denigratoria e insultante. En los discursos mediáticos hegemónicos, se reproduce una moral superior que opone un “nosotros” normal, puro e intocable a estos “otros” que se deben evitar y separar del resto de la sociedad. O, en otros términos, si se retoman las ideas de Denys Cuche (1966), la identidad conforma un proceso relacional que implica tanto inclusión como exclusión. Teniendo en cuenta lo propuesto por Richard Hoggart (1957), es en ese vínculo entre “nosotros” y “ellos” donde se construyen las identidades colectivas e individuales.

Para concluir, las representaciones mediáticas hegemónicas que se centran en los fanáticos de Harry Potter imponen determinadas dominancias interdiscursivas que son reproducidas por los mismos fanáticos en sus discursos. Se retomarán tales recurrencias en los capítulos siguientes para contrastarlas con las producciones que realizan los mismos potterheads y los sentidos que les dan a sus prácticas. Asimismo, se analizarán el lugar que toman las representaciones mediáticas en sus propias identidades individuales y colectivas.

CAPÍTULO 2

SER POTTERHEAD: SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE UNA IDENTIDAD INDIVIDUAL Y COLECTIVA

2.1. Prácticas, interacciones y sentidos producidos en el fandom potterhead

Como se explicitó en la Introducción, entre los objetivos de esta investigación se encuentra detallar las prácticas que realizan los potterheads, reponiendo sus propios horizontes de sentido, así como interpretar los modos en que estas contribuyen a la configuración de sus identidades individuales y colectivas. Para ello, los sentidos que producen los propios fans y que se reconstruirán aquí serán contrastados con las representaciones mediáticas hegemónicas relevadas en el primer capítulo, trazando tanto continuidades como discontinuidades con ellas.

En esta línea, en este capítulo se indagará sobre la importancia del consumo de Harry Potter en lo que se entiende como el *proceso de autocomprensión* de los fans, en pos de reconstruir los significados alrededor de qué implica ser potterhead para ellos y la importancia que le dan a la saga. Teniendo en cuenta que, según Rogers Brubaker y Frederick Cooper “las autocomprensiones pueden verse contrarrestadas por categorizaciones externas abrumadoramente coercitivas” (2001: 13), se prestará atención a los particulares vínculos existentes entre las identificaciones exógenas, expresadas en las representaciones previamente mencionadas, y las autoidentificaciones de los fans.

Asimismo, se describirán las prácticas socioculturales que llevan a cabo los fanáticos de Harry Potter en la Ciudad de Buenos Aires. Considerando que los fans se caracterizan por ser audiencias activas (Martín Barbero, 2011), se especificará y analizará las diversas actividades y producciones que surgen a partir del consumo de un producto particular de la cultura, la saga de libros y películas de Harry Potter. Así, se advierte que los potterheads realizan, tanto en el ámbito offline aquí analizado como en el ámbito online posteriormente referido, prácticas de consumo que son parte de una construcción identitaria colectiva. Igualmente, se detallará la formación de una comunidad local de fanáticos, incluyendo un repaso por los clubes de fans existentes en la ciudad.

Como ya se anticipó, se realizó un acercamiento etnográfico al universo simbólico de los potterheads, basado en técnicas de observación participante y entrevistas abiertas, propias de la inmersión en el mundo estudiado (Guber, 2001), en búsqueda de comprender y describir densamente a los fanáticos, sus sentidos y lógicas.

2.2. “Harry Potter es quien soy, es mi estilo de vida”: el fanatismo como herramienta de autoidentificación

Como afirma Libertad Borda, “[...] hoy en día el fanatismo se ha convertido en un verdadero fondo de recursos –que integra prácticas, actitudes, expectativas y modos de relación y comunicación– disponible para la construcción de identidades colectivas e individuales, tanto duraderas como fugaces [...]” (2015: 69). De esta forma, el fanatismo se vuelve una especie de caja de herramientas que contiene prácticas y modelos de formación de identidades que se encuentra al servicio de los fans. Puede decirse, en este caso particular, que la identidad de los potterheads se encuentra en constante construcción y está fuertemente marcada por el consumo de los libros y películas de Harry Potter.

Tras analizar los diversos testimonios obtenidos en las entrevistas y las observaciones que se realizaron, se advierte un discurso en común entre los fanáticos: “Harry Potter es mi vida”. Harry Potter se torna en un recurso identitario central para los potterheads, ya que muchos de ellos afirman que, si no hubieran tenido contacto con el universo de Harry Potter, de alguna u otra forma, sus vidas y personalidades serían radicalmente distintas. Esta es la situación de Mailén (26), que declara:

Nada de lo que hice, nada de lo que soy, sería igual si no fuese porque una vez yo decidí leer Harry Potter. La verdad es eso, hoy no sería así si no fuese por Harry Potter, sería una persona totalmente distinta. No podes no llamarte fan a vos mismo si HP es parte de tu vida. Yo soy de esta forma gracias a que me encontré con esta saga que me enseñó valores que no hubiera encontrado en otro lado.

Así, los potterheads manifiestan que el fenómeno de Harry Potter tuvo un gran impacto en sus vidas y su cotidianidad. Muchos de ellos comentan que la saga de libros los acercó a la lectura y les enseñó valores y hábitos que de otra forma no hubieran adquirido. Estos son los casos de Lucila (25) y Gonzalo (33):

HP marcó un antes y un después para mí. A mí no me gustaba leer mucho de chica pero la saga me atrapó y me acercó a la lectura de una forma que ninguna otra historia lo hizo. Hoy en día amo leer y creo que eso se debe al amor por los libros que me generó Harry (Lucila, 25).

Harry Potter me enseñó muchísimo. No solo me dio ganas de agarrar un libro, sino que para mí representa valores muy importantes como el amor, la lealtad, el honor; cosas que para muchos no significan nada, pero para mí es un estilo de vida. Gracias a la saga pude aprender eso (Gonzalo, 33).

De esta forma, la relación que establecen los potterheads con este objeto, extrapolando los planteos de Stuart Hall (1984), permite cuestionar la mirada de los fans como “tontos culturales”, aquella propia del sentido común hegemónico según la cual estos sujetos serían consumidores de las industrias culturales que reciben de modo pasivo sus productos, siendo manipulados por el mercado y viviendo en un estado de falsa conciencia. Aquí se observa que los potterheads toman elementos de la saga de Harry Potter, los revalorizan y seleccionan conceptos, valores y hábitos que buscan sumar a sus conductas.

En este sentido, cabe destacar los planteos de Hills (2002), quien propone situar el fanatismo dentro del actual contexto de globalización y mercantilización, en el cual todo objeto es convertido en mercancía y todo sujeto en consumidor, dando cuenta del lugar que ocupan las culturas fan y las contradicciones que estas conllevan. El autor refiere a la dialéctica del valor a través de la cual las prácticas propias de los fandoms y las mercancías culturales presentan un carácter comercial objetivo y un carácter subjetivo que trasciende dicha lógica. Los fans les adjudican a los bienes simbólicos de los que se apropian un valor de uso independiente de su valor de cambio. Por lo tanto, si bien en definitiva los libros y películas de Harry Potter son mercancías, los potterheads destacan los valores que aprenden de ellas y aplican a su vida diaria.

Al igual que Gonzalo, para muchos de los fanáticos Harry Potter se ha vuelto más que un hobby¹⁵ y se ha convertido en un estilo de vida. Para estos fans, ser potterhead implica poder otorgarle una gran importancia a la franquicia incorporándola en su cotidianidad. Por ejemplo, Noelia dice (21): “Harry Potter es quien soy, es mi estilo de vida. Todos los días relaciono algo con la saga o al menos lo intento, trato de devolverle todo lo que me dio dedicando una gran parte de mi vida”.

Siguiendo a Rivera Gómez, “ser un fan es un tipo especial de receptor que organiza reflexivamente su vida cotidiana en torno a una actividad o determinados productos mediáticos que utiliza para sus propios fines, repasándolos o reelaborándolos”

¹⁵ Según la Real Academia Española, “hobby” es la actividad que, como afición o pasatiempo, se practica habitualmente en los ratos de ocio.

(2011: 9). Por consiguiente, se puede decir que Harry Potter organiza la vida de los fanáticos y, en muchos casos, les da sentido. Como nombra, Grossberg “los fans dejan que el producto organice sus vidas emocionales y narrativas, así como sus identidades” (1992: 59. Traducción propia). De esta manera, se advierte que el universo de Harry Potter, así como el fanatismo por él, se han vuelto un factor sustancial en la toma de decisiones de los potterheads.

Los fanáticos cuentan con orgullo que, por ejemplo, destinan todos sus ahorros en productos comerciales de la saga, que han decidido seguir una carrera universitaria teniendo en cuenta a Harry Potter, que han organizado su fiesta de cumpleaños y/o casamiento con esta temática, que han destinado sus vacaciones para visitar el parque de diversiones temático¹⁶ en Orlando o las locaciones en donde fueron filmadas las películas en Inglaterra, entre otros. En términos de Paula Cuestas, “se trata de una lectura que sobrepasa lo ficcional y configura algo así como una guía o una receta para la vida misma” (2014: 45). Por ello, los fanáticos intentan vincular de cualquier manera todas sus prácticas con la historia creada por J.K. Rowling.

En este sentido, tal como propone Borda, “el fanatismo sería, coincidiendo con la perspectiva de Abercrombie y Longhurst, no una ‘cosa’ sino una ‘identidad performativa’” (1998: 75). Por ejemplo, Aldana (23) expresa:

Harry Potter tiene demasiado lugar en mi vida: uso ropa y accesorios de HP, tengo medias, ropa, hasta una colcha de Harry Potter. HP está en todos lados y si no está en mi vida, yo lo incluyo como sea. Amo la saga y le dedico una considerable cantidad de tiempo y dinero hace más de 10 años. Además, estoy estudiando turismo para poder trabajar de ir al parque temático y a los tours en Inglaterra. HP me hizo conocer y hacer un montón de cosas que sola no las hubiera hecho.

En este tipo de discursos, observamos que el coleccionismo se vuelve una práctica común entre los fanáticos dado que sienten placer al estar rodeados de elementos que remiten al universo mágico. Los potterheads coleccionan libros, ropa, accesorios, tazas, varitas, adornos, estatuillas o muñecos, entre otros objetos relacionados con la saga literaria y cinematográfica, y en sus casas o habitaciones pueden encontrarse decoraciones y colecciones que crecen día a día, conquistando los espacios cotidianos de los fans.

¹⁶ *Wizarding World of Harry Potter* (o *El Mundo Mágico de Harry Potter*) es un parque de diversiones temático ubicado dentro de Universal Orlando Resort en Estados Unidos.

Como se ha observado, Harry Potter acompaña a los fanáticos desde una temprana edad, definiendo gran parte de su identidad y sus prácticas individuales. En este sentido, el consumo fan de este producto cultural se vuelve una herramienta central en el proceso de autoidentificación de los potterheads. Harry Potter forma parte del modo en el que estas personas se perciben a sí mismas y cómo deciden presentarse ante los demás. Tal es el caso de Daniela (30), que afirma:

Yo no puedo definirme a mí misma sin Harry Potter. Para mí, Harry Potter es demasiado importante, es literalmente quien soy. Así como hay personas que sienten que lo que más los define es una religión o un club de fútbol, a mí es ser potterhead y todo lo que eso conlleva. Cuando alguien me presenta a otra persona dice que soy potterhead y me encanta, porque eso soy. Además, siempre que pasa algo relacionado con la saga o el fandom se acuerdan de mí y eso es genial.

Retomando a Hall, Brubaker y Cooper (2001) proponen el concepto de autocomprensión como un elemento central de la identidad en constante tensión con las categorizaciones externas de los sujetos, teniendo en cuenta las maneras en que las personas se perciben, es decir, el propio sentido de quién es uno. Según los autores, este concepto es fuertemente contextual y situacional, y puede variar de un momento a otro. Siguiendo a Rivera Gómez, quien propone que “la identidad, además de autoidentificación, es reconocimiento social y público” (2011: 7), puede decirse que los potterheads buscan ser reconocidos como tal por su entorno. De esta forma, los fans sienten regocijo al ser identificados como potterheads por otros, así como al ser asociados con el universo de Harry Potter en diversas situaciones.

Asimismo, muchos de los fanáticos deciden mostrarse como tal ante la sociedad, a través de su ropa, accesorios y hasta tatuajes relacionados con la saga, en búsqueda de que los demás (fans y no fans) sepan en cualquier situación de su fanatismo. Jonathan (30) exclama: “siempre salgo con un accesorio Potter a la calle, quiero que la gente sepa que soy potterhead. No me importa lo que opine el opine el resto, esta es mi locura y yo estoy super orgulloso de quien soy”.

Aquí aparecen nuevamente las dominantes interdiscursivas de la enfermedad y locura que se observaron en las representaciones mediáticas hegemónicas en el primer capítulo, a través de las cuales se suele ridiculizar a los potterheads. En este caso, se advierte en sus discursos una resignificación positiva de este ideologema patologizante

en el cual los fans se reconocen desde el orgullo y la visibilidad, en búsqueda de reivindicar su subcultura. Así, Francisco (31) comenta:

Me importa realmente muy poco si quieren boludearme porque me gusta lo que me gusta, pero esto va más allá de eso. Para mí se hizo un estilo de vida que ya lleva casi 15 años y no voy a avergonzarme de eso nunca, no me da vergüenza ser así, ser potterhead es mi filosofía y no voy a dejar de decirlo ni mostrarlo.

Por otro lado, los potterheads encuentran dentro de la saga otra categoría identitaria a la que adscriben: la casa de *Hogwarts*. En la historia creada por J.K. Rowling, los alumnos de *Hogwarts*, la escuela de magia y hechicería a la que acude Harry Potter, se encuentran divididos en cuatro casas: *Gryffindor*, *Slytherin*, *Hufflepuff* y *Ravenclaw*. Cada una representa un conjunto de valores y cualidades de la personalidad con los cuales se identifican los personajes. Por ejemplo, según los libros, la casa de *Hufflepuff* y sus integrantes se caracterizan por ser justos, leales y trabajadores, mientras que *Gryffindor* representa al coraje y la valentía.

Para los potterheads, la casa de *Hogwarts* se vuelve un atributo importante de su identidad, el modo en que la viven y expresan. La gran mayoría de los fans de Harry Potter ha realizado el test oficial que se encuentra disponible en la página web *WizardingWorld.com* (ex *Pottermore.com*). El test fue creado por la escritora de la saga y determina la casa de *Hogwarts* de los usuarios luego de analizar sus respuestas a preguntas aleatorias. De esta forma, esta categoría se torna significativa en el proceso de auto identificación de los potterheads, así como una forma de clasificar todo lo que los rodea. Por ejemplo, Juliana (28) dice “no importa el signo del zodiaco, me importa más de qué casa de Harry Potter sos”, trazando una comparación entre la casa de *Hogwarts* y el signo del horóscopo como categoría identitaria y característica de la personalidad de las personas, factor que consideran relevante para entablar relaciones con ellas.

Según los mismos fans, sentirse representado por una casa en particular se ha convertido un factor central en su proceso de autocomprensión y la forma en la que configuran sus personalidades. Muchos de ellos afirman que identificarse con determinada casa los ayudó a entender su personalidad y carácter, y contribuyó en la definición de sus acciones y decisiones. Liliana (62) dice:

Me identifica de *Hufflepuff* la lealtad, la justicia, el trabajo y que somos de buen comer. Lo que más me gusta de ser *Hufflepuff* es que soy yo. Me acuerdo cuando me hice el test de *Pottermore* y dije ‘sí, soy *Hufflepuff* hasta la médula, ¿cómo no me di cuenta antes?’

Los fans también realizan comentarios como “esto es muy *Slytherin*” o “este libro es re *Ravenclaw*”, demostrando en sus discursos que la casa no es un atributo que aplican solamente sobre ellos mismos, sino que se lo atribuyen al resto de las personas, elementos y situaciones de su entorno. En definitiva, observamos que ser potterheads y sentirse representados por los valores de una casa de *Hogwarts* forma gran parte del proceso de autocomprensión de los fanáticos y de la manera a través de la cual deciden mostrarse ante los demás. A través de la visualización y el orgullo, los potterheads muestran cierta resistencia ante aquellos estereotipos que reproducen los medios hegemónicos en los cuales se los muestra como fracasados y enfermos. Los fans de Harry Potter no se esconden ni sienten vergüenza por su fanatismo sino todo lo contrario, se plantan ante el mundo mostrándose como tales, en búsqueda de quitar el estigma y el sesgo negativo que se ha puesto sobre ellos.

2.3. “No soy el único que está enfermo por Harry Potter”: el fandom como lugar de pertenencia

Como hemos observado en el apartado anterior, Harry Potter se ha vuelto un recurso identitario central para los potterheads, así como la forma a través de la cual deciden mostrarse ante los demás. Igualmente, como proponen Brubaker y Cooper, “la ‘autocomprensión’ no puede, por supuesto, hacer todo el trabajo de ‘identidad’” (2001: 13). Por lo tanto, en este apartado, se prestará especial atención a los distintos vínculos que dan lugar a una identidad potterhead colectiva y a la formación de una comunidad de fans duradera en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En esa línea, muchos potterheads identifican dos momentos claves en su historia como fanáticos: 1) cuando leyeron los libros de la saga y/o vieron las películas y comenzaron a identificarse como fans de Harry Potter; 2) y cuando conocieron a otros potterheads que compartían el mismo sentimiento que ellos, creando lazos comunitarios y prolongados en el tiempo. Tal como proponen Brubaker y Cooper, “entendida como un fenómeno específicamente colectivo, “identidad” denota una igualdad fundamental y consecuente entre los miembros de un grupo o categoría” (2001: 9). De esta manera, los

potterheads comienzan a ser parte del fandom al relacionarse con otros fans a los que identifican como iguales.

En concordancia con estas ideas, Borda propone que una característica de los fanáticos en general es la “búsqueda de comunidades preexistentes y participación en ellas” (2015: 78). En este caso, los potterheads cuentan que al sentirse aislados e incomprendidos por su entorno y no encontrar a otras personas que comparten este interés con la misma intensidad que ellos, buscaron conocer a otros con quienes compartir su fanatismo ya que, en palabras de la autora, “para muchos fans, gran parte del placer está en el compartir con pares” (Borda, 2012: 10). Los fanáticos tienen el deseo de encontrarse con un otro, que reconocen como par y pueden vivir juntos nuevas experiencias que giren en torno a este consumo.

De esta forma, al vincularse con otros potterheads, ingresan a la comunidad de fanáticos en la ciudad de diversas maneras: atendiendo eventos temáticos de Harry Potter, sumándose a un club de fans o simplemente, como se desarrollará en el siguiente capítulo, participando en las redes sociales a partir de intercambios con otros fans. Por ejemplo, Florencia (29) dice:

Cuando empecé a sentir cierto fanatismo por Harry Potter, aparte de pedirle a mi mamá que me compré todos los libros y accesorios que encontrábamos en Internet, empecé a buscar a otros que sientan lo que sentía yo por la saga. Primero participé en unos foros en Internet, allá por el 2005, y después empecé a ir a eventos en los cuales pude conocer a otros que están igual o más enfermos que yo, eso me fascinó.

