

¿Qué es ser fan?: un abordaje sobre el «fandom» de Harry Potter en Argentina

Roberta Aller

Instituto de Ciencias Antropológicas
(Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires)

RESUMEN

Este artículo se propone analizar qué implica ser fan a partir del caso del «fandom» de Harry Potter en Argentina. Para ello, se indagarán las representaciones, actividades y vínculos de los fans. Se recurrió a una metodología antropológica centrada en el trabajo de campo etnográfico clásico y virtual, complementado por análisis de fuentes. Sostengo que ser fan implica determinadas formas de hacer, pensar y sentir en torno a un objeto de interés. Del mismo modo, formar parte de un «fandom» conlleva la construcción de identidades compartidas y colectivas.

PALABRAS CLAVE: fan; fandom; identificación; comunidad.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o que ser fã implica no caso do «fandom» de Harry Potter na Argentina. Para isso, serão investigadas as representações, atividades e vínculos dos fãs. Foi utilizada uma metodologia antropológica centrada no trabalho de campo etnográfico clássico e virtual, complementada pela análise das fontes. Afirmando que ser fã implica certas maneiras de fazer, pensar e sentir em torno de um objeto de interesse. Da mesma forma, fazer parte de um «fandom» acarreta a construção de identidades compartilhadas e coletivas.

PALAVRAS-CHAVE: fã; fandom; identificação; comunidade.

ABSTRACT

This paper aims to analyze what being a fan implies, based on the case of the Harry Potter «fandom» in Argentina. For this, the representations, activities and links of the fans will be investigated. An anthropological methodology centered on classical and virtual ethnographic fieldwork was used, complemented by source analysis. I maintain that being a fan implies certain ways of doing, thinking and feeling around an object of interest. In the same way, being part of a «fandom» entails the construction of shared and collective identities.

KEYWORDS: fan; fandom; identification; community.

1. Introducción

En 1997 se publicó *Harry Potter y la piedra filosofal* (Rowling 1997), la primera de una serie de siete novelas fantásticas escritas por la británica J. K. Rowling. Desde entonces, la saga adquirió una inmensa popularidad alrededor del mundo, originando una creciente cantidad de fans del mágico universo creado por la autora. Además de los libros, fueron surgiendo otros productos vinculados a la saga (películas, parques de diversiones, páginas «web», etc.), que terminaron

constituyendo lo que los fans denominan “el mundo de Harry Potter”¹. Cuando hablamos de fans, generalmente pensamos en personas que siguen a algún artista, grupo musical, serie de TV, o saga de libros, entre otros sinfín de posibles objetos. La palabra fan aparece

¹ Observaciones en reuniones generales del CHP (2016-2020), entre otras.

asociada, así, a una pasión, gusto, entusiasmo o interés muy fuerte hacia algo. Es usada como sustantivo: un fan de x; o como adjetivo: soy muy fan de x. ¿Qué es, entonces, un fan? ¿Qué implica ser fan de Harry Potter y reconocer a otros como tales?

El objetivo de este trabajo es analizar qué implica ser fan, centrándome en el caso del «fandom»² de Harry Potter en Argentina. Para ello, indagaré las representaciones de los nativos sobre el ser fan y sobre su comunidad, así como sus actividades y vínculos. Sostengo que el mundo de Harry Potter integra las identificaciones colectivas, compartidas e individuales de los fans, quienes se lo apropian y construyen vínculos alrededor de él. Mediante sus prácticas, relaciones y representaciones, los fans constituyen su «fandom» y también sacralizan su objeto de devoción.

Los datos fueron obtenidos mediante una metodología antropológica centrada en el trabajo de campo etnográfico en espacios físicos y virtuales, desde una propuesta multisituada (Santos-Fraile, Massó Guijarro 2017). Ésta implicó pensar al «fandom» de Harry Potter como una comunidad transnacional y dispersa, pero haciendo foco en los fans que residen en Argentina. Para ello, fue necesario considerar dos dimensiones interrelacionadas en las que los fans se desenvuelven: las realidades «online» y «offline»³. Pero, ¿cómo delimitar el campo en el espacio virtual? Como propone Hine (2004), se debe extender y adaptar el método etnográfico. Los ámbitos de interacciones «online», al igual que los físicos, se constituyen en lugares de intercambios simbólicos o campos de acción. Así, las principales técnicas etnográficas también pueden aplicarse al estudio de las formas de sociabilidad y configuración de comunidades que tienen lugar en línea (Álvarez Gandolfi 2016b).

Así, combiné la etnografía digital (Hine 2004; Álvarez Gandolfi 2016b; Di Prospero 2017) con la clásica (Geertz 1987; Guber 2001), construyendo lo que Di Prospero denomina un “campo híbrido” (2017, p. 50). Realicé trabajo de campo en distintas ediciones de la Magic Meeting (la convención de Harry Potter más grande del país) y sus Eventos de Facebook; y en reuniones, eventos y grupos de Facebook y de Whatsapp⁴ del Círculo de Lectores de Harry Potter o CHP (uno de

los clubs de fans más importantes en Argentina) y de una de las “casas”⁵ en las que éste se divide (Ravenclaw). En los distintos espacios, contacté a varios fans para concertar entrevistas⁶. Por otra parte, recopilé y analicé una serie de fuentes: publicaciones del diario *La Nación* (Diament 1999; AAVV 2001; Reinoso 2001; Barragán 2016) vinculadas con el «fandom» de Harry Potter en Argentina, la Página «web» y de Facebook de la Magic Meeting y las Páginas de Facebook e Instagram del CHP y de sus “casas”.

Durante el trabajo etnográfico, se puso en juego mi posición como nativa, ya que mi primer acercamiento a Harry Potter no fue académico sino literario y afectivo: si bien mi trayectoria tiene diferencias con la de mis interlocutores (yo no asistía a reuniones y convenciones), a los siete años conocí la saga y me sumergí en el «fandom». Por ello fue necesario compatibilizar exigencias contradictorias entre la empatía y el distanciamiento (Bourdieu 1987), objetivando mis sentimientos, prácticas e identificaciones.

Hechas estas precisiones metodológicas, pasaré a presentar en el primer apartado algunas definiciones y explicaciones que enmarcan este trabajo, así como el contexto de surgimiento del «fandom» de Harry Potter. En el segundo, analizaré las representaciones nativas sobre el ser fan. Para ello, las ordenaré de acuerdo con dos hitos que identifico en las trayectorias nativas: la transformación en fans y la entrada al «fandom». Por último, en el tercer apartado indagaré qué significa ser fan, teniendo en cuenta los discursos nativos, pero también trascendiéndolos, considerando sus prácticas y relaciones. A su vez, abordaré cómo los fans construyen su comunidad e identidades compartidas.

2. ¿Qué es un «fandom»? la construcción de comunidades en la actualidad

En la academia anglosajona, el campo de estudios de fans («fan studies») se encuentra consolidado desde los noventa, siendo *Textual Poachers* de Jenkins (1992) su texto fundacional. En Latinoamérica es un área aún incipiente y que continuará creciendo: ser fan se ha vuelto una forma cada vez más común de consumo cultural, y los avances tecnológicos han permitido a los fans nuevos modos de vincularse entre sí y con su objeto de interés, creando comunidades en torno a ellos (Gray et al. 2007; Borda 2015; Aller 2020a). Retomaremos esto más adelante, pero antes debemos preguntarnos: ¿qué es un «fandom»?

En principio, apoyándome en las concepciones nativas, defino a los «fandoms» como grupos de personas que se sienten parte de una comunidad –

2 «Fandom» es una categoría nativa utilizada para referirse a la comunidad de la que forman parte junto con otros fans. Aunque hay discusiones sobre su etimología, la mayoría de sus usuarios hispanohablantes la define como contracción de las palabras inglesas «fan» y «kingdom» (reino).

3 «Online» (en línea) refiere a los espacios virtuales, y «offline» (fuera de línea) a los físicos. Usar estos términos implica romper con la idea de un ciberespacio homogéneo, independiente de los contextos culturales locales, y reconocer las múltiples conexiones y la estrecha relación entre los ámbitos. Además, se evita hacer referencia al mundo físico como el “real” (Di Prospero 2017).

4 Los Eventos de Facebook permiten comunicar la fecha y características de una reunión. Los grupos de Facebook son espacios en los que usuarios con intereses comunes forman parte de una comunidad, compartiendo información. Ambos permiten la interacción de invitados/miembros y, a diferencia de las páginas de Facebook (que son públicas), pueden ser abiertos o cerrados. Los grupos de Whatsapp son chats grupales privados.

5 En las novelas de Harry Potter, los magos y brujas de Gran Bretaña asisten al “Colegio Hogwarts”, donde son divididos en cuatro casas (Ravenclaw, Hufflepuff, Slytherin y Gryffindor) de acuerdo a sus personalidades, para las que ganan o pierden puntos a lo largo del año. Este sistema de casas es característico de los colegios británicos, especialmente de aquellos con internado («boarding schools»).

6 Los nombres de los entrevistados han sido modificados.

construida por ellos – que interactúa alrededor de un objeto, persona, texto, etc. y que comparte un universo simbólico común. De esta manera, la pertenencia a un «fandom» determinado implica ciertos saberes, prácticas, actitudes, emociones, expectativas y modos de relacionarse con el objeto de interés y con otras personas, que son compartidos con otros fans en mayor o menor medida. En relación con esto, propongo pensar a los «fandoms» como “comunidades imaginadas” (cfr. Anderson 1993) y a los procesos de construcción de «fandoms» como procesos de comunalización (cfr. Brow 1990; Costilla 2007).

Denominaré fans a los miembros de dichas comunidades. Si bien las nociones de fanático y fan son muchas veces utilizadas como sinónimos, considero que el concepto de fanático conlleva una carga descalificatoria, que refiere a un entusiasmo u obsesión ciegos e incluso intolerantes. El *Diccionario de la lengua española* de la Real Academia Española (2001) define al fanático como alguien que “actúa con fanatismo” o que está “preocupado o entusiasmado exageradamente por algo”, y define al fanatismo como “apasionamiento y tenacidad desmedida en la defensa de creencias u opiniones, especialmente religiosas o políticas” (Real Academia Española 2001). Calificativos como “desmedido” o “exagerado” evidencian esta carga negativa establecida en el sentido común. De igual manera, en lugar de hablar de fanatismo, propongo usar la categoría de fanismo⁷ para referirme al conjunto de representaciones, actitudes, prácticas, emociones, etc. que reúnen a los miembros de un «fandom»⁸. Así, entiendo por fanismo a la moral colectiva que define ciertas formas de sentir, relacionarse y actuar compartidas por los fans en mayor o menor medida.

En línea con lo anterior, los fans se relacionan con sus objetos de interés involucrándose emocionalmente con los mismos, otorgándoles un lugar relevante en sus identificaciones y llevando a cabo prácticas en torno a ellos. También sus vínculos con otros fans adquieren características particulares: comparten creencias y prácticas con quienes experimentan similares sentimientos. En base a esto, propongo que algunas de las herramientas conceptuales de la antropología y la sociología de la religión son útiles para abordar los «fandoms», pues éstos se vinculan con objetos que movilizan a los fans de manera colectiva. Esto no supone concebir a las comunidades de fans como grupos religiosos, sino entender que es posible analizar fenómenos externos al campo religioso según lógicas propias del mismo: el deporte, la música, los productos culturales, etc. también pueden implicar devoción

y sacralidades⁹ (Jindra 1994; Hervieu-Léger 2005; Martín 2007; Bourdieu 2009).

Ahora bien, el surgimiento y expansión de los «fandoms» actuales debe concebirse como parte de un contexto de globalización, caracterizado por diversas transformaciones culturales (además de económicas, políticas, etc.). Entre ellas, se destacan algunas particularmente relevantes para pensar la constitución de los «fandoms»: la desterritorialización de la producción cultural, el surgimiento de culturas globales y la hibridación. Es así como podemos encontrar grupos de personas que, independientemente de dónde habiten, participan de expectativas comunes y comparten visiones del mundo, necesidades de consumo, etc. Pero también se destaca la creatividad de las culturas locales, que reformulan y resignifican ofertas metropolitanas. Éstas, a su vez, interactúan con producciones locales influenciándose mutuamente (Rosas Mantecón 1993; Ortiz 2002)¹⁰. Entre estos grupos encontramos a los «fandoms».

Entonces, estos procesos de constitución de comunidades (y específicamente de «fandoms») pueden pensarse en sus vínculos con las lógicas contemporáneas de la posmodernidad. Dichos procesos se produjeron (y producen) en el marco del paso de la relativa estabilidad moderna a la transitoriedad posmoderna. Se trata de un momento marcado por el papel de las nuevas tecnologías y también por la extinción de las narrativas tradicionales sobre las que se sostenían las representaciones modernas del mundo. Esto último ha habilitado nuevos modos de darle sentido al mundo, construyendo identidades individuales y colectivas y configurando comunidades. Así, los productos mediáticos (sin ignorar su funcionalidad en relación con el capitalismo tardío) son resignificados por los fans, y se constituyen como una referencia sobre la que éstos fundan identificaciones y comunidades más allá de las vías tradicionales de socialización (Lyotard 1987; Jameson 1991; Álvarez Gandolfi 2016a).

En este contexto, en el cual podemos comprender la aparición de los «fandoms» actuales en general, nos encontramos con el «fandom» de Harry Potter en particular. A continuación, abordaré las especificidades de la constitución de esta comunidad de fans en Argentina.

7 Eloisa Martín utiliza esta categoría en algunos de sus trabajos (2007, por ejemplo), pero no la define ni diferencia de «fandom» o fanatismo.

8 Autores locales como Borda (2015) utilizan la categoría de fanatismo como traducción de «fandom». Considero que esa traducción es poco precisa no sólo por la carga negativa que acarrea el concepto de fanatismo (que es explicitada y criticada por la autora), sino porque entiendo que sus significados son distintos, como se desarrolla en este trabajo.

9 Si bien lo sagrado debe pensarse como separado de lo profano, considero que dicha división no es tan tajante como han planteado autores como Durkheim (1968) o Caillois (1942). Sostengo que lo sagrado no es únicamente un orden de cosas manifestadas fuera de lo cotidiano, sino que puede aparecer en nuestro día a día, y los seres humanos podemos sacralizar objetos, personas, lugares, actos e imágenes. Además, no es una propiedad intrínseca de las cosas, sino una relación que establecemos con ellas (Eliade 1981; Schwarz 2008; Wright 2015).

10 La relación entre la constitución de «fandoms» y los procesos de globalización y aparición de comunidades transnacionales ha sido abordada en Aller (2020a).

2.1. El «fandom» de Harry Potter en Argentina

Mientras que en países europeos y/o de habla inglesa el estallido de popularidad de la saga se produjo previamente, en Argentina el «boom» de Harry Potter comenzó durante el 2001, cuando se estrenó la primera película. Este año fue identificado por algunos medios como el momento en que el éxito de la saga “se afianzó” o en el que “estalló la pottermanía”¹¹. Así, el surgimiento del «fandom» debe entenderse en un contexto nacional en el que ingresaron variados productos literarios y audiovisuales importados. Si bien la entrada de estos objetos al país y la conformación de «fandoms» en torno a ellos¹² comenzó en décadas anteriores, en los noventa (debido al contexto global más amplio ya detallado) estos grupos lograron reforzarse como comunidades, a raíz de un proceso de cambios en las relaciones entre los fans y entre éstos y su objeto de interés. Además de encontrarse cara-a-cara, los fans comenzaron a valerse de las vías de sociabilidad habilitadas por las nuevas tecnologías, cuya accesibilidad iba en aumento. Comenzaron a relacionarse con fans de lugares lejanos y a vincularse de nuevas maneras con fans locales y con el propio objeto de cada «fandom».