Aquí vuelve a observarse la apropiación positiva de la dominante interdiscursiva patologizante, mencionada en el primer capítulo, a través de la cual los medios representan a los potterheads como “enfermos” y “locos”. Los potterheads reproducen este ideologema, refiriéndose a su fanatismo por Harry Potter como una “enfermedad” o “locura” que los une con otros. De esta forma, el fandom se presenta como un espacio en donde los fanáticos de Harry Potter encuentran a otros “locos” con quienes se identifican al compartir experiencias similares. Además, advertimos que, para los fans, la comunidad Potterhead se ha convertido en una especie de refugio dentro del cual se sienten protegidos ante la mirada externa prejuiciosa y ridiculizante.

En este sentido, señalamos que esta comunidad genera un sentido de pertenencia entre los fanáticos, que se observa en discursos como el de Jazmín (33), quien sostiene que ser potterhead implica siempre “ser y formar parte de algo más grande, de un grupo”. Podemos añadir que el fandom se vuelve la principal fuente de socialización para muchos de los potterheads, quienes admiten que las amistades que mantienen hoy en día las formaron gracias a Harry Potter. En este espacio surgen vínculos afectivos que perduran y se afianzan con los años, formando grandes grupos de amistades que se originaron en este ambiente. Muchos de ellos comentan que encontraron a sus mejores amigos e incluso a su actual pareja dentro del fandom Potterhead.

Asimismo, se observa una ruptura con aquellas representaciones mediáticas que, como hemos advertido en el capítulo anterior, caracterizan a los potterheads como obsesionados, aislados e inadaptados sociales que son incapaces de establecer relaciones con otros. En este caso, es a partir del fanatismo por Harry Potter que los fans socializan entre sí y generan relaciones románticas y amistosas, así como un fuerte sentimiento de comunidad.

Tal como exponen Brubaker y Cooper, “‘comunidad’ denota el compartir algún atributo común, ‘conexionismo’ los lazos emocionales que unen a las personas. Ni comunidad ni conexionismo por sí solos generan ‘grupalidad’ —el sentido de pertenecer a un grupo distintivo, unido y solidario” (2001: 26). De este modo, la mayoría de los potterheads concuerda en que el fandom es un espacio “inclusivo”, en el cual cualquiera puede participar sin importar su edad, género, raza, clase social, nacionalidad, orientación sexual, entre otros. En palabras de Gastón (18):

El fandom Potterhead no es solo un lugar donde puedo hablar de Harry Potter con un montón de personas, sino que es un espacio en el que me aceptan por quien soy. Yo soy gay y me costó salir del closet, sufrí mucho rechazo a lo largo de mi vida, pero en el fandom de Harry Potter encontré mucha gente con mente abierta que me aceptaba por quien soy y compartía los mismos intereses que yo, fue hermoso.

Según los potterheads, el respeto y la inclusión entre los miembros es lo que distingue a este fandom de otras comunidades en las cuales se sienten excluidos o incómodos. Este es el caso de Lucila (25), que comenta “el fandom de Harry Potter es

genial, participo de otros fandoms de series o bandas de música y solo en este se siente esta hermandad y mucha buena onda y respeto”.

Por último, teniendo en cuenta que el fandom puede considerarse como un grupo de consumidores creativos, críticos e interconectados (Martín-Barbero, 2011) en el siguiente apartado avanzaremos con el análisis de la subcultura Potterhead, las prácticas y los sentidos que producen en conjunto. Haremos un repaso por los principales clubes de fans en la ciudad, los eventos y actividades que realizan. Los intercambios y producciones que llevan a cabo de forma virtual, según se anticipó, serán descriptos e interpretados en el próximo capítulo.

2.3.1 “Un fin de semana ideal”: clubes de fans y encuentros en la ciudad

A continuación, se describirán los principales clubes de fans de Harry Potter en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se hará un breve repaso de su historia y se enumerarán las prácticas que realizan los potterheads en sus reuniones. Asimismo, nombraremos otros eventos externos a estos clubes que dan lugar a otras interacciones cara a cara entre los fans que, como hemos visto, buscan socializar y compartir experiencias con otros.

Siguiendo el planteo de Jenkins (2010), las reuniones que realizan los clubes de fans y los eventos con temática de Harry Potter en la ciudad podrían caracterizarse como el “mundo del fin de semana”, separado del tiempo del trabajo y estudio, en el cual los fanáticos se juntan en sus tiempos libres a realizar diferentes actividades que giran en torno a este consumo.

2.3.1.1. “No es tan errado decir que somos una secta”: el caso del *Círculo de lectores de Harry Potter*, el club de fans de Harry Potter más antiguo de CABA

Según los fans que participan en él, el *Círculo de Lectores de Harry Potter* [CHP] es el club más antiguo y grande del país dedicado a la franquicia. Mayra (33), una de sus fundadoras, cuenta que el CHP nació en el 2005 ante la falta de una comunidad local que nucleara a los potterheads porteños. De esta forma, un grupo de amigos fanáticos de la saga de libros y películas comenzó a realizar reuniones mensuales en centros culturales, en búsqueda de atraer fans al club y realizar actividades relacionadas al mundo mágico de Harry Potter. Hoy en día el CHP se conforma mayormente por jóvenes entre 25 y 40 años, aunque algunos integrantes son niños y adolescentes, y otros se encuentran por arriba de ese promedio etario.

Desde sus comienzos y en la actualidad, el CHP categoriza y divide a sus miembros según su casa de *Hogwarts* que, como ha sido mencionado anteriormente, son: *Gryffindor*, *Hufflepuff*, *Ravenclaw* y *Slytherin*. En las reuniones, los integrantes se juntan con otros potterheads que pertenecen a su misma casa para realizar las actividades propuestas por los organizadores. En estos encuentros, cada casa cuenta con una “sala común”, es decir, un espacio en el cual estos grupos se reúnen al comienzo, en los momentos libres y al terminar el evento. De esta forma, cabe señalar que se generan cuatro subgrupos dentro del club donde, debido a que los miembros de una determinada casa pasan más tiempo juntos que con el resto del CHP, se afianzan aún más los lazos afectivos y sentimientos de pertenencia.

Además, el *Círculo de lectores de Harry Potter* cuenta con una estructura particular que se sostiene en una jerarquía entre sus integrantes, y suele vincularse con ciertas tensiones en el interior del fandom que serán problematizadas en el capítulo 4. Al igual que en los libros de la saga, cada casa cuenta con jefes¹⁷ y prefectos¹⁸, que forman parte del “staff”, es decir, del equipo organizador del CHP. Los jefes son aquellos miembros que están a cargo de los integrantes de cada casa y, además, toman las grandes decisiones del club, como la fecha de sus reuniones y dónde realizarlas, mientras que los prefectos son el lazo que existe entre los jefes y el resto del Círculo, y sus responsabilidades son menores que las de los jefes. En palabras de Belén (25), una de las jefas actuales, a la hora de elegir un prefecto y/o jefe existen diversos criterios que incluyen: la antigüedad en el CHP, la dedicación, el tiempo disponible y el amor por Harry Potter.

El staff del CHP se ocupa de organizar reuniones mensuales o bimestrales en distintos puntos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en las cuales realizan diversas actividades que giran en torno de la saga. En palabras de Juliana (28):

A través del CHP y las reuniones buscamos devolverle al fandom lo que nos dio. Intentamos de mantener vivo el fanatismo, jugar con la palabra de Rowling. No me imagino mi vida sin el CHP, lo disfruto a pleno y siento que ayudo a los demás como otros me ayudaron a mí.

¹⁷ En la saga de J.K. Rowling, los jefes son los responsables de las cuatro casas de *Hogwarts*.

¹⁸ En la ficción, los prefectos son estudiantes de *Hogwarts* que tienen autoridad por sobre el resto de los alumnos al ser elegidos por el jefe o la jefa de la casa a la que pertenecen.

La regla principal de este club es que, para ser parte del mismo, es necesario asistir a alguna de sus reuniones. Allí los potterheads se relacionan entre sí encontrándose cara a cara y participando en actividades en búsqueda de recrear el universo mágico de Harry Potter. Estos encuentros suelen seguir las fechas emblemáticas del mundo fantástico creado por J.K. Rowling. Las reuniones que realiza el club a lo largo del año son:

* San Valentín con el CHP: suele ser la primera reunión del año que se celebra a mediados de febrero en concordancia con el “Día de los enamorados”. Los potterheads se reúnen con la consigna de “celebrar el amor de todo tipo” y realizan ceremonias de casamiento ficticias entre los miembros del CHP.

* Batalla de Hogwarts: esta reunión se realiza en los comienzos de mayo ya que, según los libros, este evento sucedió el 2 de mayo de 1998. El motivo del encuentro es “la conmemoración a los caídos de la Batalla de Hogwarts”.

* ¡Feliz cumpleaños, Harry!: según la saga literaria escrita por J.K. Rowling, el cumpleaños del protagonista es el 31 de julio. En esta fecha, los integrantes del CHP se juntan para festejar el cumpleaños de Harry Potter con juegos y comida.



Figura 11: Reunión temática del cumpleaños del personaje de Harry

* Vuelta a clases: siguiendo a los libros de Harry Potter, las clases de los colegios mágicos comienzan en septiembre. A comienzos de ese mes, el CHP organiza una reunión temática en la cual los fans realizan actividades similares a las que suceden en *Hogwarts*.

* Halloween: al formar parte de los libros y películas de Harry Potter, la “Noche de brujas” se convierte en otro motivo de celebración para los potterheads. Los fans se disfrazan y realizan diversos juegos temáticos.

* Gala de navidad: es una de las reuniones más importantes para los miembros del CHP. Como festejo de fin de año, a fines de diciembre, el *Círculo de Lectores de Harry Potter* alquila un salón donde los integrantes del club festejan la Navidad bailando, comiendo y realizando actividades lúdicas.

* Potterwalk: este evento no es considerado por el CHP como uno de sus encuentros periódicos, sino que se organiza de manera anual. Es la marcha que realizan los potterheads con la consigna de visibilizar el fanatismo por Harry Potter y el CHP. Según sus miembros, a la última Potterwalk asistieron más de 1.500 personas.

Como hemos observado, las fechas y temáticas que elige el CHP para sus reuniones están relacionadas directamente con la saga y, en muchos casos, determinan las actividades que se realizan en cada encuentro. Estas actividades incluyen:

* Ceremonia de selección de casa: al comienzo de cada reunión, a modo de “ritual de iniciación”, los nuevos integrantes deben pasar por el proceso de selección de casa. Aquí, el staff del CHP se encarga de informarle al resto de los concurrentes la casa de aquellos que participan por primera vez de una de las reuniones del CHP para que inmediatamente sea reconocido como tal y se reúna con los otros miembros de su casa.



Figura 12: Selección de casas al comienzo de la reunión de Vuelta a clases.

* Representaciones: los fanáticos actúan y representan escenas de los libros y películas.

* Clases: el staff del CHP imparte clases de asignaturas ficticias que forman parte del colegio al que concurre el protagonista. Se trata también de una suerte de representación teatral o interpretación, ya que los jefes y prefectos muchas veces encarnan personajes de profesores de la saga para dictar clases de, por ejemplo, Historia de la Magia, Pociones o Adivinación.

* Quidditch: es un deporte ficticio que aparece en los libros y las películas de la saga que fue adaptado a la realidad. Tiene reglas similares a las del Handball y el Baloncesto, donde dos equipos de siete jugadores se enfrentan con el objetivo de lanzar una pelota dentro en tres aros que se encuentran a distintas distancias del suelo para sumar puntos. Al terminar el partido, el equipo que atrapa la *snitch* (una pelota pequeña) o tiene la mayor cantidad de puntos gana. La particularidad de este deporte es que todos los jugadores deben tener un palo o escoba entre sus piernas ya que, en la historia original, el deporte se realiza en altura y los jugadores utilizan las escobas para volar. Además de los jugadores, el resto del CHP participa de los partidos como público, porristas y mascotas de los equipos.

* Trivias: se trata de juegos de preguntas y respuestas sobre los libros y películas de Harry Potter.

* Debates: son los intercambios que realizan los potterheads en torno a la saga literaria y cinematográfica y su universo simbólico. En estos debates, los fanáticos suelen discutir sobre un personaje, situación o parte de la trama particular.

* Cosplay: implica llevar a cabo una representación física y dramática de un personaje de la cultura popular (Del Vigo y Carpezano, 2014). En las reuniones, algunos potterheads interpretan personajes de la saga mediante el uso de vestimentas y accesorios acordes y, en diversas ocasiones, se realiza un concurso mediante el cual se premia la mejor caracterización.

* Copa de las casas: a lo largo del año, los miembros del CHP suman puntos para la casa que representan a través de las actividades previamente mencionadas. En la última reunión del año, se le entrega “la copa de las casas” a la casa ganadora.

Se observa en este tipo de prácticas un consumo que Michel de Certeau caracterizó como “caza furtiva” (1996). El autor caracteriza a los lectores o consumidores como “viajeros; cruzan terrenos ajenos, como nómadas que cazan furtivamente atravesando campos que no escribieron, saqueando la riqueza de Egipto para su propio disfrute” (1996: 187). Además, como dice Jenkins, este enfoque implica concebir a la lectura popular o al consumo fan “como una serie de «avances y retiradas, tácticas y juegos con el texto, como una suerte de bricolaje cultural mediante el cual los lectores fragmentan los textos y vuelven a reunir los fragmentos en función de su propio programa, salvando materiales encontrados para dar sentido a su propia experiencia social” (2009: 52).

En este caso, podría interpretarse que los potterheads cazan furtivamente, toman elementos de la saga para su disfrute colectivo, apropiándose o reappropriándose de ellos, generando prácticas que surgen del consumo de los libros y las películas de Harry Potter, otorgándoles nuevos sentidos. Como hemos observado, los fans hacen pasar el texto por sus propias experiencias colectivas, adecuándolo a sus necesidades y gestando prácticas vinculadas con la autoidentificación, la socialización, lo lúdico y lo creativo.

Por otra parte, la singularidad que distingue al CHP de otros clubes de fans son los lazos afectivos que se conforman dentro de este. Por su antigüedad, los integrantes del CHP formaron un grupo unido en el cual todos comparten un alto nivel de compromiso con su organización y funcionamiento. Cabe destacar que, si bien se trata de un grupo que

va cambiando con los años, con miembros que entran y se van, se han formado vínculos duraderos que escapan al club. En palabras de Rivera Gómez: “hay fans que se reúnen con otros para llevar a cabo actividades relacionadas con cierto producto mediático, pueden formar un club de fans y quizá establecer relaciones afectivas que superen su afición común” (2011: 8). Para los integrantes, el CHP no es solo un espacio en donde se encuentran con otros fans y comparten su fanatismo por Harry Potter, sino que el grupo formado dentro de este club se ha vuelto parte de su círculo social más íntimo.

Por ello, muchos de los miembros repiten en sus discursos que el CHP es su “familia”. En muchos de sus discursos se observa que, dentro de este club de fans, se ha engendrado un sentido de pertenencia aún mayor al que general el fandom Potterhead en general. Por ejemplo, Jazmin (33) expresa:

El CHP es una gran familia. Es como sentirse en casa... es como esas familias italianas que ponen la mesa un domingo al mediodía, esos almuerzos en familia en los que tenés a todos los personajes, es un griterío y una locura, pero vos decís ‘esta es mi familia’. Es el lugar donde pertenezco, donde me siento cómoda, feliz. Somos una comunidad hermosa y no la cambio por nada.

Cabe resaltar que los miembros del CHP utilizan también el término “secta” para definir al grupo y clasificar sus prácticas. Considerando que los medios hegemónicos suelen representar a los fandoms de esta índole como cultos, logias o sectas, observamos en este caso que los mismos integrantes del CHP adoptan esta identificación exógena para nombrar y caracterizar su club de fans y sus actividades. Por ejemplo, Juliana (28) dice:

Algunas personas lo pueden definir al CHP como secta y no es una mala definición per se, siempre trato de reclutar gente para el Círculo y nos hago quedar como una secta. No es tan errado decir que somos una secta. Es que somos un grupo de fans muy unido que se conocen hace muchos años y recrean lo que Rowling hizo.

De este modo, al identificarse con esta categorización externa, hacen referencia a los rituales de iniciación como la ceremonia de selección de casas, la antigüedad del club, el grupo que se ha formado allí dentro o al gran compromiso que le dedican los miembros a su funcionamiento. En este sentido, los potterheads resignifican el estigma puesto sobre ellos, asociando el ideologema de secta de forma positiva con nociones como la unión, la

cooperación y la comunidad. Extrapolando las ideas de Rossana Reguillo Cruz (2000), podemos plantear que estos fans transforman un estigma social en un emblema, reivindicándolo así como un símbolo propio del proceso de formación identitaria.

2.3.1.2. Una alternativa en CABA: la Asociación Harry Potter Argentina

La Asociación Harry Potter Argentina es el segundo club de fans de Harry Potter con mayor cantidad de miembros en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Al igual que el CHP, realiza eventos con cientos de fanáticos de forma regular en la ciudad porteña, formando una comunidad paralela de potterheads.

En palabras de su fundador, Iván (26), la Asociación Harry Potter Argentina se creó en 2014, en búsqueda de generar un club de fans alternativo al CHP, “con otra dinámica y dirigido a un público distinto y más amplio”. Tal como el Círculo, este club de fans también cuenta con un “staff” que se encarga de organizar las reuniones, pero, a diferencia del primero, no cuenta con una jerarquía particular ni requisitos excluyentes para formar parte de este más que la aprobación por parte del resto de sus integrantes.

Según su creador, la Asociación Harry Potter Argentina realiza reuniones bimestrales en pos de nuclear a diversos fanáticos que busquen disfrutar con otros fans y divertirse al aire libre de una forma relajada. Sus encuentros suelen desarrollarse en espacios públicos como plazas y parques y, al igual que el CHP, los organizadores eligen realizarlas en fechas emblemáticas para los fanáticos como el Inicio de clases en septiembre y Halloween en octubre.

Al asistir a la reunión de la Asociación de Inicio de clases (07/09/2019) se observó otra similitud con el CHP: las actividades que realizan en sus juntadas. En ellas, los potterheads participan de trivias, debates, sorteos, concursos de cosplay y juegan *Quidditch*.

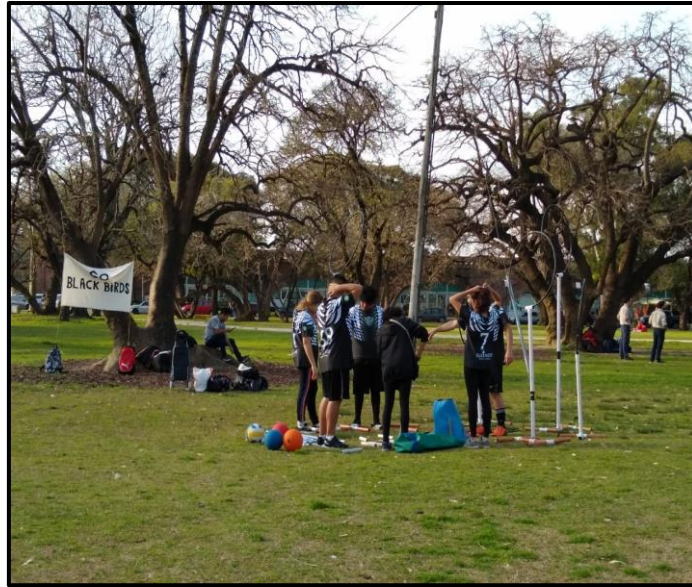


Figura 13: Entrenamiento del equipo de *Quidditch*, “Black Birds” (Pájaros negros).