En este marco, ¿cómo surge y se expande el «fandom» de Harry Potter? ¿A quiénes estaban dirigidas las novelas en primer lugar? La historia de la saga literaria comienza cuando Harry, un huérfano de once años con una cicatriz con forma de rayo en su frente, descubre que es un mago y es invitado a empezar sus estudios en el colegio Hogwarts de Magia y Hechicería. Originalmente, el libro se promocionó para un público infantil, y, ciertamente, gran parte de sus primeros lectores fueron niños. Esto no significa que no existan fans de otras edades, sino que éste es el grupo de personas que participó desde el inicio del «fandom» de Harry Potter en Argentina, y que comparte una trayectoria similar. Se trata de los “niños lectores” a los que hacían referencia los periódicos cuando estalló la popularidad de la saga¹³. Es decir, aquéllos cuyo primer acceso al mundo de Harry Potter se había dado en su infancia (entre los 7 y los 12 años, aproximadamente) y que afirman haber crecido con él: “Los tres primeros tienen una escritura más para niños, y después ya, junto con la temática, va cambiando la escritura, como que los lectores, los que arrancamos de chicos, ya no somos chicos y vamos creciendo con el libro”¹⁴.

Pero desde un comienzo el «fandom» de Harry Potter fue intergeneracional, y pronto se lanzaron ediciones con tapas distintas para niños y para adultos, aunque el contenido de la novela fuera el mismo. De este modo, si bien existe un núcleo de sujetos que crecieron con la saga, que actualmente son jóvenes adultos y continúan siendo fans, también hay adultos de más edad

que formaron parte del «fandom» desde el inicio. Así, encontramos fans que ingresaron al mundo de Harry Potter siendo adultos, como Miriam, que leyó los libros cuando salieron y desde entonces participa en foros de Internet y en convenciones, o como Francisco, quien al momento de la entrevista estaba participando de un evento temático ataviado con una túnica junto con sus hijos Pedro (12) y David (9) y sus sobrinas y ahijada de 15, 8 y 7 años¹⁵. Así, nuevos jóvenes y niños continúan incorporándose al colectivo de fans.

Más allá de las particularidades en las trayectorias de los fans según su edad, ¿qué significa ser fan de Harry Potter?

3. Algo que se siente junto con otros: representaciones nativas sobre el ser fan

¿Qué supone ser fan de Harry Potter para los nativos? Al preguntarles, la variable que siempre estaba presente en sus definiciones era la idea del sentir: por un lado, la concepción del fanismo como un sentimiento y del volverse fan como un suceso que transforma; y por el otro, la importancia de sentirse-parte-con-otros. Ambas nociones se corresponden con dos hitos destacados en sus historias de fanismo: cuando devienen fans al ingresar en el mundo de Harry Potter, y un segundo momento en el que comienzan a compartir ese fanismo con otros.

3.1. El fanismo como sentimiento: devenir fan como momento transformador

Antes de profundizar en qué es ser fan para los nativos, cabe preguntarse: ¿cómo se empieza a serlo? Para comprenderlo, hay que remitirse indefectiblemente a los materiales que dieron origen al mundo de Harry Potter: los libros y las películas. Aunque el «boom» de la saga se produjo tras la primera película, pude encontrar tanto fans que se habían acercado a través de ella a la saga (para luego leer las novelas, en la mayoría de los casos), como fans que ingresaron por primera vez a este mundo a través de los libros, incluso si los habían conocido por la publicidad que les trajo la película. Así, al conversar con ellos, en todos los casos se remiten a los libros, a las películas o a ambos para identificar el momento en el que comenzaron a ser fans. Es interesante que, en la mayoría de las narraciones, fue otra persona quien los introdujo al mundo de Harry Potter: amigos, padres, tíos. Esto se vincula con cierto deseo y deber de transmitir el fanismo a otros.

Pero lo más destacable es que en todos los relatos está la idea de una transformación en fan, y fuertes sentimientos asociados a ese momento en que entraron en contacto con la saga por primera vez: “Me hice fan”; “[me llevaron obligada a ver las películas]

11 Reinoso (2001).

12 Principalmente «fandoms» vinculados a la fantasía, la ciencia ficción, la música, los comics, el manga y el «anime».

13 Diament (1999), Reinoso (2001), entre otras.

14 Entrevista 11 (Lara, 24 años, 22 de octubre de 2016).

15 Entrevistas 16 (Miriam, 53 años, 2 de septiembre de 2018) y 9 (Francisco, 40 años, 3 de septiembre de 2016).

pero salí fascinada, salí y amaba Harry Potter”; “me convertí en fan del mundo”; “me transformé en fan”; “me volví fan de Harry y me cambió la vida”; etc.¹⁶. En las palabras de los sujetos de mi investigación puede verse que, para ellos, algo significativo ocurrió en sus vidas al momento de entrar al mundo de Harry Potter: algo que los cambió. La mayoría lo define en términos de una conversión o transformación. Es éste el que identifico como primer hito en sus trayectorias, el momento en que se convirtieron en fans.

Ese énfasis en este momento de inflexión, en el acto de volverse fan como algo que los cambió o convirtió, aparece con más fuerza en las charlas con aquellos fans que crecieron con Harry, quienes frecuentemente afirman que “Harry Potter es mi vida” o que “Yo no sería quien soy sin Harry”¹⁷. Al haber comenzado a leer los libros durante su infancia o adolescencia, y al haber crecido junto con la saga, lo perciben como una parte clave en la formación de sus identificaciones. Del mismo modo, algunos fans que – independientemente de su edad – atravesaban situaciones personales difíciles al momento de conocer la saga afirman que “Harry me salvó” o que su transformación en fans los ayudó a superar estos momentos¹⁸. Más allá de los casos particulares y del mayor hincapié en esta “conversión” por parte de los fans que “crecieron con Harry”, este hito aparece en las trayectorias de todos los sujetos con los que interactué. En palabras de una de mis entrevistadas:



[Ser fan] tiene que ver con cómo te sentís. Para mí, leer Harry te cambia. Y si sentiste eso, sos fan. Sos fan si te apasiona el mundo, si Harry Potter te hace sentir distinto, si cada vez que los lees te metés en el mundo, en la historia. Te sentís parte. Harry Potter es parte de uno, ahí es cuando sos fan¹⁹.

En esta línea, la mayoría de mis entrevistados coincide en afirmar que la diferencia entre un fan y alguien que no lo es “es algo que sentís”²⁰. Además, sostienen que no se puede definir a un fan en función de las actividades que realiza. Si bien – como veremos – desarrollan ciertas prácticas en común, en sus discursos, el ser fan o no serlo pasa por un sentimiento y por la autoadcripción. En sus palabras: “queremos lo más posible meternos en el mundo de HP, creo que por ahí pasa [...] Por apropiártelo, hacerlo tuyo, y sentirte parte”²¹. No hay, concuerdan mis interlocutores, un estereotipo de fan, cada uno lo es a su forma y por sus

motivos; lo que se comparte, según sus apreciaciones, es el sentimiento generado por el mundo de Harry Potter y el cambio que produce en sus vidas.

En resumen, al ingresar al mundo de Harry Potter a través de los libros y/o las películas, los sujetos identifican el momento en que se “transformaron” en fans como un hito esencial en sus historias e identificaciones. A su vez, destacan que es un sentimiento lo que los vuelve fans y lo que los vincula con su objeto de devoción. Ahora bien, el ser fan no se termina ahí, sino que los fans cuentan que luego de esta “conversión”, comenzaron a realizar otras actividades asociadas a la saga, las cuales implicaron relacionarse con los demás. Esto nos lleva al segundo hito: empezar a compartir el fanismo con otros.