Figura 14: Iván, el organizador, realiza trivias sobre los libros y las películas de Harry Potter.

No obstante, se observaron diferencias con respecto al CHP. Una de ellas fue la elección, por parte de los organizadores, de no dividir a los potterheads según su casa de *Hogwarts* ni realizar ningún “ritual de iniciación” al comienzo del evento, generando, según algunos de sus miembros, un ambiente más distendido que invita a los fanáticos a socializar y participar de las diferentes actividades. Al hablar con una de las potterheads que atendió el evento comentó que se trataba de “un lugar muy tranquilo para conocer a otros fans un sábado a la tarde. Fuimos a la reunión por el cumpleaños de Harry en el Rosedal¹⁹ del CHP pero no había tanta gente, este tipo de reuniones me gustan más”.

¹⁹ El Paseo El Rosedal es un parque ubicado en el barrio de Palermo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Asimismo, cabe señalar que algunos fanáticos prefieren ir a los eventos de este club ya que no encontraron en el CHP un espacio en donde se sintieran cómodos. Algunos participantes de este club caracterizaron a la Asociación Harry Potter Argentina como más tranquila y menos intensa, con reuniones más relajadas y abiertas hacia los fans más recientes. También se advirtió una clara particularidad en el tipo de público que asiste a estos eventos: a diferencia del CHP, en el cual la mayoría de sus integrantes son jóvenes adultos que se acercan de manera individual al club, en las reuniones de la Asociación Harry Potter Argentina se observa una mayor cantidad de niños, adolescentes y familias con integrantes de distintas edades. Según uno de los potterheads, en las reuniones de la Asociación Harry Potter Argentina encuentran un espacio en el cual pueden disfrutar su fanatismo con sus familias o amigos y, al mismo tiempo, divertirse participando en actividades al aire libre.

Por último, señalamos la existencia de una diferencia más entre ambos clubes de fans. Mientras que en el *Círculo de Lectores de Harry Potter* los miembros forman parte de un grupo unido que ha formado lazos emocionales duraderos de amistad, los participantes de los eventos de la Asociación Harry Potter Argentina disfrutan de su compañía durante las reuniones, pero no forman tales vínculos fuertes ni existe un sentimiento de “familia” entre sus integrantes como sí se generó en el CHP. Sus participaciones son más esporádicas y, si bien encuentran en los eventos de la Asociación un espacio de pertenencia y socialización donde pueden compartir sus intereses con otros potterheads y hacer amigos, no se forma entre todos sus miembros un grupo tan unido y constante.

2.3.1.3. *Magic Meeting y Harry Potter Book Night*: los emblemáticos eventos de FanCon

Además de las reuniones de los dos principales clubes de fans de Harry Potter en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se realizan dos eventos anuales organizados por la productora FanCon que nuclea una gran cantidad de potterheads. Según Mayra (33), una de sus organizadoras, se trata de un proyecto que surgió como “una productora de fans y para fans que organiza eventos masivos con distintas temáticas”. De igual manera, en la página web oficial de FanCon se lee:

FanCon es una organización de eventos que nació en el año 2008 con el objetivo de crear espacios de entretenimiento y encuentro entre fans de diferentes

temáticas: Anime, videojuegos, series, películas, literatura, comics y más! Todos los miembros de FanCon son fans como sus asistentes y eso hace que los eventos sean hechos con fervor, combinados con la experiencia y profesión de más de 10 años en el área de organización de eventos.

Esta productora realiza los eventos locales más multitudinarios dedicados a los fanáticos de Harry Potter: *Harry Potter Book Night* y *Magic Meeting*. A diferencia de las reuniones convocadas por los clubes de fans, estos eventos suceden una vez al año y cuentan con una mayor difusión y masividad²⁰.

Como aparece en la página web de FanCon, “*Harry Potter Book Night* surge como una idea de Bloomsbury, editorial de la saga de Harry Potter en el Reino Unido, para celebrar alrededor del mundo las novelas creadas por J.K. Rowling e invitar a nuevas generaciones a vivir las mágicas aventuras de Harry (Potter)”. Desde al año 2018, FanCon organiza, junto a la Embajada Británica en Argentina, una versión local de este evento en búsqueda de reunir a los fanáticos porteños y atraer a “las nuevas generaciones” al fandom. El evento se realiza todos los años a comienzos del mes de febrero en los jardines de la embajada británica ubicados en el barrio de Recoleta. Se trata de un evento gratuito con cupos limitados determinados por la capacidad de la locación. Los fanáticos deben reservar su entrada de forma virtual para poder acceder a los jardines de la Embajada el día del evento.

De esta forma, la Embajada británica recibe a casi dos mil fanáticos de todas las edades anualmente. Al igual que las reuniones de la Asociación Harry Potter Argentina, se trata de un ambiente familiar y con mayor presencia de niños ya que el evento apunta principalmente hacia ese público. Además, las actividades propuestas son las mismas que realizan los clubes de fans mencionados anteriormente e incluyen debates, lecturas, trivias, concurso de cosplay y *Quidditch*.

Por otro lado, la *Magic Meeting* se ha convertido en el evento de Harry Potter más masivo en CABA. Fue creada en 2012 como una propuesta de los miembros de FanCon de generar un evento multitudinario que nucleee a todos los potterheads del fandom porteño sin tener la necesidad de pertenecer a un club de fans. A diferencia de la *Harry Potter Book Night*, la *Magic Meeting* se realiza durante dos días de un fin de semana en

²⁰ Según la página oficial de FanCon, *Harry Potter Book Night* cuenta con más de mil participantes en cada edición y más de dos mil seguidores en su cuenta de Instagram. Por su parte, según una de sus organizadoras, *Magic Meeting* cuenta con más de 4500 participantes diarios cada año y la página oficial en Facebook tiene 36 mil seguidores.

el mes de julio o agosto y la entrada es paga. Este evento se realiza en el Colegio San José ubicado en el barrio de Balvanera y convoca a potterheads de todas partes del país. Mayra (33) cuenta que, en sus inicios, en la *Magic Meeting* participaban alrededor de mil fanáticos por día, pero los últimos años el evento contó más de cuatro mil personas por fecha.

El staff y el espacio se estructura de forma similar que el CHP, con jefes y prefectos de casa y con “salas comunes” exclusivas para los integrantes de cada casa de *Hogwarts* que, en este caso, son aulas del colegio donde realiza el evento en las cuales los potterheads pueden descansar en determinados momentos o relacionarse con sus pares.

Al igual que en los eventos realizados por los clubes de fans locales, las actividades que se realizan en la *Magic Meeting* giran en torno a Harry Potter. Así, observamos a los fanáticos jugar *Quidditch*, atender a clases de asignaturas “mágicas”, participar de concursos de cosplay, debates, trivias sobre la saga, entre otros. Otra similitud que tiene este evento con las reuniones del CHP es que, durante este fin de semana, a través de las mencionadas actividades, los potterheads representan a su casa de *Hogwarts* y suman puntos para la “copa de las casas”, que es entregada hacia el final del segundo día del evento.



Figura 15: cosplayers representando a diversos personajes de la saga de Harry Potter en la *Magic Meeting* (2019).

Otra característica de la *Magic Meeting* que la distingue del resto de los eventos es que el colegio San José cuenta con un auditorio en el cual a lo largo del día se realizan diversos espectáculos entre los cuales se destacan:

* Proyecciones de películas: una vez por día se realiza la proyección de alguna película de la saga de Harry Potter en pantalla grande.

* Musicales: durante el año, diversos grupos de potterheads escriben y ensayan musicales que luego interpretan en el escenario del auditorio ante el público. En las últimas ediciones se distingue “Harry Into The Potterverse”, un espectáculo en el cual los personajes del universo de Harry Potter interactúan con mundos y tramas ficticias de otros productos de la cultura pop como la serie de televisión *Game of Thrones* o la película animada *Frozen*.

* Danza: grupos de bailarines ponen en escena un espectáculo con la temática de Harry Potter, caracterizados como los distintos personajes de la saga. Un ejemplo es “A Very Potter Musical”, el espectáculo de danza creado por el grupo de fans *Lost in*, que se presentaron en el evento de 2019.

* Música en vivo: a lo largo del evento se presentan en el escenario diversos conjuntos de música, como coros, bandas de rock y de cumbia. Uno de los espectáculos a destacar es la presentación de *Los tumberos de Azkaban*, una banda de “cumbia potterica”, cuyas canciones llevan la melodía de canciones de cumbia existentes pero los cantantes modifican sus letras incluyendo temáticas relacionadas con la historia del mundo mágico de Harry Potter.



Figura 16: presentación de *Los Tumberos de Azkaban* en el escenario del auditorio en la Magic Meeting (2019).

Se advierte que, por su duración, reconocimiento y masividad, la *Magic Meeting* se ha vuelto el evento más importante del año para el fandom Potterhead. Para muchos fanáticos, este es el único encuentro offline en el que participan durante el año, mientras que para otros, si bien asisten a eventos realizados por uno de los clubes de fans, la *Magic Meeting* les supone una mayor dedicación, ya sea porque se encuentran con amigos que viven en otros puntos del país y viajan especialmente para el evento, porque preparan un cosplay especial o porque ensayan para alguno de los espectáculos que se realizarán durante ese fin de semana.

Asimismo, la importancia de la *Magic Meeting* radica en que, al igual que el CHP, representa el primer contacto que tienen algunos fanáticos con el resto del fandom. De esta forma, María Luz (43) dice:

Fui a una *Magic Meeting* en 2014 y quedé fascinada porque me encontré gente que compartía ese nivel de amor y locura por Harry Potter. Ver todos los cosplays, shows y demás me hizo amar mucho más el hecho de ser fan de la saga. La Magic se volvió un fin de semana ideal para cortar con la rutina y para compartir con otros fans en un ambiente muy cálido, se siente como si estuviéramos de verdad en *Hogwarts*.

Muchos potterheads coinciden en que este evento es el lugar donde pueden conectarse con otros fans que no hubieran conocido si no fuera de esta manera y con quienes pueden compartir y disfrutar su fanatismo. De esta forma, la *Magic Meeting*

representa a la perfección ese “mundo de fin de semana” propuesto por Jenkins (2010) en el cual los fanáticos pueden expresar su fanatismo en conjunto con otros en un ambiente separado de sus rutinas.

2.4. A modo de cierre

A lo largo de este capítulo se buscó profundizar acerca del modo en la que los potterheads se definen a sí mismos y, de esta forma, construyen su identidad. Según Borda, el fanatismo se caracteriza por formar parte de la construcción de identidades tanto individuales como colectivas, originadas en la nominación externa o la autonominación (2015: 78). En este caso, hemos observado que los fans de Harry Potter se perciben como potterheads, pero además se identifican con categorizaciones exógenas como, por ejemplo, enfermos o locos, o como una secta al caracterizar a un grupo en particular, marcando una continuidad con las representaciones mediáticas hegemónicas mencionadas en el capítulo anterior.

En este sentido, advertimos, en los discursos de los potterheads, una apropiación positiva de estas dominantes interdiscursivas previamente descritas, en pos de resignificar estos estigmas puestos sobre ellos y quitarle su connotación negativa. Por eso, señalamos que, para los fans, el fanatismo por Harry Potter se ha vuelto un recurso identitario central y una característica de su personalidad digna de orgullo que pretenden expresar ante los demás.

Por otro lado, se observa una continuidad entre los discursos y las prácticas de los potterheads y otra dominante interdiscursiva mencionada en el primer capítulo a través de la cual reproduce la figura del fanático de Harry Potter como “persona que no tiene vida propia” por fuera de este consumo en particular y que se encuentra alejado de la realidad. Muchos de ellos admiten que su vida gira en torno a Harry Potter, que viven por y para este universo fantástico creado por J.K. Rowling. De esta forma, Harry Potter se ha vuelto una especie de manual para transitar sus vidas y relacionarse con otros.

Este fenómeno se advierte tanto en la experiencia individual y particular de cada potterhead como en las actividades colectivas del fandom. En esta línea, describimos a la comunidad Potterhead, los clubes de fans y la forma en que los fanáticos interactúan presencialmente. De esta manera, para los fans, ser potterhead también es poder compartir el fanatismo con otros, uniéndose a clubes de fans, creando redes de reciprocidad y estableciendo vínculos emocionales duraderos, generando un fuerte sentido de pertenencia dentro del fandom.

Se observa una ruptura con la dominante interdiscursiva que muestra a los potterheads como inadaptados sociales e incapaces de relacionarse con otros porque, como hemos visto, estos sujetos encuentran en la comunidad Potterhead nuevas formas de sociabilización donde conocen a amigos e, incluso, forman pareja gracias al interés compartido por Harry Potter. Cabe destacar que estas relaciones afectivas que surgen en el fandom escapan de estos espacios y se afianzan con el tiempo, así como tienen un correlato mediado por las plataformas digitales que será analizado en el siguiente capítulo.

Por último, hemos advertido que muchas de las prácticas e interacciones descritas en este capítulo se trasladan, mutan y adaptan en el plano online, especialmente en los intercambios que se producen en las plataformas Twitter e Instagram. En el próximo capítulo, entonces, se describirán las similitudes y diferencias entre ambas instancias de socialización, así como su particular enlace.

CAPÍTULO 3

“ES REAL PARA NOSOTROS”: HACIA LA DEFINICIÓN DE UNA IDENTIDAD VIRTUAL

3.1. El ciberespacio: otras formas posibles de vinculación social

Teniendo en cuenta lo estipulado en la Introducción y en el capítulo anterior, el análisis de las interacciones que realizan los potterheads en plataformas digitales permite precisar las prácticas y sentidos producidos por los fanáticos de Harry Potter en este campo. Cabe destacar que estas instancias virtuales se han convertido en un recurso central tanto para sociabilización entre los fans como para el despliegue de sus prácticas de consumo. En este sentido, se reconstruirán las distintas formas de expresión y relación entre fans, así como las motivaciones y finalidades con las que estos fanáticos eligen Twitter e Instagram. El propósito consiste en analizar cómo construyen sus identidades virtuales en tanto que “potterheads”, contemplando las continuidades y contrastes de esta dimensión con lo que ocurre en la presencialidad.

3.2. “Potterhead hasta el final”: sobre la importancia de Harry Potter en las construcciones identitarias virtualizadas

Como hemos visto en el capítulo anterior, Harry Potter forma gran parte de la vida de los fanáticos, convirtiéndose en un consumo central para la formación de su identidad y una herramienta primordial en su proceso de autocomprensión. En este sentido, observamos un primer correlato entre el plano offline y el plano online, dentro del cual los potterheads se presentan a sí mismos como fans de Harry Potter ante otros usuarios en el ciberespacio. Al construir su identidad virtual (Gelder, 2007), la saga fantástica cobra un papel significativo para los potterheads. Esto se advierte en la elección de sus *nicknames*²¹ tanto en Twitter como en Instagram: los potterheads usan nombres, apellidos y elementos de la saga de Harry Potter como *nicknames* y, en la mayoría de los usuarios, se trata de la unión entre su nombre de pila y una de estas palabras. Estos son los casos de @elisblack y @paulisblack que llevan el apellido de Sirius Black, el padrino del personaje principal, o @NaweSnape por Severus Snape, un profesor de la escuela de magia a la que concurre el protagonista.

²¹ Palabra en inglés que remite al apodo o pseudónimo que se utiliza para interactuar en las redes sociales.

También se observan *nicknames* en los cuales los fans juntan sus nombres con la palabra “Potterhead”, como es el caso de @MellPotterhead. Además, en sus *biografías*, es decir, la descripción que se encuentra debajo del *nickname* en los perfiles dentro de estas plataformas, suelen destacar que son fans de Harry Potter junto a otras categorías identitarias como su profesión, orientación política, equipo de fútbol favorito u otros intereses culturales.

Por otra parte, los potterheads también buscan demostrar constantemente su fanatismo por el universo creado por J. K. Rowling en sus publicaciones en las redes a nivel icónico, subiendo fotos de sus tatuajes, colecciones, ropa y accesorios, y a nivel simbólico, en el contenido de sus tuits²² o en los pie de foto en las publicaciones de Instagram, en algunos casos incluso utilizando el hashtag #Potterhead:



Figuras 17 y 18: fotos de los tatuajes de D.S. (2020) y A.C. (2019), respectivamente, publicados en Instagram. El primero refiere a la plataforma 9 $\frac{3}{4}$, a través de la cual Harry Potter accede al mundo mágico en los libros y películas, y que se ha transformado en un ícono reconocible para los fans, mientras que en la segunda se observa uno de los hechizos de la saga (“*Expecto Patronum*”) y “*Always*” (siempre, en castellano), una frase célebre de Severus Snape, uno de los personajes de la saga.

“Me acabo de hacer la prueba de ADN y resulta que soy 100% Potterhead” [Tuit de G.S., octubre de 2018]

²² Según la Real Academia Española, un tuit es un “mensaje digital que se envía a través de la red social Twitter y que no puede rebasar un número limitado de caracteres”.

“Mañana es 31 y todavía no caigo de lo importante que es Harry Potter en mi vida. ¿Vieron que hay libros que pueden hacer nuestra vida diferente? Las literaturas en la infancia pueden marcarnos para siempre #Potterhead” [Tuit de B.G., mayo de 2018]

“siempre calzada y siempre Potterhead” [Tuit de D.L., acompañado por una imagen de sus medias con un dibujo de la plataforma 9 ¾ similar al de la figura 17, junio de 2020]

Además, hemos visto que, en el plano offline, los fans le otorgan una especial importancia a la casa de *Hogwarts* tanto para identificarse a sí mismos, como para referirse a otras personas, objetos y situaciones que los rodean. En este sentido, observamos otra continuidad con el plano online ya que, a través de las redes sociales, los potterheads suman a sus usuarios, biografías y fotos de perfil la casa con la cual se identifican. Por ello, señalamos usuarios como @1Gryffindor_ en Twitter, cuya biografía reza “Un gryffindor Cualquiera” o el *nickname* de @JonaRaven, que remite a su pertenencia la casa *Ravenclaw*. Otro ejemplo es el perfil de Instagram de la usuaria @una_ravenclaw_mas, cuya biografía es “Otra chica Ravenclaw” y en la foto de perfil predominan los colores azul y plateado, así como la imagen de un águila, que constituyen los elementos principales del escudo de la casa según los libros de Harry Potter.

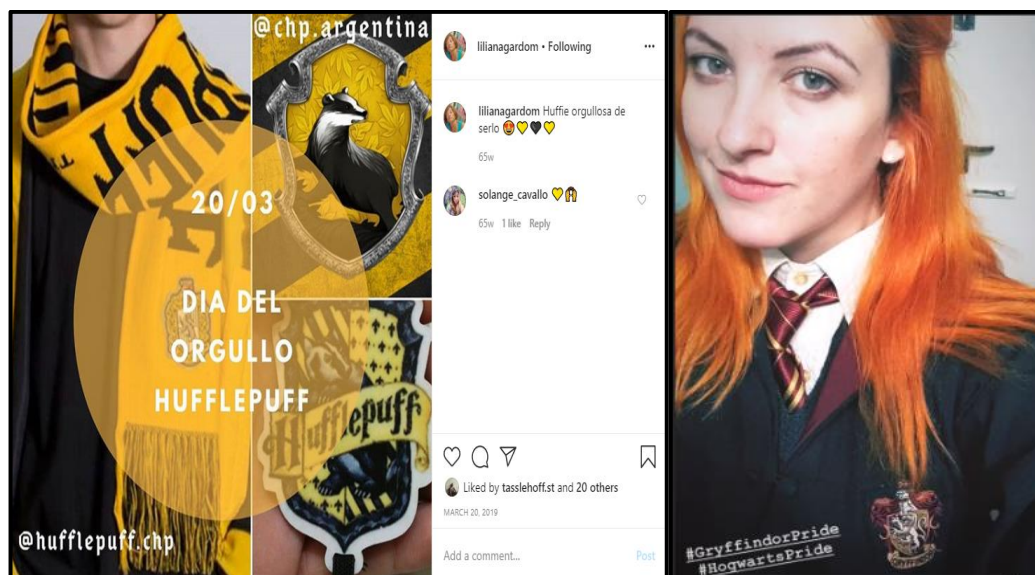


Figura 19: perfil en Instagram de W.R. (2020).

Además, dentro el contenido que suben los fanáticos, se destaca la utilización de hashtags como #Ravenclawpride o #Hufflepuffpride²³, lo que demuestra que la casa que los representa es motivo de orgullo para ellos, tal como lo es ser potterhead. Por ejemplo, se observa en la publicación de L.G. en Instagram en el cual la imagen que contiene los colores, la insignia y el animal característico de *Hufflepuff* se encuentra acompañado por el texto “DÍA DEL ORGULLO HUFFLEPUFF” y el pie de foto reza “Huffie orgullosa

²³ En castellano, “Orgullo Ravenclaw” y “Orgullo Hufflepuff”.

de serlo” (2019). El orgullo por la casa de *Hogwarts* aparece también en la historia de Instagram²⁴ de M.P.D en la cual aparece vestida con una corbata y túnica con los colores de *Gryffindor*, rojo y dorado, acompañado por el texto ‘*#GryffindorPride*’.



Figuras 20 y 21: publicaciones en *Instagram* de L.G. y @MPD. La primera corresponde a la publicación de una foto con emblemas de *Hufflepuff* mientras que la segunda los colores y el escudo de *Gryffindor* se resaltan en la corbata y túnica de la fan.

Siguiendo esta línea, cabe agregar que, en sus publicaciones, algunos potterheads buscan demostrar su fanatismo por Harry Potter y su pertenencia a una casa determinada simultáneamente. Un ejemplo de esto es la publicación de F.A. en Instagram, compuesta por una imagen del potterhead utilizando dos accesorios: un collar con el símbolo de las reliquias de la muerte²⁵, que lo identifica como potterhead y otro con una serpiente, el animal característico de la casa *Slytherin*. Además, en el pie de foto se lee “Potterhead and Slytherin until the very end (Potterhead y Slytherin hasta el final)” (F.A, 2020).

²⁴ Las historias de Instagram son contenidos audiovisuales que, a diferencia de las publicaciones normales, tienen una duración de 24 horas y, pasado ese período, desaparecen.

²⁵ Las reliquias de la muerte es un cuento que pertenece al mundo mágico creado por J.K. Rowling. Cuenta la historia de tres objetos mágicos y poderosos creados por la Muerte y entregados a tres hermanos.

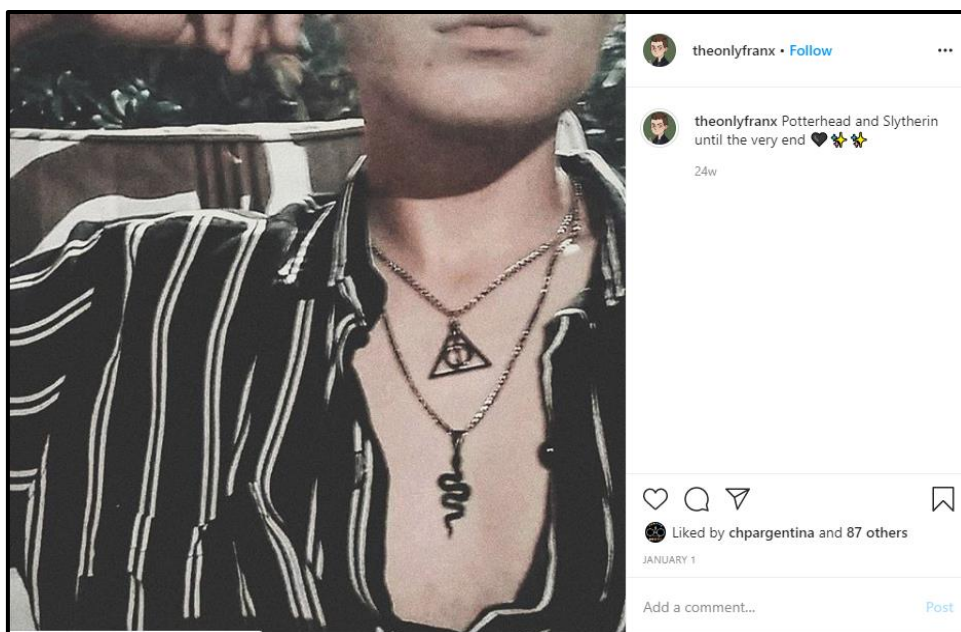


Figura 22: publicación de F.A. en Instagram (2020)

En resumen, al igual que sucedía en el ámbito offline, Harry Potter se vuelve un elemento central para el proceso a través del cual los fans se presentan e identifican en el plano online. Los potterheads buscan exhibir, en sus perfiles y publicaciones, su fanatismo por este consumo para que otros (fans y no fans) los reconozcan como tales. Así como lo hacen en la presencialidad de sus vidas cotidianas a través del uso de accesorios relacionados con la saga, en la virtualidad estos fans acuden a distintas estrategias como elegir un determinado *nickname*, mostrar fotos de sus colecciones o utilizar ciertos hashtags relacionados con Harry Potter en sus tuits y publicaciones en Instagram para demostrar su fanatismo.

3.3. “Si me seguís probablemente te guste HP”: cultura participativa e inteligencia colectiva

Como fue mencionado en el segundo capítulo, se observa al interior de la subcultura Potterhead un fuerte sentido de pertenencia por parte de los fans que generan lazos afectivos en torno de sus consumos compartidos. Tal como sucede en los clubes de fans y los encuentros cara a cara, los fans descubren en Internet y las tecnologías de comunicación digital vías de socialización y de formación de comunidad. De esta forma, los potterheads más antiguos mencionan que se acercaron al fandom de Harry Potter de forma virtual antes de encontrarse en la presencialidad. A comienzos de la década del 2000, cuando se estrenaron las primeras películas y se tradujeron los primeros libros de

la saga literaria al español, todavía no existían clubes de fans que nuclearan a los potterheads y organicen encuentros, por ello los fanáticos buscaban encontrarse con otros fans en plano virtual. En sus comienzos, usaban Internet para participar de foros como *HarryLatino.com* o *Sectumsempra*, grupos de *Yahoo* y luego *Facebook*, generando los primeros espacios en los cuales se gestó la comunidad virtual local. Internet fue para muchos potterheads la puerta de entrada al fandom, es decir, el primer contacto que tuvieron con otros fanáticos con quienes podían interactuar y realizar prácticas relacionadas con el universo de Harry Potter. Luego, muchos de estos fanáticos sintieron la necesidad de conocerse en persona, se unieron al CHP o la Asociación Harry Potter Argentina y/o atendieron a los eventos ya referidos.

Cabe destacar que, en este contexto sociocultural convergente y transmediático (Jenkins, 2008), observamos que las nuevas tecnologías y las redes sociales habilitan nuevos espacios en los cuales los fans se vinculan entre sí, produciendo la emergencia de prácticas originales. Como dice Gelder (2007), el ciberespacio no se trata de un conjunto de personas que se mantienen alienadas, sino que facilita la comunicación, interacción y sociabilización y, de esta forma, impulsa la formación de comunidades virtuales. Siguiendo a Lévy, una comunidad virtual “se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, y esto independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales” (2007: 100), es decir, no tiene un lugar de referencia estable y se encuentra en constante expansión.

Hoy en día, los potterheads ya no utilizan foros ni grupos de *Yahoo* o *Facebook*, sino que han migrado hacia otras redes sociales: Twitter e Instagram. Allí, se forma una comunidad virtual en la cual surgen lazos afectivos al interior de “grupos humanos que sólo eran potenciales antes del acontecimiento del ciberespacio” (Lévy, 2007: 103). Las redes conforman nuevos espacios en los cuales los potterheads identifican a otros fans, se comunican, interactúan con ellos e incluso forman vínculos que se mantienen en el tiempo. Al igual que en el plano online, se genera un sentimiento de pertenencia ya que, como propone Wade, “El nosotros alcanza su máxima expresión en el entorno virtual las redes sociales. Aquí queda claro cómo, a partir de un consumo que los convoca, estos [...] desconocidos y distantes se perciben a sí mismos como pares” (2011: 70).

En este sentido, cabe mencionar que, a diferencia del plano offline, las relaciones que se establecen en el ámbito online se caracterizan por ser más intensas y formarse de una forma más rápida, pero también son más inestables y efímeras. Como hemos

mencionado, en muchas ocasiones estas relaciones que surgen en el plano online necesitan pasar al plano offline, en el ámbito de los clubs de fans, para afianzarse en el tiempo. En el plano virtual un usuario puede borrar sus cuentas o simplemente dejar de interactuar con otros fans de un determinado fandom, deshaciendo inesperadamente los lazos que había establecido con el resto de los fanáticos a través de las redes.

Por otra parte, consideramos que, en el plano virtual se dan los encuentros entre fans que buscan “entablar conversaciones entre iguales que remiten a otros ámbitos de su vida cotidiana y son percibidas por los actores como una forma de escapar del hastío, sentirse acompañados o conocer personas que compartan sus gustos e intereses” (Álvarez Gandolfi, 2014: 53). De este modo, se observa que muchos de los fanáticos acceden de forma diaria a Internet y, por lo tanto, sus interacciones con otros y las prácticas que realiza este fandom en este entorno se vuelven parte de su cotidianidad.

En consecuencia, se advierte que el concepto del fanatismo como “mundo de fin de semana”, separado de los otros ámbitos y tiempos de la rutina diaria, propuesto por Jenkins (2010), y previamente mencionado, entra en cuestionamiento. Cabe señalar que, debido a “la promesa de inmediatez a través de la flexibilidad y la vivacidad de las comunicaciones en red de la web” (Scolari, 2008: 50), Internet amplía la restricción espacio-temporal anterior de las actividades vinculadas con el fanatismo como ámbito separado de otras instancias propias de la vida cotidiana. Así, la periodicidad de las interacciones entre los fanáticos se traslada del fin de semana al día a día: los fanáticos están en contacto permanente y no precisan del encuentro presencial para comunicarse y compartir experiencias, convirtiendo el entorno online y todo lo que este conlleva parte de su cotidianidad.

Esta posibilidad de interactuar en tiempo real a través de las redes sin la necesidad de coincidir en el mismo espacio físico genera nuevas prácticas para los potterheads como el “live-tweeting”²⁶. En este caso, los potterheads anuncian a través de Twitter que están transmitiendo una de las películas de la saga en la televisión para poder comentarla en simultáneo con otros fans. Por ejemplo, se observa el tuit de @CHPArgentina incitando a otros fans a participar:

“¡Para los que no saben, hoy hay maratón de HP en TNT! ¿Se animan a hacer una view party twittera?” [Tuit de @CHPArgentina, 2020]

²⁶ “Live-tweeting”, en español twitteo en vivo, implica el intercambio sincronizado de tuits en tiempo real en Twitter, a través del cual varios usuarios pueden comentar un evento en particular.

En este sentido, los fanáticos también utilizan sus redes para compartir y comentar noticias relacionadas con la saga de Harry Potter (la salida de un libro o película, la muerte de un actor, entre otros) en tiempo real con otros fans. Tal es el caso del tuit de @CHPArgentina a través del cual comunican el lanzamiento de un producto nuevo que involucra a tres de los actores de las películas de Harry Potter:

“Los gemelos James y Oliver Phelps tienen podcast llamado “Double Trouble”. Su primera invitada es su hermana en la ficción, Bonnie Wright” [Tuit de @CHPArgentina, 2020]

Igualmente, advertimos un correlato entre el entorno virtual y las actividades realizadas por los potterheads en el plano offline. Los clubes de fans y los eventos analizados en el capítulo anterior utilizan sus cuentas en las redes sociales para difundir información acerca de sus las reuniones en búsqueda de atraer nuevos fans a sus encuentros. Asimismo, los fans trasladan prácticas del plano offline al online, como la celebración de aniversarios de fechas emblemáticas, tanto de sucesos ficticios (cumpleaños de personajes o batallas que suceden en la historia creada por J. K. Rowling) como reales (la salida de un libro o el cumpleaños de un actor de las películas de la saga de películas), y la realización de trivias y debates con temática potterhead.



Figura 23: publicación de @CHPArgentina en Instagram sugiriendo un debate sobre la clasificación de animales en la saga de Harry Potter (2020).

Por otra parte, hemos observado prácticas que surgen del uso de Internet y la interacción con otros potterheads del fandom virtual y se mantienen exclusivamente en este plano. Estas son:

* Publicación de datos curiosos y detrás de escena: los potterheads comparten en sus cuentas información e imágenes de poco conocimiento o nunca antes vistas sobre los libros y las películas.



Figura 24: Detrás de escena de las películas de Harry Potter publicado en Twitter por @Harry_Potter_TM (2020)

* Creación y circulación de memes: Davison define al meme como una pieza de cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión por la red (2012). En este caso, los potterheads crean sus propios memes que luego circulan a través de Twitter e Instagram o modifican memes existentes para adecuarlos a la temática potterhead.

* Fanfic: siguiendo a Borda y Trovarelli, “fanfiction -o fan fiction- es un término relativamente amplio que cubre aquellas obras creadas por fans a partir de distintos productos de la industria del entretenimiento” (2018: 1). Los potterheads escriben historias que se ubican dentro del mundo mágico creado por J.K. Rowling. En este caso, se observa que los fans difunden sus escritos que se encuentran en distintas plataformas (*Google Drive*, *Wattpad.com* o *Fanfiction.net*) a través de sus redes sociales buscando atraer lectores que validen sus producciones.

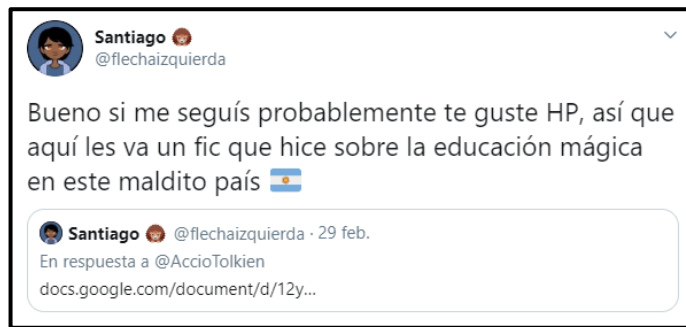


Figura 25: un usuario comparte el link de su fanfic en Twitter (2020).

* Fanart: según Manifold, “fanart” o “arte fan” refiere a las piezas de arte que copian o son inspiradas por materiales producidos comercialmente (2009). Los potterheads realizan dibujos, pinturas y manualidades como bordados y esculturas con la temática de Harry Potter que luego son compartidos en sus cuentas en las redes sociales. Además, algunas páginas impulsan a que los fanáticos “compartan sus mejores creaciones”, en pos de promocionar a los artistas y sus obras.



Figura 26: pintura del personaje Dumbledore, el director de *Hogwarts*, compartida por A.P. en su cuenta de Instagram (2019).

* Podcasts: un podcast es “una forma de comunicación basada en una tecnología que permite la distribución y la recepción automática de archivos de audio” (Gallego Perez, 2010: 18). En este sentido, los fans producen podcasts en los cuales los locutores repasan la historia de los libros de Harry Potter y debaten

sobre diversas temáticas. Los podcasts de potterheads locales son *Podcast 9 ¾* y *La Radio del Merodeador*, que se publican en plataformas habilitadas para reproducir este tipo de contenido como Spotify²⁷ y son difundidos a través de sus cuentas en las redes sociales.

Como hemos visto a lo largo del capítulo, los fans se caracterizan por ser audiencias altamente productivas y participativas (Fiske, 1992). Teniendo en cuenta que “las tecnologías digitales han posibilitado también nuevas formas de producción cultural de los fans”, creemos que en la virtualidad se funda una “cultura participativa” en la cual “se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos” (Jenkins, 2008: 166-277). Gracias a Internet, muchos de los consumidores de Harry Potter se convierten en productores de obras originales que comparten con otros miembros de la comunidad virtual en busca de reconocimiento y validación, ya que, como propone Jenkins, “el grupo de fans posee unas formas concretas de producción cultural, unas tradiciones estéticas y unas prácticas determinadas. Los fans artistas [...] responden a los intereses concretos de la comunidad de fans” (2010: 315).

En esta línea, cabe destacar que, como propone Lévy, “la moral implícita de la comunidad virtual es, en general, la de la reciprocidad” (2007: 101). En términos de Libertad Borda (2015), quién propone la caracterización de una comunidad de fans como un sistema de reciprocidades, podemos decir que los miembros de la comunidad virtual potterhead se necesitan mutuamente para realizar diversos intercambios de productos y saberes, formando verdaderas redes de reciprocidad entre ellos.

De igual forma, observamos en el acto de compartir noticias, imágenes de los *detrás de escena* y datos curiosos, así como en los debates que surgen en torno a las diversas producciones que realizan los propios potterheads, lo que Pierre Lévy denomina “inteligencia colectiva” (2007), propia de la cultura de la convergencia. Según Jenkins, ‘inteligencia colectiva’ es “la capacidad de las comunidades virtuales de estimular el conocimiento y la pericia de sus miembros, a menudo mediante la colaboración y deliberación a gran escala” (2008: 280). Los potterheads divulgan en las redes sociales imágenes e información que consideran útiles para el resto de los fans, en búsqueda de

²⁷ Spotify es una aplicación multiplataforma sueca, empleada para la reproducción de música, podcasts y videos digitales vía streaming.

aumentar el conocimiento general del fandom sobre Harry Potter, generando intercambios y reflexiones enriquecedores para su experiencia online.