3.2. Compartir y sentirse-parte-con-otros: la entrada al «fandom»

Esa búsqueda por seguir realizando prácticas para permanecer dentro de este mundo y contribuir a construirlo suele relacionarse con la idea de encontrar otros a los que “les guste como a mí”, aquellos para quienes Harry Potter forma una parte importante de sus vidas: “otros fans a quienes Harry capaz también los cambió”²². Este momento en el que los fans comienzan a vincularse con otros que también experimentaron esa “transformación”, y para quienes Harry Potter es igual de importante, es el que identifico como segundo hito: la entrada al «fandom». Los fans empiezan a sentirse parte de una comunidad, constituyéndola y relacionándose con otros en torno a su objeto de devoción.

Esas relaciones con otros y ese hacer conjunto son buscados activamente por los fans porque de antemano se sienten vinculados con los demás aún antes de haberlos conocido. Es decir, los fans desean relacionarse con otros con quienes ya perciben y reconocen un vínculo por el solo hecho de ser fans de lo mismo; parten de “algo en común”²³. Este vínculo tiene una carga afectiva y emocional, no se trata simplemente de personas que comparten un gusto o pasión, sino de personas que se sienten parte de un todo más amplio. Según los fans: “Capaz son gente con la que nunca hablé, pero [...] nos reconocemos entre nosotros, y vos sentís como una cercanía cuando ves que otro es fan también. Y es por eso, porque todos somos parte de lo mismo”; “Los conozcas, no los conozcas, no importa la edad, todos están relacionados con vos de alguna manera. Hay algo ahí que te une [...] una pasión que es tan fuerte que te vincula con esas otras personas”²⁴.

Pude comprender que hay algo que te une con otros fans en una situación al retirarme de un evento del CHP: una chica que había participado en el mismo y con la cual no había interactuado se despidió de mí

16 Entrevistas 2 (Virginia, 23 años, 28 de agosto de 2016), 4 (Bárbara, 15 años, 28 de agosto de 2016), 5 (Aldana, 25 años, 28 de agosto de 2016), 6 (Julietta, 30 años, 3 de septiembre de 2016) 6, 10 (Maggie, 24 años, 6 de octubre de 2016), 13 (Cristian, 27 años, 29 de julio de 2017) y observaciones de campo en reuniones generales del CHP (2016-2018), entre otras.

17 Entrevistas 2, 5, 6, 13, entre otras.

18 Observaciones en grupo de Whatsapp Ravenclaw CHP (2018) (conversaciones privadas) y de reuniones de la casa Ravenclaw del CHP (2017-2019).

19 Entrevista 11.

20 Entrevistas 2, 11, 13, entre otras.

21 Entrevista 10.

22 Entrevistas 11, 12, 15 (Santiago, 22 años, 28 de julio de 2016), entre otras.

23 Entrevista 6.

24 Entrevistas 9 y 10.

con un “nos vemos la próxima”²⁵ al cruzarme en un ambiente fuera de la reunión (estación de subte), como si, pese a no conocernos, tuviéramos algún tipo de relación por el hecho de pertenecer al «fandom». Ese sentimiento de formar parte de un grupo puede incluso primar por sobre otras identificaciones. A través de Harry Potter, personas que no coinciden en nada o no comparten las mismas opiniones, intereses, posicionamientos políticos, etc., pueden relacionarse entre sí, algunas de manera más estrecha que otras.

Recapitulando, el segundo hito en común de las trajectorias de los fans aparece a partir de la búsqueda por continuar realizando prácticas en torno al mundo de Harry Potter, las cuales suelen realizarse en conjunto. Los fans se vinculan entre sí partiendo de un sentimiento de pertenencia compartido por tener un mismo objeto de devoción. Esta idea de sentirse-par-te-con-otros es independiente de si los fans se conocen cara-a-cara, virtualmente, o de si han conversado en absoluto: el sólo hecho de saber que comparten el fanismo los vuelve miembros del mismo «fandom». Partiendo de ello, los fans construyen sus relaciones haciendo uso del mundo de Harry Potter, entendiéndose y vinculándose entre sí a través de éste.

De este modo, las representaciones nativas sobre el ser fan ponen el foco en la idea del “sentir”: el fanismo como sentimiento y la importancia de sentirse-par-te-con-otros. Estas dos ideas podrían sintetizarse en la noción de que, para los sujetos de esta investigación, ser fan es “algo que se siente junto con otros”. Pero, ¿la idea de un “sentir” en torno a un objeto de devoción y hacia otras personas, alcanza para describir qué es ser fan? A continuación, veremos que el fanismo por Harry Potter – y también por otros objetos – implica más que eso.

4. Hacer, pensar y sentir como fan de Harry Potter

Si bien considero que efectivamente ese “sentir” al que se refieren los nativos es parte constitutiva del ser fan, sostengo que también hay otros elementos que lo definen. Para distinguirlos volveré tanto sobre los discursos nativos como sobre algunos aspectos de sus prácticas y relaciones, aunque éstos han sido abordados en otros trabajos²⁶. Así, veremos que a ese sentir se le suman ciertas formas de pensar, relacionarse, y también de hacer.

4.1. ¿Un «ethos potterhead»²⁷?

Los discursos nativos afirmaban que lo que reúne a los fans es el hecho de tener “algo” en común. ¿Qué es ese “algo”? ¿Cuál es el contenido de ese vínculo que se

establece entre los fans? A primera vista, podría pensarse que se trata únicamente de compartir un interés. Pero la construcción de relaciones entre fans va más allá de eso: los sujetos confieren sentido a sus acciones y, en sus interacciones como parte de un «fandom», se ponen en juego ciertas expectativas y normas. Podríamos pensar que se trata de compartir un cierto «ethos» que orienta las acciones y relaciones de los sujetos en cuestión y genera expectativas sobre cómo deben comportarse los miembros del «fandom» (Weber 1993). Este «ethos» se vincula con la vida moral y estética de los fans, y se ve sintetizado por los símbolos sacralizados de la comunidad (Geertz 1987)²⁸.

El mundo de Harry Potter funciona entonces como una matriz que modela las acciones recíprocas, pensamientos y sentimientos de los fans. Ésta proviene de los libros de la saga: en parte es extraída directamente de la trama, que se ve atravesada por cuestiones morales, tópicos relacionados con el bien y el mal, la discriminación por raza, etnia o por estrato social, entre otros. Y, por otra parte, también se trata de reinterpretaciones de los fans sobre dicha trama.

Este «ethos» del «fandom» implica un determinado sistema de valores en común, que gira en torno a las ideas de igualdad, respeto e inclusión. Todos son aceptados, tanto en Hogwarts (en las novelas) como en la comunidad de fans; la discriminación de cualquier tipo es – en teoría – rotundamente rechazada. Esto puede llevarnos a entender, entre otras cosas, por qué este «fandom» se caracteriza por su apertura y su búsqueda por ampliar la comunidad y llevar la saga a otras personas (a diferencia de otros grupos de fans que pueden ser más cerrados, y han fueron calificados como “tóxicos” por algunos fans de Harry Potter²⁹).

En la saga, estas ideas y valores pueden verse por un lado en sus grandes temas: la lucha contra el villano que considera que los magos son superiores a los «muggles» (personas no mágicas), el estigma de los nacidos de «muggles», la represión y censura cuando los Mortífagos (seguidores del antagonista de la saga) toman el poder tras un golpe de estado, etc. Por otro, también está presente en personajes particulares o historias secundarias: la situación de los elfos domésticos y otras criaturas mágicas esclavizadas o consideradas inferiores, personajes como Hagrid – frecuentemente discriminado por tener sangre de gigante – o Luna Lovegood, que por ser una chica extravagante tiende a ser rechazada. A estos tópicos se suman ciertas relecturas de los mismos; por ejemplo, los fans afirman que “todos son bienvenidos, no importa género ni orientación sexual”, extendiendo la idea de la aceptación y el respeto para abarcar la inclusión de la comunidad LGBT+, aunque esto no aparece en ningún momento en los libros³⁰. De esta manera, se reactualizan los

²⁵ Reunión general del CHP (2016).

²⁶ Aller (2020a, 2020b, 2020c).

²⁷ «Potterhead» es un término proveniente del inglés (Potter – cabeza) que los fans utilizan para autodenominarse.

²⁸ Cabe destacar que no pretendo dar una descripción esencialista de lo que es ser fan de Harry Potter. Lo que se detalla como parte de un «ethos» es una serie de comportamientos y de valores generalmente compartidos por los integrantes del «fandom» analizado.

²⁹ Observaciones de reuniones de Ravenclaw CHP (2017-2019).

³⁰ Observaciones 2016-2020 (reuniones generales y de Ravenclaw

temas y valores de la saga conforme los contextos sociales locales; conforme ciertos imperativos morales. Las novelas son releídas en clave de género y de raza, y así los fans extraen de las mismas un código moral que está más ligado a los contextos sociales que a la saga en sí misma, pero para ellos es vivido como un conjunto de valores provisto por Harry Potter.

Es así como los fans, mediante reinterpretaciones de la trama, dan forma al sistema de valores del «fandom», del que se desprenden una serie de normas que regulan las relaciones entre ellos y con su objeto de devoción. Pero no es únicamente ese contenido moral el que los fans deben aprehender, sino también los rasgos más externos que caracterizan sus relaciones entre sí, y que involucran la comprensión y manejo del universo simbólico de Harry Potter. Esto nos lleva al siguiente punto: las formas de hacer que caracterizan a los fans de la saga.

4.2. Hacer-con-otros

Además de sentirse parte de algo junto con los demás fans y de compartir un sistema de valores con ellos, sostengo que ser fan conlleva un hacer determinado, aunque éste no se vea explicitado por los nativos. Ese hacer-con-otros se produce en espacios «online» y cara-a-cara, y mediante prácticas más cotidianas y más eventuales³¹. En el espacio virtual, los fans comparten producciones propias en torno a la saga, debaten temáticas vinculadas a ella, difunden información, y también promueven actividades que despliegan en espacios físicos. En el ámbito «offline», entre las prácticas más cotidianas se cuentan la lectura y el mirar las películas, la creación de toda clase de producciones en torno al mundo de Harry Potter (el dibujo de «fanart», la escritura de «fanfiction», el armado de «fanvids»³², la fabricación de réplicas y otros accesorios, etc.), la posesión de elementos relacionados con dicho mundo y el uso de vocabulario y categorías de los libros, etc.

En cuanto a las prácticas eventuales – aquellas que Jenkins (1992) define como de “mundo de fin de semana” – se encuentran las reuniones de clubs de fans y las convenciones. Aunque las primeras constan de algunos momentos más cotidianos, en ambos casos se ve la predominancia de un ambiente de representación: la vestimenta de los asistentes, la decoración del lugar, etc., apuntan a crear un espacio que recrea el mundo de Harry Potter. A su vez, se llevan a cabo actividades que suman a esa atmósfera mágica: clases, duelos de magos, entre otras. Estos espacios también se caracterizan por prácticas relacionadas con el saber y discusión de temáticas en torno a la saga (debates,

trivias, concursos, etc.), y por la compra y venta de productos. Por último, debe mencionarse el traslado a lugares relevantes y simbólicos para el «fandom», práctica que denomino turismo fan. Ésta consiste en viajar a espacios vinculados estrechamente con los libros, las películas o la autora. Algunos ejemplos son el parque de diversiones de Universal Studios, en Orlando, las locaciones británicas en las que se filmaron escenas de la película, el estudio de Warner Brothers en Londres, entre otros.

Así, los fans se relacionan con su objeto de interés de múltiples maneras: leyendo, conversando, consumiendo y creando producciones relacionadas con el mundo de Harry Potter en diversidad de espacios. Para definir estas prácticas podría retomarse el término de “seguimiento” que propone Martín (2009)³³: un conjunto de actividades que incluye estar presente, hacerse visible, acompañar al objeto de devoción independientemente del esfuerzo o sacrificio, etc. Además, implica un colectivo que debe actuar como tal, unido: si bien los individuos pueden disfrutar de su objeto de interés, desarrollando un lazo emocional fuerte y permanente, hacer-con y sentirse-parte-con-otro resulta fundamental. Como se observó, los fans coinciden en que esa interacción con otros y el sentimiento de ser parte de lo mismo es lo esencial para todas las actividades o acciones orientadas a mantener vivo su mundo.

Esa importancia del hacer junto con otros está presente desde el comienzo en todos los ámbitos de acción de los fans. Los espacios virtuales fueron lugares donde continuar realizando prácticas en torno al mundo de Harry Potter mientras se esperaba el próximo libro o película, pero también uno de los primeros canales de encuentro con otros fans. A medida que Internet se volvía de uso diario en nuestra sociedad, los vínculos entre los fans se tornaban más cotidianos, lo cual fortaleció la presencia de Harry Potter en su día a día. Maggie me relataba: “Creo que el Internet [...] es como una herramienta para contactar con alguien que tiene una identidad parecida a la tuya [...] hay espacios cada vez más visibles y más accesibles donde uno puede tranquilamente ser quien es”³⁴. Con esto, vemos la importancia de la «web» como constitutiva del «fandom», pero también podemos decir que no se limita a Harry Potter, sino que lo excede, y caracteriza la construcción de identificaciones y formación de comunidades en la actualidad.

Dichas relaciones podían permanecer en el ámbito exclusivamente virtual o bien llevarse a espacios físicos, a encuentros o reuniones organizadas por los fans para conocerse personalmente. Eventos como la Magic Meeting y las reuniones de clubs de fans también se promocionan y son concebidas por los fans como espacios donde se puede ser fan libremente y encontrarse con otros: “[...] Acá no lo hacés solo, lo hacés

del CHP, grupos de Facebook y de Whatsapp de Ravenclaw CHP, entre otros) y mis propios saberes como nativa del universo de análisis.

³¹ Las prácticas de los fans y sus distintos espacios de acción han sido abordados en mayor profundidad en Aller (2020b, 2020c).

³² Respectivamente, narrativas ficticias, dibujos y videos hechos por fans en torno a su objeto de devoción.

³³ Si bien la autora utiliza este término para referirse a las prácticas que realizan los fans de un ídolo, éste puede ampliarse para abarcar a las de los fans de otros objetos.

³⁴ Entrevista 10.

con los demás, no tenés que andar dando explicaciones de nada, te entendés con todos. Se siente distinto cuando somos todo un montón de gente acá, vestidos de túnicas, disfrutando la magia”³⁵.

Lo que los fans destacan de estos ámbitos es que son espacios de comunión, donde pueden ser “ellos mismos” y “saben que otros los van a entender”³⁶, en los que pueden expresarse como fans, y conocerse y relacionarse con otros³⁷. Es decir, lo que más afirman valorar de los eventos presenciales y las prácticas virtuales es el hacer-con-otros y relacionarse con esos otros, viviendo el ser fan a través de dichos vínculos. Incluso en aquellas actividades más cotidianas, y que podrían pensarse como más personales, siempre aparece la idea de pertenecer a una comunidad. La creación de «fanfiction», «fanart» o «fanvids», o la fabricación de productos relacionados con la saga, por ejemplo, es inicialmente una práctica individual, pero en la mayoría de los casos implica luego a un otro: compartir las producciones en medios virtuales, exponerlas en otros espacios físicos, o hasta venderlas en todo tipo de ámbitos. Del mismo modo, el uso de accesorios o vestimenta vinculada al mundo de Harry Potter es personal, pero implica mostrarse como fan ante otros, para ser reconocido por aquellos que también forman parte del «fandom».