En resumen, hemos observado que el fandom virtual de los potterheads se organiza “en torno a la producción y el debate colectivos, así como a la propagación de significados, interpretaciones y fantasías en respuesta a varios artefactos de la cultura popular contemporánea” (Jenkins, 2009: 165). Internet les otorga a los fans una herramienta para realizar sus propias producciones, compartirlas con otros y estar en contacto permanente entre sí, volviendo al fanatismo parte de su cotidianidad. Además, se ha convertido en un espacio en el cual los fans pueden construir lazos sociales incluso sin la necesidad del encuentro cara a cara, divulgando e intercambiando conocimiento, así como creando productos originales que serán consumidos por el resto del fandom.

Por último, es pertinente mencionar que la formación de una comunidad virtual y la posibilidad de realizar prácticas e intercambios en el día a día de los fans no implica la inexistencia de jerarquías y distinciones dentro de esta subcultura. En el siguiente capítulo, problematizaremos las miradas celebratorias y deterministas sobre los vínculos entre fandoms y tecnologías al describir y desarrollar las tensiones que se dan en el plano online entre los potterheads.

3.4. “Harry Potter es nuestro”: devoción y militancia

Como se ha observado en el primer capítulo, los potterheads son mostrados por los medios hegemónicos como “anormales” que no pueden separar la realidad de la fantasía, perpetuando los estereotipos estigmatizantes, propuestos por Jenkins (2010) y Jensen (1992), a través de los cuales se encasilla a los fans. De esta forma, se advierte en las prácticas y discursos de los potterheads una continuidad con este ideologema ya que, en sus intercambios online, los fanáticos producen sus discursos como si la historia de Harry Potter y el mundo mágico creado por J. K. Rowling existiera en realidad. Creemos que, como propone Borda, “el lector fan no lee de manera diferente, sino que lleva esa lectura, ‘las fantasías, el deseo de compartirlas, etc., al exceso’” (2015: 6). Por ejemplo, como se mencionó en el apartado anterior, los fanáticos festejan el cumpleaños del personaje Harry Potter como si se tratara de un sujeto real y, suelen referirse constantemente a personajes y situaciones de la saga como si hubieran sucedido realmente. Esto puede observarse en los siguientes tuits:

“It’s real for us,” said Snape. “Not for her. But we’ll get the letter, you and me”
#HappyBirthdayHarryPotter”²⁸ [Tuit de L.S., julio de 2020]

“No, no puedo ir a rendir, es el aniversario de la Batalla de Hogwarts, disculpe”
[Tuit de N.S., mayo de 2016]

Asimismo, observamos los potterheads se apropian de palabras y frases de la saga y las utilizan en su cotidianidad creando una jerga propia con códigos que únicamente esta comunidad comprende. De esta manera, los fans se sirven de remisiones a este universo simbólico, como “magos” y “bruja” para referirse a ellos mismos, y “muggles”²⁹ aludiendo a aquellos que no son fanáticos de la saga.

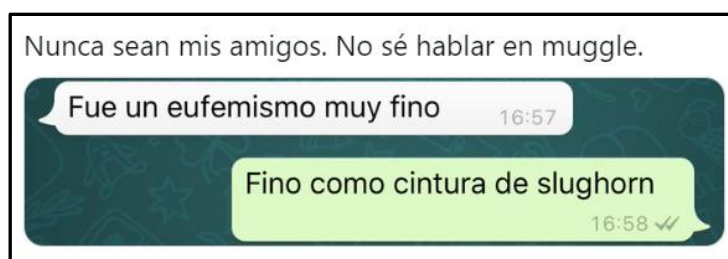


Figura 27: El tuit “Nunca sean mis amigos. No sé hablar en muggle” acompañado de la imagen de una conversación en donde se refiere a Slughorn, un personaje de la saga [Tuit de E.S., septiembre de 2018]

“Hay un mago en el subte repito hay un compañero mago en el subte.” [Tuit de N.S., enero de 2012]

“No importa lo que los muggles digan, Harry Potter es real para nosotros.” [Tuit de T.G., abril de 2017]

“El clima está ideal para que mañana nos tomemos el Expreso de Hogwarts y desaparezcamos de este mundo muggle, en el que knuts y sickles no valen nada y el galeon está devaluadísimo.” [Tuit de E.S., Agosto de 2018]

²⁸ En español: “Es real para nosotros, dijo Snape. No para ella. Pero nosotros tendremos nuestra carta, tu y yo” #FelizCumpleañosHarryPotter

²⁹ Ser humano que no tiene ninguna habilidad mágica, según la saga de Harry Potter.

Además, teniendo en cuenta que los potterheads utilizan la frase “es real para nosotros” (perteneciente al séptimo libro) en sus tuits y además se refieren al mundo mágico y la historia de Harry Potter como un espacio en donde se pueden refugiar y aislarse de la realidad (o del “mundo muggle”), observamos una opinión común entre los fans: el mundo de Harry Potter y su historia dispone un modo de escapar del mundo real y los problemas que los rodean. Aquí advertimos una continuidad con las representaciones mediáticas hegemónicas que muestran al potterhead como una persona “cuya mentalidad está alejada de la realidad” (Jenkins, 2010: 28).

Por otra parte, debemos señalar que se produce una sacralización de la saga de libros de Harry Potter por parte de los potterheads. Muchos de los fans se refieren a ellos como “la biblia” o “texto sagrado” que, por lo tanto, sienten la necesidad de seguir al pie de la letra y defender. Tal es el caso de tuits que predicán:

“la biblia es la saga de Harry Potter”

[Tuit de @I.S., 2019]

“En Flores desde que se fue Francisco solo nos regimos por la saga completa de Harry Potter como los santos evangelios, saludos”

[Tuit de @I.S., 2019]

De esta manera, se advierte que los potterheads le otorgan un gran valor a la obra original escrita por J.K. Rowling. Para los fanáticos, el “canon” tiene un lugar central en su relación con los productos relacionados con Harry Potter y con otros fans. Según Patricio Tarantino, coleccionista y uno de los locutores del podcast *Podcast 9 ¾*:

lo que se toma por canon es lo que escribió Rowling, publicado o no publicado, incluyendo notas y entrevistas y aportes que hace a otros productos [...] lo que crea Rowling es canon, lo que crean los empleados de otros lados no es canon. El canon son las cosas que hayan sido responsabilidad de un autor en una obra. Es como la biblia, es palabra de Rowling.

Así, los potterheads priorizan los productos creados por la autora J.K. Rowling, clasificándolos como parte del canon, otorgando menor validez a todo lo que se encuentra por fuera de este. En este caso, se observa que los potterheads se caracterizan por ser

“protectores de la integridad de la marca” (Jenkins, 2008: 30), pues realizan una defensa intensa del objeto en cuestión.

En este sentido, el rechazo colectivo que realizó el fandom ante la salida del libro *El legado maldito* marcó una ruptura con la devoción por el canon. *El Legado Maldito* es una obra de teatro escrita por J.K. Rowling junto a Jack Thorne y John Tiffany que se publicó en 2014 y continúa la historia original desde la perspectiva de uno de los hijos de Harry Potter. Si bien los fanáticos admiten que la historia es “canon”, ya que la autora de la saga estuvo involucrada en su creación, la obra no tuvo una buena recepción en la comunidad Potterhead. De esta forma, los fans demostraron su rechazo por este nuevo producto del universo Potterhead a través de sus redes:

“Odio que Harry Potter y el legado maldito sea considerado parte del canon,
CONTRADICE TODO LO QUE ESCRIBIÓ J.K!!!!!!!!!!”
[Tuit de M. M., febrero de 2021]

“Repito, y no dejaré de repetir: el legado maldito debe ser extirpado del canon
como un tumor.” [Tuit de M.E.V, febrero de 2021]

“esto me pasa con The Cursed Child, me parece un fanfic malo. Una hora de mi
vida tirada a la basura.” [Tuit de L.G., octubre de 2016]

“Harry Potter and the cursed child parece un maldito fanfic”
[Tuit de C.I., junio de 2016]

En estos últimos tuits, podemos observar que los fans utilizan el término fanfic o fanfiction para quitarle prestigio a un producto, dando cuenta que, para ellos, las creaciones originales de los fans tienen un valor menor en comparación con lo escrito por la autora original de la saga.

Por otro lado, como propone Fiske, “la adoración que los fans sienten por el objeto de su fandom se asienta fácilmente con la sensación contradictoria de que ellos también ‘poseen’ ese objeto, que es su capital cultural popular” (1992: 40. Traducción propia). En este sentido, esta sensación de pertenencia del objeto en cuestión se advirtió en el repudio de muchos potterheads ante los recientes dichos de la escritora en Twitter. En junio de 2020, J.K. Rowling compartió un artículo titulado “Opinión: creando un mundo post Covid19 más igualitario para la gente que menstrúa (28/05/2020)” y comentó “esta gente

que menstruaba antes solía tener un nombre... Wumben? Wimpud? Woomud?”, refiriéndose a la palabra “women” (mujeres) de forma sarcástica. Al trazar una equivalencia entre “personas menstruantes” y “mujeres”, muchos de los usuarios de las redes, incluyendo los fanáticos de Harry Potter, consideraron que, con sus palabras, la autora negaba y violentaba, la existencia de las personas transgénero³⁰.

A partir de entonces, los fanáticos juzgaron y repudiaron sus dichos, y comenzaron a sostener que la saga fantástica ya no le pertenecía a J. K. Rowling sino al fandom, en búsqueda de separar la obra de la autora y adjudicarse la propiedad de Harry Potter. De esta forma, se observan tuits y comentarios en publicaciones de Instagram en los cuales los fanáticos expresan que:

“Harry Potter ya no es de JK Rowling. Harry Potter y Hogwarts (que siempre estará allí para aquellxs que quieren volver a casa) ya son NUESTROS. Y depende de nosotrxs que sea un mensaje positivo para todxs” [Tuit de @J.R., 2020]

“Harry Potter está más allá de quien lo escribió, no tenemos que quedarnos con la irresponsabilidad de su autora ella ya no es la dueña de Harry Potter, Harry Potter somos todos los que lo leemos” [Comentario en Instagram de C., 2020]

“Harry no se cancela. Se repudia a la ser del mal en q se convirtió su autora. Pero Harry es nuestro Harry y nos enseña valores q evidentemente son mejores q ella. Xq si hay algo q enseña es q los "diferentes" y discriminados son los q estan ahi para "el elegido"” [Tuit de M.S., junio de 2020]

A través de estos discursos, los fans buscan desvincular la saga fantástica de su autora original y apropiarse de Harry Potter como concepto. Muchos de ellos proponen que J. K. Rowling ya no representa los valores originales de la saga y son ellos quienes deben representarlos a partir ahora. De esta forma, se advierte el sentimiento de propiedad sobre la historia propuesto por Borda, “a punto tal que se cree conocerla mejor que el o los autores” (2015: 79).

Al mismo tiempo, este episodio demuestra que se trata de un fandom políticamente activo. Así como los potterheads cuestionan los dichos de J. K. Rowling, ya que los consideran un insulto hacia las personas trans, también utilizan sus plataformas

³⁰ El término “transgénero” refiere a la distinción sexual de las personas que no se sienten identificadas, parcial o totalmente, con el género que les fue asignado al nacer.

para pronunciarse en torno a problemáticas coyunturales tales como feminismo, racismo, el movimiento LGTB+³¹, entre otros. Se observan publicaciones como la del CHP en Instagram en las cuales comunican que “el CHP fue, es y será siempre un lugar seguro para todos y todas, sin importar tu edad, tamaño, género, orientación sexual, religión y/o color de piel. Por lo cual además de celebrar y acompañar la lucha de la comunidad LGBT+, nos sumamos al movimiento Black Lives Matter (“Las vidas negras importan”) [...] Declararse en contra del racismo en el 2020 parece algo obvio, pero es necesario decirlo en voz alta, sobre todo con una plataforma como la nuestra. En casos de opresión, el silencio es cómplice” (2020).



Figura 28: publicación en Instagram de @CHPArgentina en homenaje al día del orgullo gay, en defensa por los derechos del colectivo LGTB+ (28/6/2020).

Igualmente, cabe señalar que, en sus producciones e intercambios online, los potterheads aplican elementos del universo simbólico de Harry Potter para debatir y posicionarse en torno de determinadas problemáticas políticas e, incluso, militar por determinados partidos políticos. Así, observamos cómo los fans comentan la situación sociopolítica argentina a través de frases, memes y fanart de Harry Potter. De este modo, surgen cuentas como El Profeta Argentino³² (@elprofetaargenitno en Instagram y

³¹ La sigla compuesta por las palabras “Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transgénero” refiere al movimiento social y político que busca luchar en contra de la discriminación por la orientación sexual o identidad de género de las personas y ampliar sus derechos.

³² “El Profeta Argentino” hace referencia a “El profeta”, el principal periódico de noticias mágicas en la saga.

@ProfetaArgen en Twitter), las cuales fueron creadas con el fin de comparar críticamente la actualidad política argentina con la historia de Harry Potter. En palabras de este usuario, “el Profeta Argentino surgió como joda a los medios macristas allá por enero del 2016. Garro y Vidal sacaron a los tiros de la municipalidad a empleados discapacitados y no salió en ningún lado y eso me hizo acordar al diario de Harry Potter”. Así, destacamos producciones como la imagen de la portada del diario del universo mágico con noticias que incluyen las candidaturas de los partidos políticos camino a las elecciones presidenciales de 2019 en Argentina o la comparación de Horacio Rodríguez Larreta, el actual jefe de gobierno de la Ciudad de Buenos Aires con Voldemort, el villano de la saga.



Figura 29 y 30: publicación de @elprofetaargentino en Instagram (21/5/2019).



Figura 31: meme publicado en la cuenta de @memesparrotodxs en Instagram (24/10/2019).

Por consiguiente, se observa una contradicción entre aquellos discursos a través de los cuales los potterheads perpetúan el estereotipo del fan que no puede distinguir la ficción del mundo real o que tiene una mentalidad alejada de este, y aquellos en los cuales demuestran interés por la situación sociopolítica actual nacional e internacional, haciendo uso del universo simbólico de Harry Potter para tomar partido y militar por las causas que creen justas.

3.5. A modo de cierre

En este capítulo, hemos realizado la descripción y análisis de las prácticas e intercambios que realizan los potterheads en el ámbito virtual, y hemos trazado las continuidades y discontinuidades con el plano offline. Al igual que sucedía en el plano offline, el consumo de este producto de la cultura masiva se vuelve un elemento central en la construcción de la identidad virtual de los fans. A través de la elección de ciertos *nicknames* o de la utilización de determinadas palabras en sus publicaciones, los potterheads buscan ser reconocidos como tales dentro de las instancias online. Además, de esta forma logran identificar a otros fanáticos con quienes interactúan, debatiendo o compartiendo opiniones sobre las noticias relacionadas con el mundo mágico.

Observamos que el plano online permite a los potterheads comunicarse de forma diaria y ya no únicamente durante los fines de semana, como sucedía con los eventos presenciales mencionados en el capítulo anterior. De igual manera, cabe destacar que los vínculos que se crean en el ámbito online son más fugaces que los que se establecen en el plano offline, al interior los clubes de fans. En muchos casos, algunos lazos se conciben

en el plano online, pero necesitan trasladarse a la presencialidad para afianzarse en el tiempo.

En este sentido, se observa un constante ida y vuelta entre el plano offline y el plano online; los clubs de fans utilizan las redes sociales como forma de difundir sus eventos y alcanzar más fanáticos, además de retener a sus afiliados. De la misma manera, muchos de los debates que se originan en el ámbito online, luego continúan en el offline y viceversa.

Igualmente, observamos que, en la virtualidad, los potterheads producen prácticas diferentes a las que realizan en el plano offline, que son facilitadas por las herramientas que brindan las nuevas tecnologías y medios de comunicación. Los fanfic, fan art y podcasts son producciones que se producen y circulan exclusivamente en las plataformas digitales mencionadas a lo largo del capítulo.

De esta forma, al analizar las producciones que realizan los fans en ambos planos, podemos caracterizar a este fandom como audiencias altamente activas (Martín Barbero, 2011). Basados en el consumo de este producto de la cultura popular, los fans no sólo crean obras originales que comparten en sus redes sociales, sino que también se posicionan en torno a problemáticas sociales y políticas. En este sentido, los potterheads son sujetos activos que transforman sus consumos y tergiversan tanto los mensajes como las pautas determinadas en sus obras favoritas. En otras palabras, los fans de Harry Potter se convierten en los protagonistas de luchas sociales y políticas, utilizando y alterando los mensajes dispuestos por la saga según sus necesidades.

Por último, si bien el fandom se proclama inclusivo y manifiesta que busca defender los derechos de sus fans, observamos ciertos cruces entre ellos ya que, como sostiene Gelder, las subculturas pueden ser elitistas y excluyentes (2007: 143). Estas tensiones que surgen dentro de la subcultura Potterhead, tanto en el plano online como en el offline, serán recuperadas en el siguiente capítulo.

CAPITULO 4

“SOS UN MUGGLE”: TENSIONES Y DISTINCIONES EN EL INTERIOR DE UN FANDOM DIVERSO

4.1. ¿Quién es el mejor potterhead? Sobre las jerarquías y las pujas por el poder

Como se adelantó en la Introducción y hacia el final del capítulo anterior, en esta tesina se pretende problematizar las tensiones y jerarquías observadas dentro de la subcultura Potterhead en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tanto en su dimensión offline como en su dimensión online. En primer lugar, cabe destacar que, si bien la comunidad de fans de Harry Potter se proclama a sí misma inclusiva, tal como proponen Hills (2002; 2017) y Baym (2000), las jerarquías y estructuras que se reproducen en el interior de los fandoms los convierten en espacios de exclusión. De igual manera, Gelder (2007) propone que este tipo de subculturas se caracterizan por ser discriminadoras mediante la aplicación de criterios de exclusividad. Asimismo, en concordancia con las propuestas de estos autores, resaltamos el planteo de Sarah Thornton (1996) quien sugiere la existencia de una línea imaginaria (explícita o implícita), establecida por los propios fans, que separa a los “verdaderos fans” del resto.

En este sentido, siguiendo a Grimson (2011), las clasificaciones sociales identitarias son relacionales, es decir, modos de ser que se estructuran entre un “nosotros” y un “otros”, que construyen identidades sociohistóricas que implican la presencia de límites y conflictos por dentro de la misma subcultura. Si bien hemos visto que los potterheads establecen diferenciaciones entre un “nosotros” fan de Harry Potter de un “otros” no fan –calificado como “muggle”–, de igual manera encontramos dentro del fandom formaciones de un “nosotros” compuesto por “los mejores fans”, en oposición a un “otros” compuesto por “los fans caretas” o falsos. Lo que, en términos de Álvarez Gandolfi (2014), podría ser pensado como las distinciones internas que atraviesan a los fandoms, propias del “nos” que se opone al “otros”.

Además, en pos de alejarnos de las teorías deterministas y celebratorias de las vinculaciones entre tecnologías digitales y fanatismos, cabe mencionar que estas no solo habilitan la realización de prácticas e intercambios entre fans en una escala más amplia, sino que también dan lugar a la reproducción de jerarquías y tensiones que surgen en el interior de estos espacios.