Volviendo al comienzo, vemos que esto también rige para las actividades de lectura o el mirar las películas, a través de las cuales los fans suelen realizar su primer acercamiento a este mundo. Si bien se trata de momentos individuales de consumo y apropiación de un producto determinado, estos pueden concebirse como “ocasiones sociales percibidas” (Duffet 2012). El hecho de que el producto sea tan masivo implica un vínculo que se percibe con el resto de los fans de forma permanente, aún sin haber conocido a ninguno ni establecido ningún tipo de contacto con ellos.

Cabe preguntarse: el consumo de un producto cultural masivo como Harry Potter ¿puede ser en alguna instancia totalmente individual? En una sociedad tan mediatizada como la actual, ¿existe la posibilidad de vincularse únicamente con el objeto de interés, pero no con otros en torno a éste? Sostengo que el acceso a productos que son objetos de devoción de distintos «fandoms» siempre implicará esa cuestión grupal. Aún para quienes no hacen otras actividades en torno a la saga más que mirar las películas o leer los libros, o sólo realizan prácticas como producción de escritos, videos, o arte fan, está siempre presente la percepción de formar parte de un todo más amplio, de estar integrado a una comunidad y vinculado con sus demás miembros.

35 Entrevista 12.

36 Observaciones en reuniones generales del CHP 2017 y Magic Meeting 2018.

37 Las características particulares que adquieren las relaciones entre los fans de Harry Potter (como los usos de una “jerga nativa”, la forma de organizarse, el festejo de fechas simbólicas, la pertenencia a una casa, etc.) han sido abordadas en Aller (2020a, 2020b).

4.3. ¿Qué es ser fan de Harry Potter?

Podemos decir que, aunque ser fan efectivamente implica un determinado sentir en relación con un objeto de interés y con otros fans, también implica ciertas formas de pensar y relacionarse, así como un hacer específico en torno a dicho objeto y en conjunto con esos otros. Es decir, ser parte de un «fandom» conlleva expectativas por parte de los demás sobre cómo comportarse y cómo relacionarse. Aunque esas actividades y esas formas de ser fan no son explícitamente obligatorias, son en cierto modo esperadas por los demás fans. Esto no quiere decir que no se pueda ser fan sin asistir a eventos, consumir «merchandising», crear producciones relacionadas con el objeto o debatir con otros fans, sino que estas prácticas caracterizan las formas de vincularse dentro del «fandom». Lo mismo sucede en cuanto al sistema de valores compartido al que aludí previamente.

De esta manera, así como los fans afirman sentir fuertemente por su objeto de devoción y sostienen que éste cambió sus vidas, también existe un deber para con este objeto (serle leal, transmitirlo a otros, realizar prácticas en torno a este, etc.). Y así como el sentir se extiende a los demás miembros de la comunidad, lo mismo ocurre con ese deber: uno no solamente es fan con otros, sino también frente a y para otros fans. Los modos de hacer, las expectativas en cuanto al comportamiento y el sistema de valores de los demás, y la forma que adquieren las relaciones dentro del «fandom» permiten a los fans autoadscribirse como tales y también ser identificados por los demás. Nuevamente, tal como afirmaba al hablar de lo grupal en el consumo de un producto masivo, sostengo que para comprender lo que significa ser fan es esencial la noción de la pertenencia a una comunidad.

Así, al entrar al «fandom», el individuo ingresa en una dinámica colectiva en la que debe comprender la jerga particular del «fandom» y utilizarla, demostrar que posee ciertos saberes en torno al objeto y dar cuenta de que se vincula con el objeto del mismo modo que los demás (a través del consumo, la vestimenta, la lealtad hacia el mismo, etc.). En suma, hay ciertas normas implícitas constitutivas del «fandom», que provienen del mundo de Harry Potter y permiten a los fans entenderse y relacionarse entre sí. Éstas son externas a los fans, y les imponen ciertas formas de hacer, pensar y sentir (Durkheim 1987). Sin embargo, no son advertidas por ellos como normas, y así como constituyen un deber, se les aparecen como deseables (Turner 1980) al estar asociadas a las emociones que les genera el contacto con el mundo de Harry Potter. A su vez, son percibidas como necesarias para vincularse más estrechamente con el objeto de devoción y con los demás fans. Es así como se constituye el «fandom» en tanto comunidad.

Esas identificaciones compartidas y colectivas de los fans, así como su sentimiento de pertenencia al «fandom», son reactualizadas y revalidadas durante los encuentros (virtuales y físicos). La vivencia común de los fans al relacionarse entre sí y con su objeto de

devoción es precisamente lo que Durkheim (1968) define como efervescencia colectiva; son las emociones compartidas que genera en los sujetos el contacto con el mundo de Harry Potter, el hacer-con-otros a través del cual el grupo transmite su energía al objeto sacralizado, fuerza que luego vuelve a cada individuo (Serazio 2013; Duffet 2012; Durkheim 1968). Los fans, entonces, comparten un conjunto de representaciones y ritos en torno al objeto de culto, a través de los cuales se reactualizan las identificaciones del grupo. De esta manera, producen sentido y organizan los significados colectivos con los que dan sentido a su propia existencia (Hervieu-Léger 2005).

Un último punto relevante para pensar qué es ser fan de Harry Potter (y fundamentalmente qué particularidades tiene serlo en Argentina) se relaciona con los aspectos socioeconómicos y socioeducativos de las identificaciones de los sujetos de mi investigación. De todo lo descrito hasta ahora, he podido observar algunos factores que representan limitaciones a la hora de convertirse en fan de Harry Potter en nuestro país, aun cuando en sus discursos los fans afirman que cualquiera puede ingresar al «fandom». Estos factores, que pasaré a detallar, podrían explicar por qué la mayoría de los fans con los que tuve la oportunidad de interactuar pertenecen a estratos socioeconómicos medios.

En primera instancia, el hecho de que el objeto de interés de este «fandom» sea una saga literaria implica de por sí un público que tenga acceso a la lectura y, por ende, determinada formación educativa. Es cierto que haber leído los libros no es excluyente para autoadscribirse como fan; es una posibilidad haber visto las películas o haber llegado al «fandom» de otra manera. Pero también es verdad que, aunque no es motivo de exclusión explícita, muchas veces está presente la insistencia por parte de otros fans para que quienes no lo hicieron lean los libros, pues son considerados la fuente del mundo de Harry Potter. Aquel que no los haya leído, a ojos de una gran cantidad de fans, nunca tendrá la experiencia completa de ser fan de Harry Potter. De hecho, muchas veces – sobre todo los que crecieron con Harry – le adjudican a la saga el haber sido su puerta de ingreso a la lectura.

Algo similar ocurre respecto del idioma inglés, lengua en que la saga fue escrita. No todos los fans saben inglés, pero muchos se acercan a esta lengua o buscan aprenderla, pues leer la saga en su idioma original permitiría acercarse aún más al objeto de devoción. Además, implica poder acceder a los libros nuevos sin esperar las traducciones, o a otras primicias. No entender inglés no es excluyente para poder formar parte del «fandom», pero aquellos que lo hacen (y que por lo tanto cuentan con determinada formación) se encuentran en una situación ventajosa respecto de los demás.

Por otra parte, como se ha visto, muchas de las prácticas de los fans implican de un modo u otro un gasto económico. Aunque no sea cierto que no se puede ser fan sin tener dinero, el consumo de «merchandising» y la participación en eventos forma una parte importante en su hacer. Incluso el deseo de viajar a locaciones simbólicas, aunque es sólo posible para

muy pocos fans, es una aspiración de muchos nativos. Alguien que ni siquiera puede costear productos de «merchandising» o, para ir más lejos aún, tener una computadora con acceso a Internet para realizar actividades gratuitas, ¿se sentirá “parte” junto con personas que pueden permitirse aspirar – incluso si no lo logran – a viajar a Londres u Orlando? Aunque dentro del «fandom» los nativos afirman – y he podido constatarlo en mis observaciones – que nadie es excluido por no poder participar de estas actividades, ¿hasta qué punto una persona que no puede hacerlo se sentirá realmente parte de este colectivo?

Aunque el «fandom» sea abierto en su discurso, y por más que sus miembros realmente busquen ser inclusivos, decir que “cualquiera puede ser fan” es una afirmación a la que le faltan matices. Esto no significa que ser fan sea una forma excluyente o elitista de identificarse y construir comunidades (de hecho, existen fans de otros objetos, sean locales o extranjeros, que posiblemente no enfrenten esas trabas). Tampoco significa que ser fan de Harry Potter lo sea; pero sí implica que aquellos para quienes estos puntos no representan obstáculos estarán en una posición privilegiada para poder acceder al «fandom». Esto explicaría por qué – más allá de las posibles excepciones – una gran cantidad de fans argentinos de la saga pertenece a estratos medios.

Incluso dentro del mismo «fandom» local las diferencias en formación o poder adquisitivo pueden representar diferencias de jerarquía: aquel que tiene la posibilidad de viajar, que puede acceder a las primicias o los libros en su idioma original, adquirir «merchandising» oficial o artículos coleccionables, estará en cierto modo más cerca o conocerá en mayor profundidad el objeto de devoción. Y esos fans tendrán siempre un estatus superior, aunque sea implícito, que aquellos que no pueden; se ha observado en el campo que los fans que son referentes dentro de la comunidad local en general tienen acceso en mayor o menor medida a esas prácticas.

Los rasgos mencionados también diferencian a los fans argentinos de otros, particularmente de aquellos ingleses o norteamericanos. Aun los que pueden pagar el «merchandising», acceder a viajes y leer en inglés, siguen estando en una posición desfavorecida respecto de los extranjeros, que viven más cerca del lugar de origen de la saga, no enfrentan los problemas económicos de los viajes o la importación de «merchandising» y libros, ni tienen la dificultad de la barrera idiomática, que es también una brecha cultural, dado que la lengua está estrechamente ligada a una cosmovisión particular³⁸. En ese sentido, propongo que podríamos pensar al «fandom» argentino de Harry Potter, e incluso a los «fandoms» latinoamericanos en general, como «fandoms» periféricos. Los fans no solo tienen ciertas barreras o diferencias para acceder a su objeto de devoción, sino que además tienen menos visibilidad internacional en tanto «fandom». Sería

38 Ver, por ejemplo, Duranti (2003) y Jakobson (1975).

interesante continuar analizando estas dinámicas, por un lado a través de comparaciones con «fandoms» extranjeros, y por el otro ahondando en las trayectorias individuales de los fans locales.

5. Consideraciones finales

En primer lugar, quisiera hacer una breve reflexión metodológica. Realizar trabajo de campo «offline» y «online» permitió un abordaje completo de un objeto de estudio que se caracteriza por las relaciones transnacionales y las interacciones virtuales además de las cara-a-cara. Pero más allá del tema particular del artículo, considero que se ha vuelto necesario etnografiar espacios virtuales y físicos para pensar cualquier fenómeno social actual. Internet ha posibilitado la cotidianaización de las relaciones, los contactos permanentes y su inmediatez, y las prácticas y vínculos desarrollados en la virtualidad se entrelazan constantemente con nuestro día a día «offline». En todo momento somos y nos pensamos en el espacio «online» y el físico, sin concebirlas como dos mundos aparte, sino como distintos planos de nuestra vida.

En este trabajo analicé qué significa ser fan, centrándome en el caso del «fandom» de Harry Potter en Argentina. Para ello, indagué las representaciones de los nativos, así como sus actividades y vínculos. Ellos afirman que lo que define el ser fan es un sentimiento hacia el objeto de devoción y hacia los otros fans, con quienes se sienten parte de una comunidad. Este sentimiento se relaciona con dos hitos que identifiqué como fundamentales en sus trayectorias: la “transformación” en fan de Harry Potter y la entrada al «fandom».

Así, los fans comienzan sus historias como tales a través de una “conversión”, mediante la que pasan a ser fans por sentirse vinculados con el mundo de Harry Potter. Luego entran al «fandom», al buscar relacionarse con otros con quienes tienen “algo” en común. Si bien estos hitos pueden analizarse como momentos separados, siempre aparecen juntos en las trayectorias de los nativos. El fanismo es entendido por ellos como “algo que se siente con otros”.

Pero aunque no aparece de forma explícita en sus discursos, ser fan también conlleva un sistema de valores en común, derivado de la trama de los libros, que marca las acciones y relaciones de los fans. Y, en segundo lugar, supone determinados modos de hacer. Además, es esencial la noción de la pertenencia a una comunidad: aún para aquellos que realizan actividades más bien solitarias, la percepción de estar vinculado con otros miembros del «fandom» está siempre presente.

Estos rasgos que caracterizan el hacer y las relaciones de los fans, aunque no son explícitamente imperativos o imprescindibles, son esperados por los demás, y definen ciertas normas constitutivas del «fandom». Éstas, sin embargo, se vuelven deseables para los fans. El «fandom» de Harry Potter aparece así como un espacio de pertenencia, en el que se comparten aspectos de las identificaciones y el uso e interpretación de una

simbología asociada al mundo del que son devotos. Por otro lado, esos modos de hacer y relacionarse que caracterizan al «fandom» en general conllevan ciertos obstáculos respecto de quiénes forman parte de él. Aunque en los discursos nativos cualquiera puede ser fan, hay aspectos socioeconómicos y educativos que limitan el acceso al objeto de devoción y a las prácticas que suelen realizarse en torno a éste.

La construcción del «fandom» de Harry Potter en Argentina debe entenderse como parte de un proceso caracterizado por los cambios en la forma de construir comunidades. En un contexto de globalización, y mediante las nuevas tecnologías, los fans comenzaron a establecer vínculos más frecuentes y cotidianos con otros fans. Esto marca una diferencia con «fandoms» preexistentes, como el de J. R. R. Tolkien (1978) y su saga *El señor de los anillos*, que se caracterizaban por relaciones más esporádicas vía mail o por reuniones más eventuales.

Para continuar indagando, sería interesante preguntarnos: ¿qué particularidades tienen los fans argentinos de Harry Potter con respecto a los de otros países? Si bien he advertido ciertas condiciones que los distinguen, en los discursos de los fans aparecen más presentes aquellos aspectos que los vinculan con el «fandom» transnacional. A partir de esto, me pregunto: en los «fandoms» internacionales, ¿los fans siempre invisibilizan sus singularidades culturales, nacionales y regionales? Sería interesante examinar estas dinámicas, principalmente a través de comparaciones con «fandoms» extranjeros. Por otra parte, resultaría enriquecedor profundizar sobre diversos aspectos de las identificaciones de los fans (edad, nivel socioeducativo, lugares de origen, etc.), para explorar aún más las dinámicas que distinguen a los sujetos al interior del «fandom»: la construcción de jerarquías, la generación de poder, etc. También será necesario ahondar en el análisis de estas prácticas de los fans como prácticas de sacralización, así como en el vínculo de los fans con su objeto de culto en términos de devoción.