De esta forma, en este capítulo se explicitarán las distinciones y relaciones de poder que advertimos dentro de la subcultura Potterhead, teniendo en cuenta que estas conllevan la exclusión de determinados fans dentro del fandom. En este sentido, se indagarán estas jerarquías intracomunitarias tanto en función de la posesión de capitales subculturales (Thornton, 1996) como en clave etaria. En otras palabras, se trata de la formación de jerarquías que se generan en torno de prácticas como la acumulación de conocimientos, saberes, objetos y experiencias relacionadas con el texto original.

Además, se retomarán los conceptos “campo” y “capital simbólico” propuestos por Pierre Bourdieu (1983) para describir y analizar estas tensiones que se establecen dentro de la comunidad de fans de Harry Potter a partir de atributos que definen, por ejemplo, a quienes son fanáticos desde hace más tiempo, poseen más productos de merchandising oficial o tienen más conocimientos acerca de la saga original y, por lo tanto, eso les garantiza una posición superior en el fandom. Por otro lado, analizaremos las pujas por el reconocimiento entre pares que se advierten dentro de esta comunidad. Veremos que los fans generan mecanismos de distinción y formulan diferentes reglas y pautas para medir su fanatismo, en pos de generar una escala que determina el nivel de dedicación por la saga fantástica que posee cada fan.

En el segundo apartado, se analizarán las formas de exclusión que cobra el clivaje etario. Advertimos una clara distinción entre dos subgrupos: los fans de nuevo y los de viejo cuño. Por lo tanto, observamos que la edad y la antigüedad en el fandom conforman una fuente de poder y jerarquía determinante para los potterheads locales. Podemos decir, a priori, que aquellos fans que cuentan con una mayor cantidad de tiempo en el fandom y como fanáticos de Harry Potter en general, adquieren una posición privilegiada en el campo que será desarrollada en el mencionado apartado.

De esta forma, observamos un primer grupo, conformado por potterheads mayores de 21 años aproximadamente, que consideran que, al haber vivido ciertas experiencias (la publicación de los libros, el estreno de las películas, entre otros) en su niñez y adolescencia, eso los convierte en fans superiores al resto. El segundo grupo está conformado por los potterheads más jóvenes, en su mayoría adolescentes, que catalogan a los adultos como ridículos, raros y fracasados, mientras sostienen que son los fans legítimos de Harry Potter, reproduciendo la percepción de que este tipo de productos culturales están dirigidos a niños.

En resumen, en este capítulo abordaremos tanto las divisiones y tensiones que observamos dentro de esta subcultura, como las jerarquías y relaciones de poder

establecidas a lo largo de los años teniendo en cuenta factores como la acumulación de capital subcultural y la antigüedad de los fanáticos en el fandom, reflexionando sobre en cual instancia (online u offline) pesan más. Además, mencionaremos la puja por el reconocimiento de la figura de “el mejor fan” por el resto de los fanáticos y la disputa entre quienes buscan ser considerados los fans verdaderos o legítimos.

4.2. “No vengas a decirme que sos fanático si no podés demostrarlo”: la acumulación de saberes como capital subcultural

Como hemos visto en los capítulos anteriores, los potterheads le dan una gran importancia al canon, es decir, a los productos en los cuya creación estuvo involucrada J. K. Rowling. Para ellos, la palabra de la autora conlleva un gran valor y se posiciona por encima de otras creaciones como los fanfics e, incluso, en muchos casos, las adaptaciones cinematográficas producidas por la compañía Warner Bros. Además, hemos observado que algunas de sus prácticas incluyen compartir datos curiosos de la saga de Harry Potter que pocos fans conocen y realizar debates entre potterheads en los eventos offline y en el plano online, en los cuales se basan en la información otorgada en los libros de Harry Potter para formar sus argumentos y discutir sobre alguna temática en particular.

En este sentido, hemos advertido que, al igual que sucede con los fans de las telenovelas latinoamericanas (Borda, 2012), se establecen estructuras dentro del fandom en las cuales el conocimiento sobre el objeto en cuestión otorga un mayor status a los potterheads que lo poseen. De esta manera, existe entre estos fanáticos una lucha por convertirse en “el mejor fan”, es decir, aquel que detenta más saberes que el resto y es reconocido por sus pares como tal.

Retomando a Fiske (1992), se observa que, en el fandom, tal como sucede en la cultura oficial, la acumulación de conocimiento es fundamental para la adquisición de capital cultural. En palabras de Pierre Bourdieu (1983), la cultura funciona como una economía en la cual los individuos invierten y acumulan capital, a través del cual los individuos adquieren prestigio. De esta forma, propone el concepto de capital cultural, que se acumula a través de educación formal y que comprende las diversas actitudes, valores, intereses, habilidades, formas de conocimiento y cualidades que posee una persona, creando jerarquías determinadas por los gustos de las personas y otorgando a estas un estatus social específico.

Además, el autor propone el concepto de campo como un espacio social de acción donde se llevan a cabo relaciones sociales definidas por la posesión de capital específico

del campo en cuestión. En este sentido, el fandom Potterhead conforma el campo en el cual se establecen los capitales específicos como son los saberes y conocimientos sobre la saga literaria de Harry Potter.

Por su parte, Sarah Thornton (1996) recupera estos conceptos para aplicarlos al análisis subcultural y los estudios sobre fans estableciendo las jerarquías que se engendran al interior de este tipo de comunidades y que son heredadas del espacio social en general. De esta forma, la autora propone el concepto de capital subcultural que refiere al mecanismo de distinción y obtención de estatus que se generan dentro de las subculturas, como la de los clubs de fans de música electrónica. El capital subcultural remite a “subespecies” de capital que operan dentro de campos no tan privilegiados y que permiten resaltar la importancia de las distinciones subculturales. En el caso particular del fandom Potterhead, los conocimientos sobre Harry Potter actúan como capital subcultural, garantizando a aquellos que lo adquieran un lugar de privilegio/mejores posiciones dentro en el campo.

De esta forma, advertimos, en primer lugar, una clara discriminación por parte de algunos potterheads hacia aquellos fans que leyeron solamente algunos libros de la saga escrita por J.K. Rowling o directamente no lo hicieron. Estos fans no son considerados “verdaderos” o legítimos potterheads ya que no poseen el mismo capital subcultural, es decir, saberes específicos que se encuentran únicamente en los libros. Por ejemplo, esto se observa en las siguientes declaraciones:

Las personas que vieron las películas solamente no pueden considerarse verdaderos fans como los que leímos los libros por el hecho de ver las películas. Si vos amas tanto la saga para llamarte fanático o potterhead no podés decir “los libros no me interesan”. Lo básico para ser fanático es conocer la historia y para conocer la historia tenés que leer los libros. Ser fan de las pelis no te hace potterhead, el producto original es lo que cuenta [Juliana, 28 años]

A los que se consideran fans porque vieron las películas les recomiendo que lean los libros, las adaptaciones no son 100% lo que pasa en los libros. Ojalá pudiéramos obligar a la gente a leer los libros (risas). Las películas no son malas pero para hablar o dar cátedra de Harry Potter creo que sí deberías leer los libros, si es posible, más de una vez cada uno [Aldana, 23 años]

Digamos que no se puede llamar potterhead a una persona que solo vio las películas. Potterhead con todas las letras es quien vio las películas y leyó todos los libros más de una vez. Yo sé muchísimo sobre HP así que no vengas a decirme que sos fanático si no podes demostrarlo, para mi sos un muggle [Francisco, 19 años]

Aquí vemos que los fans que leyeron (en algunas ocasiones, más de una vez) los libros no consideran a aquellos que consumen únicamente las películas como “verdaderos potterheads”. Muchos de ellos admiten que los fans pueden haberse acercado a la saga a través de las películas, pero para ser identificado como potterhead, es requisito necesario leer la saga literaria completa. En palabras de Jazmín (33):

Si algo te llama tanto tenés que haber leído los libros porque si no, no sos tan fan como decís ser. Si no leíste los libros no me parece que seas re fan de HP, solo te gustaron las películas. Me parece más fan una persona que solo leyó los libros, que solo leyó las películas. Considero que hay que leer los libros si o si para considerarse potterhead.

En este sentido, los mismos fanáticos determinan quienes pueden ser reconocidos como potterheads y quienes quedan excluidos de aquella identificación y del fandom en general. Como propone Fiske (1992), existe en el fandom una línea que separa a los fans de los no-fans, siendo los mismos fans los que determinan las características que permiten a una persona cruzar esa línea y convertirse en un verdadero fan. Tal es el caso de Victoria (23) quien dice:

Hay personas que son falsos fans. Primero leí los libros y después opiná, a esos no los incluyo en el fandom de HP. Las personas que vieron las películas solamente no tienen el amor tan grande como los que leyeron los libros. El cambio es esa persona que tuvo el amor suficiente para saber más con los libros y leerlos.

Por lo tanto, según ya anticipamos, coincidimos con Ken Gelder (2007), quien propone que las subculturas pueden ser elitistas y excluyentes. En este caso, se margina explícitamente a todos los fans que no leyeron los libros y, por lo tanto, poseen menos saberes y capital subcultural. Esta discriminación es reproducida incluso por algunos los fans que no leyeron los libros que, en muchos casos, reconocen “no ser tan fans” y

admiten que tienen “una opinión polémica” al decir que prefieren las películas por sobre los libros, como puede verse en las siguientes afirmaciones:

No leí todos los libros, solo hasta el sexto. Me gustan más las películas y las de animales fantásticos, sé que es una opinión polémica... jaja me da de vergüenza admitir que no conozco cada detalle de la saga [Florencia, 27 años]

Todavía no terminé de leer la saga de libros y por eso no me considero totalmente potterhead. Mire muchas veces las películas pero me faltan algunos libros y quiero leerlos para poder comentarlos con mis amigos que son unos verdaderos potterheads y nerds de la historia. [Aylén, 24 años]

Teniendo en cuenta lo propuesto por Álvarez Gandolfi (2014), observamos que, en los debates que se producen en los eventos presenciales, se genera un “otros” dentro del “nosotros” que conforma la comunidad de fans de Harry Potter, y que es característico de la dinámica oposicional de los fandoms según la cual, como se anticipó, se establece una distinción interna entre un “nos” y un “otros”. En el caso de esta subcultura, dicho “otros” se refiere a quienes no leyeron los libros y, por lo tanto, son considerados falsos fans o inferiores y son apartados de las actividades como las trivias o debates, o humillados al demostrar que no saben tanto sobre la saga como el resto.

En este sentido, adherimos al pensamiento de Fiske (1992: 42), quien propone que el capital subcultural fan, al igual que el oficial, se basa en la apreciación y conocimiento de los textos, a pesar de que los objetos de los fandom sean, por definición, excluidos de la cultura oficial y su intercambiabilidad. Al igual que en la cultura oficial, los saberes obtenidos a través de la lectura se convierten en capital cultural y sirven para distinguir a un determinado grupo de fans, que los poseen, del resto.

En segundo lugar, observamos que dentro de la elite del fandom conformada por los potterheads que leyeron todos los libros se libra una contienda por quién sabe más acerca de ellos, creando distinciones dentro de ese subgrupo de expertos. Para ellos, el fan que más conocimientos tenga acerca de la historia creada por J.K. Rowling es quien merece ser llamado el “mejor potterhead”.

Además, siguiendo los planteos de Fiske (1992), existen ciertas prácticas habituales en las comunidades de fans que realizan un aporte directo a la acumulación de capital cultural popular. En este caso, se trata de juegos de preguntas y respuestas y

debates que giran en torno a temáticas que aparecen en la saga literaria, que se desarrollan tanto en eventos presenciales como en el plano online en los cuales se consagra al que más sabe. De esta forma, se genera así una contienda por demostrar quién obtiene un mayor capital subcultural y, por lo tanto, es el mejor fan. Además, observamos que los fans se exigen entre sí una demostración de sus saberes de forma constante:

““Soy el mayor Fan de Harry Potter vi todas las pelis’ ah si? haber sabes quien es Peeves?” [Tuit de P.A., enero de 2012]

“No sos fan de Harry Potter si no sabés el segundo nombre de Ron y Hermione” [Tuit de R., junio de 2013]

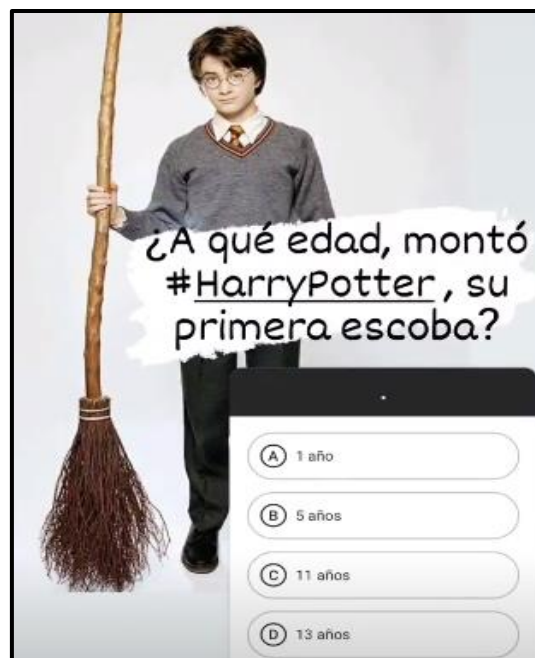


Figura 32: Encuesta publicada en una historia de Instagram por M.M. (junio de 2020).

Por otro lado, advertimos una contradicción entre estos fans y aquellos que no consideran que saber todos los detalles sobre la saga es requisito para llamarse potterhead y a quienes no les gusta sentirse “a prueba” en todo momento. En este sentido, Alan (23) comenta:

Me gustaría que todos seamos una comunidad que no sea despectiva de aquellos que no conocen todos los datos. Algunos fans a veces son un poco agresivos y dicen “no podés ser fan de HP si no sabes este dato”. El fan es fan porque le gusta,

yo no me acuerdo de cada detalle, es enfermizo obligar a la gente a saberse todo. El fanatismo es algo que uno tiene que disfrutar. Tenemos que hacer que el tema de ser fan sea algo placentero que no genere una cierta tensión u obligación de saber datos.

Hills (2017) retoma el concepto de capital subcultural para pensarlo en relación con los fandoms, en la medida en que entiende que son diferenciados y diferenciadores, y propone que esta noción está orientada a reponer las tensiones entre lo individual y lo colectivo. El autor identifica dos tipos de capitales subculturales: el mundano, colectivo, que se adquiere invirtiendo en prácticas por las cuales se reproduce la escena, y el capital subcultural transgresivo, que se reclama a través de una crítica de la escena, es decir, implica una muestra de originalidad en su crítica desde adentro. En este caso, el capital mundano es aquel que poseen los potterheads que predicán su superioridad por el hecho de tener más saberes sobre el texto, mientras que el transgresivo se observa en los discursos como el de Alan y otros fanáticos que critican esa visión “compulsiva” que predomina en el fandom, en pos de modificarlo y crear, en sus palabras, un “ambiente más ameno y menos competitivo”.

Por otra parte, observamos que, en términos foucaultianos, en la subcultura Potterhead, el saber se traduce en poder. Aquellos quienes han acumulado un mayor capital subcultural, es decir, conocimiento acerca de la saga escrita por J.K. Rowling, han ganado poder y prestigio dentro del fandom y, en algunos casos se muestran como líderes. Este es el caso de Elis Black, una potterhead que es considerada por la mayoría del fandom como “la mayor fan de Harry Potter en Argentina” ya que es “la que más sabe del tema” e incluso es una de las conductoras del *Podcast 9 ¾*, en el cual, en uno de sus episodios de 2019 expresó: “Mi pequeño ego potterhead crece cuando me dicen que soy la que más sabe de HP”. En este sentido, coincidimos con Álvarez Gandolfi, quien expresa que “dado que, a mayor posesión de saberes, mayor reconocimiento por parte de los propios pares” (2014: 94).

En otras palabras, para lograr ser un miembro del fandom con status social alto dentro de este campo, los fans buscan adquirir los saberes y luego demostrarlos para ser reconocidos por el resto de los integrantes de la comunidad Potterhead y generar respeto y admiración hacia ellos. Algunos fans buscan reafirmar su superioridad al ser identificados por otros como “el/la mejor fan” o “el/la que sabe más”.

En esta línea, la acumulación de los saberes y conocimientos como capital subcultural es una pieza fundamental para la organización del fandom en general y los clubes de fans mencionados en el capítulo anterior en particular. La posesión de capital subcultural es uno de los factores determinantes para establecer las jerarquías dentro de estos espacios. Por ejemplo, para que un fan pueda convertirse en *jefe de casa* o *prefecto* en el CHP, es decir, detentar poder sobre el resto de los integrantes, los alumnos, debe ser un “potterhead ejemplar”, poseer un gran capital subcultural y capacidad de demostrar sus saberes ante cualquier situación. Son ellos quienes deben disipar las dudas de sus alumnos, quienes deben aprender de ellos para aumentar sus conocimientos y aspirar a convertirse en prefecto o jefe a futuro. Además, la adquisición y acumulación de saberes está directamente relacionada con la dedicación y el tiempo que le dedican al consumo de este producto y a participar en el fandom, otro de los grandes factores determinantes de formar parte del staff del CHP y obtener una mejor posición dentro del club de fans.

Dentro de este marco, observamos que se crea dentro del fandom una especie de sistema a través de la cual se puede evaluar el fanatismo y los distintos grados de adhesión al fandom (Borda, 2015). Este sistema consiste en medir tanto los saberes obtenidos y compartidos como la dedicación por la saga, traducida en prácticas y experiencias como llevar en la piel un tatuaje relacionado con la saga, leer una determinada cantidad de veces los libros, atender a la mayor cantidad de eventos posibles, ir al parque temático mencionado en el segundo capítulo, entre otros. Advertimos de esta forma que, al igual que sucede con los saberes, la acumulación de estas prácticas y experiencias de los fans constituyen otro capital subcultural central para el fandom.

En ese sentido, la posesión de estos capitales regula la posición del fan en el campo, determinando las interacciones entre los fans. De este modo, los fans evalúan su grado de fanatismo, se comparan entre sí y establecen nuevas jerarquías y estructuras. Un claro ejemplo es el testimonio de Jazmín (33), quien sostiene que

Hay gente que es más fanática que otra, hay niveles de fanatismo y puede ir cambiando a lo largo de su vida, depende de tu relación con el fandom y HP. Una cosa es quedarte en tu casa, leyendo los libros y disfrutándolos solamente y otra cosa es participar de cada evento, hacer cosplay de un personaje, debatir con otros.

Otra expresión de este sistema de medición de fanatismo creado por los fans es el “Bingo Potterhead”. Este consiste en una imagen que es compartida en las historias de

Instagram, en la cual cada potterhead señala las experiencias relacionadas con Harry Potter y el fandom que ha experimentado a lo largo de su vida. De esta forma, los fans de Harry Potter buscan demostrar sus capitales subculturales y juzgar a sus pares, comparando la cantidad de casilleros marcados en la imagen.