Este trabajo busca aportar al campo de estudios sobre fans, que en Argentina es aún incipiente. Los «fandoms» y fanismos existen hace décadas, y se han ido modificando hasta volverse un modo cada vez más frecuente de crear comunidades y vincularse con otros y con un objeto, persona, o texto de consumo masivo. Es decir que ser fan se ha convertido en una forma más común, y al mismo tiempo más variable, de actuar y relacionarse: esto debe ser considerado para analizar globalmente el fenómeno de la constitución de fanismos y «fandoms». En ese sentido, es relevante pensar en los aspectos que los «fandoms» tienen en común entre sí y con otras comunidades actuales, en aquellos que los distinguen, y en ser fan en sí mismo como una forma particular de hacer, pensar y sentir.

Bibliografía citada

- AAVV (2001). También hay adultos que lo adoptaron. *La Nación*, 11 de febrero de 2001. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/cultura/tambien-hay-adultos-que-lo-adoptaron-nid51851>. [consultado el 1 de marzo de 2019].
- Aller, R. (2020a). Un reino de fans: identificaciones, apropiaciones y construcciones en el Círculo de Lectores de Harry Potter (Buenos Aires, Argentina). *Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano. Series Especiales* 8 (1): pp. 1-13.
- Aller, R. (2020b). *¿Entre fans y devotos?: Prácticas, creencias y simbologías de culto en el fandom de Harry Potter (Argentina)*. Tesis de grado. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Aller, R. "Del libro al mundo: hacer con otros en el fandom de Harry Potter (Argentina)." Manuscrito presentado para su publicación.
- Álvarez Gandolfi, F. (2016a). La cultura otaku y el consumo fan de manga-animé en Argentina: entre el posmodernismo y la convergencia. *Voces & Dialogo* 15 (1): pp. 24-36.
- Álvarez Gandolfi, F. (2016b). Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual. *Cultura, lenguaje y representación XVI*: pp. 7-20.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Barragán, F. (2016). Bajo un cielo londinense, el lanzamiento del nuevo libro de Harry Potter se vivió en Buenos Aires a pura magia. *La Nación*, 31 de julio de 2016. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/1923529-bajo-un-cielo-londinense-el-lanzamiento-del-nuevo-libro-de-harry-potter-se-vivio-en-buenos-aires-a-pura-magia>. [consultado el 1 de marzo de 2019].
- Borda, L. (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *Revista Trama de la comunicación* 19 (1): pp. 67-87.
- Bourdieu, P. (1987). Sociologues de la croyance et croyances de sociologues. *Archives de Sciences Sociales des Religions* 63 (1), pp. 155-161.
- Bourdieu, P. (2009). "Génesis y estructura del campo religioso". In *La eficacia simbólica: religión y política*. Buenos Aires: Biblos, pp. 43-89.
- Brow, J. (1990). Notes on Community, Hegemony, and Uses of the Past. *Anthropological Quarterly* 63 (1): pp. 1-6.
- Caillois, R. (1942). *El hombre y lo sagrado*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Costilla, J. (2007). Los usos socio-políticos del milagro cristiano. Una aproximación teórica y bibliográfica. *XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán*.
- Di Prospero, C. (2017). Antropología de lo digital: Construcción del campo etnográfico en co-presencia. *Virtualis* 7 (15): pp. 44-60.
- Diamant, M. (1999). Harry Potter hace magia y los chicos vuelven a leer. *La Nación*, 30 de octubre de 1999. Disponible en [https://www.lanacion.com.ar/el-](https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/harry-potter-hace-magia-y-los-chicos-vuelven-a-leer-nid159326)
- mundo/harry-potter-hace-magia-y-los-chicos-vuelven-a-leer-nid159326. [consultado el 1 de marzo de 2019].
- Duffet, M. (2012). Applying Durkheim to Elvis. *Transatlántica* 2. Disponible en <https://journals.openedition.org/transatlantica/6095?lang=en>. [consultado el 3 de Noviembre de 2019].
- Duranti, A. (2003). Language as Culture in U.S. Anthropology; Three Paradigms, *Current Anthropology* 44 (3): pp. 323-347.
- Durkheim, E. (1968). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Buenos Aires: Shapire.
- Durkheim, E. (1987). *Las reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Edit. La Pléyade.
- Eliade, M. (1981). *Lo sagrado y lo profano*. s.l.: Guadarrama/Punto Omega.
- Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Ciudad del México: Gedisa.
- Gray J., Harrington, L. y Sandvoss C. (2007), "Introduction: Why study fans?". In L. Harrington, J. Gray y C. Sandvoss (eds.), *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, Nueva York, New York Universty Press, pp. 1-18.
- Guber, R. (2001). *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Hervieu-Léger, D. (2005). *La religión, hilo de memoria*. Barcelona: Herder.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Jakobson, R. (1975). "En torno a los aspectos lingüísticos de la traducción". In *Ensayos de Lingüística General*. Barcelona: Seix Barral.
- Jameson, F. (1991). "El posmodernismo como lógica cultural del capitalismo tardío". In *Ensayos sobre el posmodernismo*. Buenos Aires, Imago Mundi, pp. 14-22.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Nueva York: Routledge.
- Jindra, M. (1994). Star Trek Fandom as a Religious Phenomenon. *Sociology of Religion* 55 (1): pp. 27-51.
- Liotard, J. 1987. *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Martín, E. (2007). Gilda, el ángel de la cumbia. Prácticas de sacralización de una cantante argentina. *Religião e Sociedade* 27 (2): pp. 30-54.
- Martín, E. (2009). Gilda no es ninguna santa: apuntes sobre las prácticas de sacralización de una cantante argentina. *Papeles de trabajo. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín* 2 (5), dossier "Artes de lo sagrado en las XIV Jornadas sobre Alternativas Religiosas de América Latina".
- Ortiz, R. (2002). Globalización y esfera pública. Entre lo nacional y lo transnacional. *Signo y Pensamiento* XX (41): pp. 68-81.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Disponible en <http://www.rae.es/rae.html>. [consultado el 3 de Noviembre de 2019].
- Reinoso, S. (2001). Fenómeno editorial: 30 millones de copias en el mundo. Se afianza el éxito de Harry Potter. *La Nación*, 11 de febrero de 2001. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/cultura/se-afianza-el-exito-de-harry-potter-nid51850>. [consultado el 1 de marzo de 2019].

- Rosas Mantecón, A. (1993). Globalización cultural y antropología. *Alteridades* 3(5): pp. 79-91.
- Rowling, J. (1997). *Harry Potter and the philosopher's stone*. Londres: Bloomsbury.
- Santos-Fraile, S. y Massó Guijarro, E. (2017). Introducción. Etnografías multisituadas y transnacionales. *Revista de antropología experimental* Extra 17 (1): pp. 1-8.
- Schwarz, F. (2008). *Mitos, ritos, símbolos. Antropología de lo sagrado*. Buenos Aires: Biblos.
- Serazio, M. (2013). The elementary forms of sports fandom: A Durkheimian exploration of team myths, kinship, and totemic rituals. *Communication and Sport* 1(4): pp. 303-325.
- Tolkien, J. (1978). *El señor de los anillos*. Barcelona: Ediciones Minotauro.
- Turner (1980). *La selva de los símbolos. Aspectos del ritual ndembu*. Madrid: Siglo XXI.
- Weber, M. (1993). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- Wright, P. (2015). "Yo tengo un don". Hermenéutica y antropología de la religión: entre la escucha y la sospecha de los símbolos. In J. M. Renold (ed.). *Religión: estudios antropológicos sobre sus problemáticas*, Buenos Aires, Biblos, pp. 65-86.

Fuentes citadas

- Aller, R. (2016-2018). Entrevistas 2 a 17.
- Grupo de Whatsapp Ravenclaw CHP (2018). Conversaciones privadas.
- Casa Ravenclaw del CHP (2016-2020). Reuniones.
- Magic Meeting (2018).
- Círculo de Lectores de Harry Potter (2016-2020). Reuniones generales.
- Grupo de Facebook Ravenclaw CHP (2017-2018). Conversaciones privadas.