Figuras 33: “Bingo Potterhead”, una plantilla creada por una Potterhead para que otros fanáticos las completen y compartan en sus historias de Instagram

Estas son algunos de los métodos a través de los cuales los fans pueden medir y comparar sus grados de adhesión al fandom entre sí. Aquel fan que pueda mostrar la mayor cantidad de prácticas y experiencias vividas en relación con el mundo mágico obtendrá un mayor respeto y reputación dentro del fandom. Este sistema, además, sirve como otra forma de excluir a ciertos fans quienes no cumplan con una o algunas de estas experiencias, como comenta Carla (25):

Para mí, saber tu casa en *Hogwarts* es super importante para hacerte llamar potterhead. Cualquiera puede decir que es Gryffindor, porque Harry es de Gryffindor pero es la casa más básica. Si de verdad sos potterhead, hiciste el test en Pottermore que fue ideado por Rowling y es la única forma de saber cuál es tu verdadera casa.

Por otro lado, advertimos que el coleccionismo también juega un rol importante en la formación de jerarquías y distinciones intracomunitarias. En este caso, aquellos fans que tienen colecciones más grandes de objetos relacionados con Harry Potter detentan mayor reconocimiento dentro de la comunidad. Estas colecciones contemplan los productos en formato físico que acumulan los fans, incluyendo muñecos, ediciones especiales de libros, varitas, tazas y accesorios:

“Una chica tenía el collar y los aritos de las reliquias de la muerte, alta fan la loca
♥” [Tuit de F.C., diciembre de 2016]

En este sentido, estos elementos forman parte de lo que Bourdieu (1983) calificaría como un tipo particular de capital cultural, el capital cultural objetivado, es decir, los bienes culturales tangibles que denotan la posición social de un individuo en la sociedad. Sarah Thornton (1996) retoma este concepto al proponer que el capital subcultural puede ser objetivado o personificado. Mientras el capital subcultural objetivado de Bourdieu contemplaba el despliegue de libros y pinturas dentro de una casa, el capital subcultural puede tomar la forma de un corte de pelo determinado o, como es el caso del fandom Potterhead, colecciones cuidadosamente curadas.

Teniendo en cuenta estos postulados, advertimos que el nivel de fanatismo también se disputa a la hora de comparar las colecciones de los potterheads. En este caso, aquellos objetos importados que cuentan con la licencia oficial de Warner Bros. tienen un valor superior para los fanáticos que los productos no oficiales o artesanales. De igual forma, cabe destacar que, si bien los objetos “oficiales” son más costosos e implican la posesión de un determinado capital económico para adquirirlos, no se trata de una distinción de clase al interior del fandom ya que muchos de ellos pertenecen a clases medias y admiten que conseguir esos productos les vale mucho esfuerzo y ahorros. En ese sentido, dentro de esta comunidad se valora más una colección pequeña, pero con productos oficiales que una más grande con productos no oficiales.

En síntesis, retomando la noción de fanatismo como fondo de recursos propuesta por Libertad Borda, la “acumulación de conocimientos sobre el texto/icono y de objetos materiales relacionados y el intercambio de bienes materiales y simbólicos” (2015: 79), prácticas que se corresponden con el coleccionismo y la expertise, se vuelven centrales en la formación de jerarquías intracomunitarias. La posesión de determinados productos,

saberes, experiencias y dedicación se traducen en un mayor prestigio y reconocimiento para aquellos que los poseen, otorgándole un mayor estatus al fan dentro de la comunidad Potterhead. Además, cabe destacar que los mismos fans establecieron, a través de estas prácticas, una escala de medición de su fanatismo, posibilitando la creación de grados y jerarquías específicas entre ellos.

Para concluir, podemos decir que si bien la acumulación de capitales subculturales (saberes, experiencias y elementos de colección) juegan un rol central en la formación de jerarquías y tensiones al interior al fandom, observamos que estas formas de distinción ocupan más peso en la instancia offline. Como hemos visto en el capítulo anterior, el CHP elige a sus líderes (jefes y prefectos) teniendo en cuenta quién posee mayores capitales subculturales. La acumulación de saberes y experiencia les otorga cierto poder y autoridad a algunos fans que pueden determinar cuándo y dónde se realizarán los eventos y qué tipo de actividades se realizarán allí.

En el plano offline, los debates y juegos de preguntas y respuestas tienen un lugar muy importante, ya que por un lado, los fans pueden demostrar sus conocimientos sobre detalles muy precisos de la saga ante otros, pero también, en algunos eventos como *Magic Meeting*, al responder bien ciertas preguntas en este tipo de actividades, los potterheads suman puntos en la competencia de las casas, generando reconocimiento tanto para ellos individualmente como para su casa.

Igualmente, en los diversos eventos presenciales, el coleccionismo juega un rol central en la formación de jerarquías, ya que contar con un elemento coleccionable difícil adquirir o que implique mucho trabajo (como una varita o una capa), conlleva a un mayor reconocimiento por parte de otros fans. Además, este tipo de elementos puede lograr que un potterhead gane un concurso de cosplay, otorgándole un status superior al resto.

4.3. “No habías nacido y eramos fans”: tensiones generacionales

Como hemos observado a lo largo de esta investigación, la comunidad local de fanáticos de Harry Potter se caracteriza por ser heterogénea en términos etarios. Tanto en los eventos presenciales, como en el plano online, nos hemos cruzado con potterheads de muy temprana edad, desde los 5 años aproximadamente, y con adultos mayores, cuyas edades superan los 60 años, generando una franja etaria llamativamente amplia en el fandom. Si bien, al interior de esta subcultura los fanáticos de distintas edades conviven y suelen relacionarse entre sí de forma armoniosa, observamos una clara división que fracciona a esta comunidad en dos subgrupos o generaciones de potterheads.

El primero está integrado por aquellos potterheads que tienen más de 21 años. De hecho, la mayoría se encuentra en el rango entre 25 y 40 años. Estos fans repiten constantemente que son parte de la generación que “creció con Harry”, es decir, que eran niños cuando comenzó a crecer el fenómeno de Harry Potter en el país. Esto significa que presenciaron la publicación de libros y películas, y fueron ellos quienes fundaron los clubes de fans hace más de una década. Este subgrupo reivindica constantemente su fanatismo ya que, como hemos visto en los capítulos anteriores, el consumo de este producto en particular suele ser relacionado con la niñez y la adolescencia. En este sentido, los fans resignifican los estereotipos establecidos sobre ellos, quitándole los sesgos negativos, expresando su orgullo por su fanatismo de modo duradero.

El segundo subgrupo comprende a los fans más jóvenes. Se trata de los niños y adolescentes que tienen entre 6 y 18 años aproximadamente. A diferencia del primer grupo, estos potterheads eran chicos o, directamente, no habían nacido aún cuando los libros de la saga fantástica salieron a la venta o cuando estrenaron las películas producidas por Warner Bros. En este sentido, viven el fanatismo de una manera distinta a la que lo hacen los potterheads de mayor edad, ya que no sienten que deben reivindicar su amor por Harry Potter como los fans de viejo cuño. Además, determinados eventos relacionados con el fandom como *Harry Potter Book Night* y *Usina Fantástica* suelen ser pensados para niños y adolescentes. Incluso, *Usina Fantástica* se define como “el evento para chicas y chicos de 0 a 12 años” (Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2019).

Teniendo en cuenta esta división del fandom en clave etaria en dos subgrupos, observamos entre ellos tensiones y exclusiones que conllevan la creación de nuevas jerarquías y distinciones dentro de la subcultura Potterhead. Por un lado, observamos que los fans de viejo cuño sostienen que su fanatismo por Harry Potter es superior y más legítimo que el de los fans de nuevo cuño ya que llevan más tiempo en el fandom.

Como hemos visto en el apartado anterior, existen diversas formas de adquirir capital subcultural y obtener reconocimiento de otros fanáticos, como, por ejemplo, acumular conocimiento sobre el universo de Harry Potter. En este caso, la antigüedad en el fandom se convierte en un capital subcultural central para el establecimiento de relaciones de poder y jerarquías dentro del campo, distinguiendo a los buenos potterheads, es decir, aquellos que son fans de la saga hace muchos años, de los “mocosos”, “caretas”, o “falsos” fans, en referencia a los fans de nuevo cuño. Así, los fans más antiguos les recuerdan constantemente a los fans jóvenes que ellos forman parte del fandom desde hace más años y, por lo tanto, los hace “superiores”. Además, se refieren a los fans de

nuevo cuño de forma despectiva, utilizando términos como “pendejo” o “mocoso”, invalidando su fanatismo o participación en eventos. Observamos este tipo de intercambios en el plano online, especialmente en tuits de fans de mayor edad, como, por ejemplo:

Hoy me puse a pensar (? y ya llevo 15 años de mi vida dedicados a Harry Potter y probablemente siga en aumento. En algún momento nos dan una credencial tipo socio vitalicio? [Tuit de A., septiembre de 2019]

No habías nacido y eramos fans. Así odié a un nene en Ollivander’s (?) [Tuit de C., febrero de 2020]

No me importa que tu nene tenga 8 años y esté impaciente por entrar, yo hace 20 años que soy fan así que A LA FILA MOCOSO [Tuit de D.L., febrero de 2020]

Asimismo, advertimos que la presencia en algunos eventos centrales para el fandom como las *avant-premieres* de las películas, el lanzamiento de un libro o la visita de algún actor de la saga cinematográfica otorga a determinados fans de viejo cuño un reconocimiento y una distinción en relación con los más jóvenes. En este sentido, tomaremos prestada la categoría de “memorias imaginadas” propuesta por Mark Duffet (2013: viii), que remite a “recuerdos de eventos clave en la historia del objeto en torno del que se configura una comunidad de fans, como, por ejemplo, en el caso de la música, la asistencia a los primeros recitales de Los Beatles” (Álvarez Gandolfi, 2014: 95). En palabras del Duffet, “dichos recuerdos pasarían a formar parte de una memoria colectiva, que opta por denominar “imaginada” –o también “pseudomemoria”– dado que resulta del deseo de haber vivido o presenciado las primeras apariciones de los ídolos” (2013: 22).

Al igual que ocurre en todo fandom, hay sucesos que generan recuerdos compartidos y funcionan como uno de los factores de su aglutinamiento principales. De esta forma, al no haber vivido estas experiencias centrales para el fandom de forma directa, ya que eran muy jóvenes o no habían nacido cuando sucedieron, los fans de nuevo cuño son considerados inferiores por los potterheads mayores de edad.

En este sentido, vemos que se trata de procesos de diferenciación entre quienes pueden referirse de modo directo a algún acontecimiento específico, como la visita del actor Matthew Lewis en 2010, quien representa el personaje de Neville en las películas,

porque lo experimentaron en carne propia y “quienes lo tienen que hacer de modo mediado porque se lo contaron” (Álvarez Gandolfi, 2018: 89). Para estos fanáticos, haber podido ver las películas de Harry Potter el día del estreno o en el cine tiene un valor superior a hacerlo por las nuevas plataformas de streaming³³. Además, Duffet (2013) propone que los fans priorizan eventos particulares de periodos específicos por sobre otros y, observamos que, en este caso se priorizan eventos que tuvieron que ver con la saga original, y que vivieron los fans más viejos como estrenos de películas y publicación de libros, por sobre los nuevos eventos relacionados con el fandom como el lanzamiento de las entregas de la nueva saga cinematográfica *Animales Fantásticos y donde encontrarlos*.

Por eso, aquellos fans que vivieron el fenómeno de Harry Potter y su llegada al país en su momento, se adjudican una mayor legitimidad como potterheads. En otras palabras, existen ciertas memorias imaginadas que otorgan jerarquía dentro de esta subcultura, concediéndole un mayor status a quien las posee. Este es el caso de la publicación del último libro de la saga literaria, que conforma una de las memorias compartidas centrales en esta comunidad:

“Hoy se cumplen 11 años de la publicación de Harry Potter y las Reliquias de la Muerte. Recuerdo estar allí esperando en la librería como si fuese ayer. Qué viejo estoy lpm” [Tuit de H.A.D., julio de 2018]

“Hace DOCE AÑOS salía deathly Hallows ustedes ni habían nacido”
[Tuit de N.S., julio de 2019]

Por otro lado, el subgrupo compuesto por los fans de nuevo cuño sostiene que son los potterheads legítimos y auténticos ya que, en muchos casos, tanto los medios de difusión de los libros y películas de la saga, como los eventos relacionados con ellas se encuentran dirigidas a niños y adolescentes.

Igualmente, este grupo ha formado su opinión acerca de los potterheads mayores. En este caso, muchos de ellos dicen que se sienten intimidados o no se sienten cómodos con la presencia de fans adultos en los eventos o intercambios online. Para ellos, Harry

³³ La palabra streaming remite a la retransmisión en directo, o emisión en continuo, de contenido digital a través de una plataforma online. Este contenido puede ser sonoro, gráfico o audiovisual y algunas de las plataformas de streaming más grandes del mundo incluyen a Netflix, Amazon Prime, Hulu, Spotify, entre otros.

Potter forma parte de su infancia y adolescencia, pero no estiman mantener su fanatismo a lo largo de su vida y, especialmente, durante la adultez.

Por eso, observamos en los discursos de estos fans una reproducción de las dominantes interdiscursivas propuestas en el primer capítulo a través de las cuales se representa a los fans adultos como fracasados, raros, ridículos e inmaduros. Al igual que muestran los medios masivos de comunicación, los fans de nuevo cuño opinan que ser fanáticos de una saga literaria fantástica es correcto para su edad, pero no para la adultez. En este sentido, observamos que reproducen en sus discursos la división del eje normalidad/anormalidad mencionado en el capítulo 1, asociando a los adultos “normales” con actividades relacionadas al estudio, el trabajo y la formación de una familia, mientras aquellos fans de mayor edad que mantienen vivo su amor por la saga son asignados al plano de la anormalidad y son caracterizados como ridículos, locos o inmaduros. Esto puede advertirse en las siguientes declaraciones:

Me parece raro que sean grandes y sean fans. Es más normal ver fans chicos, son tiernos. Los adultos se disfrazan cuando quieren animar un cumpleaños nada más, sino es raro verlos así por la calle o en lugares con otra gente (Lila, 12 años).

Me parece extraño por parte de gente adulta porque no me siento identificada y no creo que viva a esa edad el fanatismo con la misma intensidad que tenía cuando tenía 10. Ya a los 30, 40 años me parece raro que gente de mi edad o más grande lo siga viviendo de una manera tan infantil y que toda su vida pase por un fanatismo de una saga de libros que es para nenes y se metan tanto en ese mundo, a nivel de jugar al *Quidditch* con escobas metidas entre las piernas. Me hace sentir incomoda estar con gente adulta más grande que yo en la que hacen una puesta en escena donde son estudiantes de *Hogwarts* y tienen 40, la secundaria la terminaron hace 25 años (Milena, 18 años).

En resumen, observamos una clara pugna entre ambas generaciones por la legitimidad de su fanatismo. Por un lado, se encuentran los fans adultos quienes menosprecian a los fans más jóvenes por llevar menos tiempo en el fandom y no haber vivido ciertas experiencias en carne propia, mientras que, por otro lado, los potterheads más jóvenes se encuentran intimidados por los mayores y se adjudican la figura del “potterhead verdadero” ya que muchos eventos y la misma saga fantástica suelen ser publicitados como contenido para niños.

A diferencia del apartado anterior, observamos que la edad tiene más peso en la instancia online a la hora establecer jerarquías y distinciones. A través de tuits, publicaciones e historias de Instagram, los potterheads de mayor edad subestiman a los más jóvenes por contar con una menor cantidad de tiempo en el fandom. Estos fans se escudan en el anonimato que habilita este tipo de plataformas para insultar, expresar y compartir opiniones sobre los fans más jóvenes y ser respaldados por sus pares.

4.4. A modo de cierre

Como hemos visto a lo largo del capítulo, dentro de la comunidad Potterhead se observa una fuerte puja por el poder y el reconocimiento del resto del fandom, formándose así jerarquías y distinciones entre los fans, quienes buscan ser registrados como “el mayor fan de Harry Potter o el mejor potterhead”.

En el primer apartado hemos observado cómo los potterheads se hacen de capital subcultural (Thornton, 1996) a través de la acumulación de saberes acerca del texto original, así como de productos o “merchandising” oficial de la saga y determinadas prácticas relacionadas con el universo literario y cinematográfico de Harry Potter. En este sentido, podemos decir que el conocimiento sobre Harry Potter se convierte en uno de los capitales a través del cual se establecen las luchas por lugares de privilegio en la subcultura Potterhead. Además, hemos visto que la recopilación de ciertas experiencias personales y colectivas, como llevar en la piel un tatuaje de Harry Potter o presenciar uno de los principales eventos relacionados con el fandom, se traducen en una mayor dedicación por el mundo fantástico de Harry Potter para los miembros de esta subcultura, otorgando un status superior a aquellos que puedan demostrarlo.

Por otra parte, en el capítulo anterior mencionamos que la distribución de datos curiosos a través de las redes conformaba una de las prácticas solidarias centrales para los fans. Teniendo en cuenta que, quien acumula una mayor cantidad de saberes tiene un mayor estatus en el fandom, esta acción puede también leerse como una forma de adquirir reconocimiento por los pares y volverse una estrategia para obtener una mayor jerarquía. Asimismo, observamos que la subcultura Potterhead no es ajena a la dominación social general y reproduce dentro de sí la lógica de reproducción de las estructuras sociales dominantes. Aquel que tenga más saberes, tendrá mayores privilegios y reputación dentro del fandom.

En el segundo apartado hemos analizado la división del fandom en dos subgrupos marcados por la edad de sus integrantes. En primer lugar, hemos observado que, para los

fans de viejo cuño, su antigüedad en el fandom se convierte en otro capital central para distinguirse del resto. En ese sentido, la acumulación de saberes y la cantidad de tiempo en el fandom se encuentran intrínsecamente relacionados. A mayor antigüedad, mayores son los saberes acumulados y mayor será la jerarquía del fan dentro del campo.

El otro subgrupo está conformado por los fans de nuevo cuño, quienes se adjudican la categoría de “fans legítimos”, ya que afirman que, tanto Harry Potter como los eventos relacionados con la saga, como *Harry Potter Book Night* son destinados a los fans de menor edad. Por eso, este grupo sostiene que se siente incómodo ante la presencia de los fans de mayor cuño, que ocupan sus espacios y los discriminan por su edad. Además, en sus discursos, este grupo reproduce la figura del adulto fan como fracasado y/o raro, en concordancia con las representaciones sociomediáticas hegemónicas analizadas en el primer capítulo. Muchos de ellos admiten que no serán fans de Harry Potter al crecer y catalogan a los potterheads de mayor edad como inmaduros, perpetuando esta imagen dentro y fuera del fandom. En este sentido, vemos que, si bien en el fandom se han trazado redes de reciprocidad, este espacio se caracteriza por ser fuertemente elitista y excluyente.

Igualmente, comparando ambos apartados advertimos que en la instancia offline pesan más los saberes, los capitales subculturales y el coleccionismo, mientras que en el plano online la edad es uno de los factores centrales a través del cual se producen las tensiones y jerarquías entre los fans de nuevo y viejo cuño.

Por último, creemos necesario resaltar que, como afirma Hall (2011 [1996]), la construcción de la identidad está “siempre en proceso”, implica la “fijación temporaria” a posiciones discursivas relacionales. Por esto, podemos decir que las jerarquías y subgrupos que se establecen dentro de esta comunidad pueden y van mutando con el tiempo, así como el status de cada fan en particular. Por ejemplo, un potterhead puede adquirir una mejor posición dentro del campo al leer los libros de las sagas o atendiendo a más eventos, mientras que otros pueden perder su status en el fandom si dejan de atender los encuentros y participar en las redes sociales, descuidando su reconocimiento por sus pares.

CONSIDERACIONES FINALES

¿HACIA UNA POLITIZACIÓN DE LOS POTTERHEADS?

Como se anunció en la Introducción, el objetivo principal de este trabajo de investigación consistió en estudiar las representaciones, identidades prácticas y tensiones alrededor de la subcultura Potterhead, es decir, el universo simbólico dentro del cual están insertos los fans de Harry Potter en la Ciudad de Buenos Aires. Al considerar su desarrollo en el marco de una cultura de la convergencia, se contrastaron sus estigmas y estereotipos con los sentidos producidos por los propios fanáticos a partir de sus interacciones en el plano online y offline.

En esta dirección, se describieron y analizaron los distintos modos a partir de los cuales se configura una “identidad Potterhead” individual y colectiva, prestando especial atención a la conformación de un fandom con sus propias características y actividades entre lo presencial y lo virtual. De esta forma, analizamos las continuidades y discontinuidades entre las prácticas y significaciones producidas en ambas instancias de socialización, siempre buscando dar cuenta de las tensiones y jerarquías que se despliegan al interior de esta comunidad en función de la acumulación de saberes y un clivaje etario.

En el primer capítulo nos preguntamos cómo son representados los fans de Harry Potter en los medios de comunicación y con qué características, actividades y elementos suelen ser identificados. En ese sentido, observamos que, tal como habían propuesto Jenkins y Jensen, los fans son mostrados como inadaptados sociales o individuos aislados, obsesivos, reclusos de la sociedad. Los potterheads son expuestos como individuos “anormales”, “locos”, que tienen un carácter excesivo y su fanatismo se caracteriza como una enfermedad (“Pottermanía” o “fiebre por Harry Potter”). Así, las representaciones relevadas se centran en clasificar a estos fans de forma estigmatizadora y negativizadora, patologizante y ridiculizante (Borda y Álvarez Gandolfi, 2014).

También identificamos la figura del potterhead como el “tierno niño lector”, una constante en las puestas en escena de estos fans en los medios gráficos y audiovisuales. Por lo tanto, advertimos una tensión propuesta por los discursos que califican al fanatismo por Harry Potter de forma positiva, como fenómeno sociocultural que acerca a los niños a la lectura en lugar de asociarse linealmente con una supuesta pérdida de estabilidad mental en los fans más adultos.

Siguiendo esta línea, en el segundo capítulo retomamos las dominancias interdiscursivas (Angenot, 2010) observadas en las representaciones mediáticas del capítulo anterior para contrastarlas con las prácticas y sentidos producidos por los potterheads en el plano offline. De este modo, buscamos responder qué implica ser fan de la franquicia para estos sujetos, qué lugar ocupan las prefiguraciones dominantes en sus propias identidades y qué prácticas presenciales realizan en torno de Harry Potter. Retomamos los planteos de Borda (2012), quien caracteriza al fanatismo como un fondo de recursos integrado por prácticas, actitudes, expectativas y modos de interacción que se encuentra disponible para procesos de construcción identitaria. En este sentido, entendemos que Harry Potter se ha convertido en un recurso central en tales procesos. Cabe señalar que, al analizar los sentidos producidos por los fans, observamos continuidades y discontinuidades con respecto a sus prefiguraciones dominantes: por ejemplo, los potterheads se identifican con categorizaciones externas como la de enfermos o locos, reproduciéndolas en sus discursos al hablar sobre su fanatismo por Harry Potter, pero resignificándolas de manera positiva.

Por otra parte, hemos descripto las distintas formas a través de las cuales los potterheads socializan de forma presencial y conforman un fandom o comunidad de fans. Al estudiar a los principales clubes de fans de la Ciudad de Buenos Aires (CHP y Asociación Harry Potter Argentina), encontramos que estos sujetos establecen lazos afectivos a largo plazo (Álvarez Gandolfi, 2014) y redes de reciprocidad (Borda, 2015). Así observamos que estos fans no son individuos solitarios que están aislados, sino que socializan entre sí y establecen relaciones duraderas, generándose dentro del fandom un fuerte sentido de pertenencia. Igualmente, cabe destacar, que los fans que forman parte del CHP se refieren a este club como una “secta”, buscando resignificar el término mediante su asociación con los valores de la amistad, unión y cooperación. En términos de Reguillo Cruz (2000), estos potterheads convierten un estigma en un emblema, reivindicando y apropiándose positivamente de esa caracterización impuesta sobre ellos.

Asimismo, teniendo en cuenta que las tecnologías digitales constituyen un ámbito central donde los fans pueden relacionarse entre sí, construir una determinada identidad virtual y producir nuevas prácticas, en el tercer capítulo buscamos responder cómo los potterheads socializan en este plano, qué redes sociales utilizan y con qué propósitos. Esto nos permitió advertir que muchas de las prácticas e interacciones descriptas en el segundo capítulo se trasladan, mutan y adaptan a la virtualidad, especialmente en las plataformas Twitter e Instagram.

Del mismo modo que ocurre en el plano offline, Harry Potter se vuelve un recurso elemental en la formación de las identidades virtuales (Gelder, 2007) de estos fans. A través de las plataformas digitales, los fans pueden demostrar su fanatismo por la saga a nivel icónico, a través de imágenes y videos, y simbólico, a través de publicaciones, nicknames y descripciones. Además, en este plano desarrollan prácticas propias del fanatismo en términos generales, como la escritura y divulgación de fanfics y fanart (Borda, 2015).

La descripción de las producciones que realizan los fans, tanto en el plano offline como en el plano online, permite caracterizar al fandom Potterhead como parte de audiencias altamente activas, en oposición a su prefiguración reduccionista como sujetos pasivos, tontos, enfermos o ridículos. A partir del consumo de Harry Potter, los fans no solo crean obras originales que comparten en sus redes sociales, sino que también se posicionan en torno de problemáticas sociales y políticas.

Teniendo en cuenta que las subculturas también pueden ser elitistas y excluyentes (Gelder, 2007), al igual que los fandoms en general (Álvarez Gandolfi, 2014), en el último capítulo indagamos acerca de las tensiones y jerarquías que se dan entre los potterheads. Así, se buscó establecer qué distinciones tienen más peso en el plano offline y cuáles en el plano online, alejándonos de las tendencias deterministas y celebratorias sobre las culturas fan para dar cuenta de las pujas y relaciones de poder que las constituyen (Hills, 2002).

En este punto podría pensarse que radica el aporte principal de esta investigación al campo de estudios, pues da cuenta de las jerarquías y los conflictos usualmente puestos entre paréntesis. Al retomar el concepto de capital subcultural propuesto por Sarah Thornton (1996), pudo desplegarse el análisis de las distinciones en torno de la acumulación de saberes y experiencias relacionadas con Harry Potter en el plano offline. Observamos que, de esta manera, se establece una contienda por ser el mejor fan de la saga, así como diversas formas y escalas para medir el fanatismo y ser reconocidos por el resto de los fans.

También se problematizaron las tensiones estructuradas alrededor de un clivaje etario entre los potterheads de nuevo y viejo cuño, quienes se disputan la legitimidad del fanatismo por la saga en el interior del fandom. A través de sus cuentas anónimas en el plano online, los fans de viejo cuño buscan difamar y hasta insultar con palabras como “mocoso” a los fans más jóvenes porque los acusan de no contar con lo que Mark Duffet (2013) llamaría la “memoria imaginada” que sostiene a la comunidad, es decir, porque

los acusan de no haber tenido ciertas experiencias como el estreno de las películas o las presentaciones de libros en carne propia, factor de legitimidad dentro del fandom.

Por último, resultaría interesante que, a futuro, se retomaran las principales conclusiones de esta tesina para profundizar la problematización del caso de J. K. Rowling, la apropiación de los fans de la historia escrita por la autora y la utilización de Harry Potter como herramienta para posicionarse en torno de cuestiones sociopolíticas. Advertimos que, ante la publicación de los comentarios de dicha autora considerados como transfóbicos por parte del fandom, los potterheads decidieron separar a la obra del artista y adueñarse de la saga de Harry Potter. En este sentido, pasaron de admirar a la autora de la saga a repudiarla inmediatamente, apropiándose de su producto y proponiendo que Harry Potter pertenece al fandom y ya no a la escritora.

Aquí observamos una clara contradicción en la postura de este fandom ya que, como hemos visto, los fans le siguen otorgando un gran valor al canon, es decir, a todos los productos escritos y “aprobados” por la autora de la saga original. Cabe recordar que, para los potterheads, los productos creados por Rowling tienen una mayor validez que todos aquellos creados por otros artistas, como las películas, o por los mismos fans, como los fanfics. Asimismo, sería interesante indagar aún más acerca de cómo es posible que conviva dentro de este fandom la defensa del canon y el repudio a la autora por sus opiniones personales.

Por otro lado, resulta relevante analizar en mayor profundidad la utilización de Harry Potter como herramienta a la hora de hacer política. Si bien otros trabajos se centran en la reapropiación de conceptos y valores de la saga por parte de estos fans al analizar el impacto de este consumo en sus vidas diarias, los clubs de fans y los eventos, podría ser interesante complementar esas observaciones con cuestionamientos acerca del lugar que ocupa este consumo a la hora de posicionarse en torno de temáticas sociales y políticas. A partir de Harry Potter, por ejemplo, los fans denuncian acciones al interior y exterior del fandom, así como expresan (en muchos casos a través del humor) sus opiniones respecto del contexto sociopolítico en el cual están insertos. Pareciera que, paulatinamente, este fandom se va politizando.

Para finalizar, sería pertinente desarrollar análisis posteriores que partan de las contradicciones propias de la subcultura Potterhead. Estos análisis podrían contemplar una posible relación entre el consumo de este producto en particular y determinadas orientaciones ideológicas que se observan cuando estos fans defienden o atacan las luchas de determinados grupos sociales minoritarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Abercrombie, Nicholas y Longhurst, Brian (1998): *Audiences A Sociological Theory of Performance and Imagination*. Londres: Sage Publications Ltd.
- Aisicoff, Lucia (2015): *No podrás faltarme cuando falte todo a mi alrededor: Música popular y relatos de identidad entre los fans de Gilda*. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Aller, Roberta (2019): “Entre lo Online y lo Offline: relaciones, identificaciones y comunidad en el fandom de Harry Potter (Argentina)”, ponencia presentada en *X Jornadas de Jóvenes Investigadorxs Instituto de Investigaciones Gino Germani*, Buenos Aires.
- Aller, Roberta y Cuestas, Paula (2020): “Las transformaciones de un fandom en tiempos de aislamiento. El caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina”, en *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, N° 14. Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/6548/5505>
- Álvarez Gandolfi, Federico (2017): “¿Más allá de “subcultura”? Apuntes sobre el fanatismo por la animación japonesa a partir de los planteos de Dick Hebdige” en *Cuestiones de Sociología*, 17, Disponible en: <https://doi.org/10.24215/23468904e044>
- Álvarez Gandolfi, Federico (2016): “Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual”, en *Cultura, Lenguaje y representación*, N° 16, pp. 7-20.
- Álvarez Gandolfi, Federico (2015): “Culturas fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers”, en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 19, pp. 45-64. Disponible en: <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/514/396>
- Álvarez Gandolfi, Federico (2014): *Subcultura otaku. Representaciones, prácticas e identidades juveniles de los fans del manga y el anime en Argentina*. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Angenot, Marc (2010): “Primera Parte. El discurso social”, en *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Baym, Nancy (2000): *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.
- Borda, Libertad y Álvarez Gandolfi, Federico (2014): “El silencio de los otakus. Estereotipos mediáticos y contra-estrategias de representación”, en *Papeles de Trabajo*, 8 (14), pp. 50-76. Disponible en: <http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/n14/1.4.%20Borda%20y%20Gandolfi%20El%20silencio%20de%20los%20otakus.pdf>
- Borda, Libertad (2015): “Fanatismo y redes de reciprocidad”, en *La Trama de la Comunicación*, N° 19, pp. 67-87.
- Borda, Libertad (2000): “¿Qué es un fan? Un análisis interdiscursivo del fan como figura del imaginario social”, ponencia presentada en el *Segundo Congreso de Facultades de Comunicación Social y Periodismo*. Lomas de Zamora: Facultad de Ciencias sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- Borda, Libertad (2008): “Fan fiction: entre el desvío y el límite”, en *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós.
- Borda, Libertad (2012): *Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: El fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Buenos Aires: UBA.
- Borda, Libertad y Trovarelli, Carla (2018): “La fanfiction actual ante el desafío de la monetización: el caso Wattpad”, ponencia presentada ante el *Congress of LASA (Latin American Studies Association)*, 23-27 mayo, Barcelona.
- Brubaker, Rogers y Cooper, Frederick (2001): “Más allá de “identidad”, en *Apuntes de investigación del CECyP*, N° 7, pp. 30-67.
- Bourdieu, Pierre (1983), “Las formas de capital”, en *Poder: Derecho y Clases Sociales*. Bilbao: Desclée.
- Coralis, Patricia (2004): *Nunca te vi, siempre te ameí. Uma análise antropológica da idolatria a Madonna em um Fa-clube virtual*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales. Río de Janeiro: Universidad Estatal de Río de Janeiro.
- Cuché, Denys (1966) “Cultura e Identidad”, en *La noción de Cultura en las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Cuestas, Paula (2012): “Mi mágico mundo. Una nueva mirada sobre los fanáticos de Harry Potter”, ponencia presentada en las *VII Jornadas de Sociología de la UNLP*. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

- Cuestas, Paula (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*. Tesis de grado. La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, UNLP.
- Cuestas, Paula (2019): “Entre lo popular y lo masivo: prácticas y redes socioculturales de fans de Harry Potter en Argentina”, en *Question*, Vol. 1, N° 63. Disponible en: Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5078/4798>
- Dandrés, C. y Mutuverria, M. (2008): *Jóvenes negociando sentidos. El caso del club de fanáticos de Harry Potter en La Plata*. Tesis de grado. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- De Certeau, Michel (1996 [1980]): *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México D. F.: Universidad Iberoamericana.
- Del Vigo, Gerardo Ariel y Carpenzano, Noelia (2014): *Más allá del mundo feliz del fin de semana: cosplay en la Argentina*. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Duffet, Mark (2013): *Understanding Fandom. An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Nueva York: Bloomsbury.
- Fiske, John (1992): “The cultural economy of fandom”, en *The adoring audience: fan culture and popular media*. Londres: Routledge.
- Gallego Perez, Juan Ignacio (2010): “Podcasting: Distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española.” (Tesis de doctorado) Universidad complutense de Madrid. Facultad de ciencias de la información. Madrid.
- Gelder, Ken (2007): *Subcultures. Cultural histories and social practice*. Londres: Routledge.
- Gramsci, Antonio (1961): “Observaciones sobre el folklore”, en *Literatura y vida nacional*. Buenos Aires: Lautaro.
- Gray, Jonathan, Sandvoss, Cornel y Harrington, C. Lee (Eds.) (2007): *Fandom. Identities and Communities in a mediated world*. Nueva York: NYU Press.
- Grimson, Alejandro (2011): “Los límites de la cultura”, en *Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Grossberg, Lawrence (1992): “Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom”, en Lewis, Lisa (Ed.): *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Londres y Nueva York: Routledge.

- Guber, Rosana (2001): “La observación participante”, en *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hall, Stuart (1996): “Introducción: ¿quién necesita 'identidad'?", en *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, Stuart (1997): *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Nueva York: Sage Publications Ltd.
- Hall, Stuart (1984): “Notas sobre la deconstrucción de ‘lo popular’”, en Samuel, Raphael (Ed.) *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.
- Hebdige, Dick (1979): “De la cultura a la hegemonía”, en *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós.
- Hine, Catherine (2004): *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Hills, Matt (2002): “Approaching Fan Cultures”, en *Fan Cultures*. Londres: Routledge.
- Hills, Matt (2005): “Negative Fan Stereotypes (‘Get a Life!’) and Positive Fan Injunctions (‘Everyone’s Got To Be a Fan of Something!’): Returning To Hegemony Theory in Fan Studies”, en *Spectator*, Vol. 25, pp. 35-47. Disponible en: <http://cinema.usc.edu/archivedassets/097/15730.pdf>
- Hills, Matt (2017): “From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom”, en *Palabra clave*, N° 20, pp. 856-883.
- Hoggart, Richard (1957): “Ellos y nosotros”, en *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México: Grijalbo.
- Ibarrola, David Sebastián (2020): “Acerca de la pertinencia de pensar el Quidditch como deporte alternativo”, en *Revista Lúdicamente*, Vol. 9, N° 18.
- Jenkins, Henry (2010): “Conclusión: En mi mundo de fin de semana, reconsiderando el grupo de fans”, en *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Madrid: Paidós.
- Jenkins, Henry (2013 [1992]): *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Londres: Routledge.
- Jenkins, Henry (2009 [2006]): *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, Henry (2008): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, Henry (1992): “‘Strangers No More, We Sing’: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community”, en LEWIS, Lisa (ed.): *The*

- Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Jensen, Joli (1992): "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization", en *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. Londres: Routledge.
- Lévy, Pierre (2007): "Cibercultura", en *La cultura en la sociedad digital*. Barcelona: anthropos.
- Manifold, Marjorie (2009): "Fanart as Craft and the Creation of Culture", en *International Journal of Education through Art*, Vol. 5, Nº 1.
- Martín-Barbero, Jesús (2011): "Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural", en *Análisis de Recepción en America Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal.
- Martín, Eloísa (2007): "Gilda, el ángel de la cumbia: practicas de sacralización de una cantante argentina", en *Religio & Sociedade*, Vol. 27, Nº 2. Disponible en: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttex&pid=S0100-85872007000200003
- Marcos Mutuverría y Mariana Chaves (2009). "Ser parte de la magia. Club de fans y seguidores de Harry Potter", ponencia presentada en el XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.
- Reguillo Cruz, Rossana (2000): "Emergencia de culturas juveniles", en *Estrategias del desencanto*. Bogotá: Norma.
- Rivera Gómez, E (2011). *¿Qué es ser un fan? Del estereotipo a la construcción de un objeto de investigación sociológica*. México: Centro de Estudios Sociológicos.
- Scolari, Carlos (2008): "Hipermediaciones", en *Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Thompson, E. P. (1980): "Costumbres en común", en *Estudios Sociales*. Barcelona: Crítica.
- Thornton, Sarah (1995): "The social logic of cultural capital", en *The subcultures reader*. Londres: Routledge.
- Wade, Maria Victoria (2011): *Consumo y producciones culturales de adolescentes: literatura fantástica e identificación. Los casos de Crepúsculo y Harry Potter*. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Williams, Raymond (1975): "Culture", en *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Londres: Fontana.

Williams, Raymond (1977): “Cultura”, en *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península.