



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons](#)
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 internacional

Las transformaciones de un fandom en tiempos de aislamiento
El caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina
Roberta Aller, Paula Cuestas
Revista Argentina de Estudios de Juventud, (14), e037, 2020
ISSN 1852-4907 | <https://doi.org/10.24215/18524907e037>
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

LAS TRANSFORMACIONES DE UN *FANDOM* EN TIEMPOS DE AISLAMIENTO

EL CASO DEL CÍRCULO DE LECTORES DE HARRY POTTER ARGENTINA

Fandom Transformation in Times of Isolation:
The Case of Harry Potter Reading Club in Argentina

Roberta Aller¹

robertaaller@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-4815-9307>

Paula Cuestas²

paula.cuestas90@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-3547-9838>

1 Facultad de Filosofía y Letras | Universidad de Buenos Aires | Argentina

2 Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Palabras clave

fandom
Harry Potter
tecnologías digitales
aislamiento

En el artículo se muestran las transformaciones que atravesó un club de fans de Harry Potter, a partir de las medidas de aislamiento social dispuestas frente al avance del COVID-19. Se describen los orígenes del club, ligados a un momento de expansión de las tecnologías digitales y los encuentros «cara-a-cara» habitualmente organizados por el club. Como objetivo central, mediante una metodología de etnografía digital se analizan las nuevas dinámicas que lleva adelante el CHP en un contexto de obligada «virtualidad».

Abstract

Keywords

Fandom
Harry Potter
digital technologies
isolation

The article shows the transformations that a Harry Potter fan's club went through as a result of the social isolation measures set out in the face of COVID-19's spread. The origins of the club are described, bound to a time characterized by the expansion of digital technologies and the «face-to-face» gatherings habitually organized by the club. As a central objective, by a digital ethnography methodology, the new dynamics carried out by the CHP are analyzed in a context of mandatory «virtuality».

Recibido 31/07/2020 Aceptado 15/09/2020 Publicado 12/11/2020

LAS TRANSFORMACIONES DE UN *FANDOM* EN TIEMPOS DE AISLAMIENTO

El caso del Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina

Por Roberta Aller y Paula Cuestas

Introducción

Hasta hace algunos años, cada 2 de mayo era posible ver en los bosques de Palermo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), Argentina, a un conjunto de chicos/as que luciendo túnicas, varitas y sombreros se congregaban en algún punto previamente acordado y, con mates, gaseosas y bizcochos mediante, recreaban pasajes de la historia de Harry Potter (HP), jugaban a trivias y a acertijos, o se batían a duelo. Hace algún tiempo, estas actividades pasaron a concentrarse en algún centro cultural. Si uno/a prestaba atención, resultaba posible ver en el subte o en el colectivo a estos/as jóvenes fans luciendo sus *cosplays* de la historia creada por J. K. Rowling mientras iban camino a estos encuentros.

Como abordaremos en este artículo, este tipo de prácticas son comunes entre quienes se autoperciben parte del *fandom* de HP. Con esta noción, nos referimos a la categoría nativa que utilizan los/as fans para identificar a la comunidad que integran, pero también la recuperamos en un sentido analítico, en tanto grupo de personas que se sienten parte de una comunidad que ellos/as mismos/as «imaginan» alrededor de un objeto, persona, texto, etc. y que comparten un universo simbólico común. Dicha comunidad integra ciertas prácticas, actitudes, emociones, expectativas y modos de relacionarse (Aller, 2020a). En este caso en particular, al describir aquellas escenas, nos referimos a los/as miembros del Círculo de Lectores de Harry Potter (CHP) de CABA quienes cada primer fin de semana de mayo conmemoran a las/os caídos/as en la batalla de *Hogwarts*.¹

En 2020, no obstante, las políticas de aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) llevadas adelante por el gobierno nacional, y acompañadas por el gobierno de CABA, obligaron, por primera vez en los quince años de historia de este club de lectores, a suspender las actividades previstas para aquel encuentro. Aquella semana de mayo, las redes sociales del CHP se colmaron de publicaciones que hacían mención a la fecha en cuestión y que conmemoraban desde la «virtualidad» a los/as caídos/as en la batalla. No solo esto, desde el inicio de la cuarentena el CHP ha comenzado a tener iniciativas en línea que resultan novedosas dadas las características del club, que siempre se caracterizó por los encuentros «cara-a-cara». Sin embargo, como en casi todas las áreas vitales, el ASPO obligó a modificar y a repensar las lógicas de organización de este colectivo de aficionados/as, especialmente entre quienes conforman su *staff* directivo. ¿Qué implicó este pasaje a la virtualidad? ¿Qué nuevas actividades se generaron? ¿Cuánto se perdió en este nuevo contexto? ¿Cuántas nuevas oportunidades se abrieron? El presente artículo se propone describir y analizar la transformación de este club en este nuevo escenario.

En primer lugar, comenzaremos por describir brevemente la historia del CHP, deteniéndonos en el contexto de su surgimiento para analizar el rol central que tuvo allí la conjunción dada por la publicación de los libros de Rowling con la expansión de Internet y las tecnologías digitales. A continuación, describiremos los encuentros presenciales que habitualmente realizaba el CHP: sus lógicas de organización, sus dinámicas de participación y las percepciones de los/as fans sobre dichos encuentros. Por último, y como objetivo principal de este trabajo, presentaremos las nuevas dinámicas que lleva adelante el club en el marco de esta nueva y obligada «virtualidad».

Cabe advertir que centramos este trabajo en el caso del CHP por más de un motivo. En primer lugar, es preciso destacar que, con sus quince años de trayectoria, el CHP es una de las comunidades *potterheads*² más reconocidas en la Argentina. Su rol activo en la organización de presentaciones de libros y de *Avant Premiere* de películas, junto con otros colectivos como *Harry Latino* o *FanCon* (organizadores, estos últimos, de la *Magic Meeting*, el encuentro anual de fans más grande del país), dan cuenta de ese reconocimiento y de esa legitimación no solo al interior del CHP sino también del *fandom*. En segundo lugar, el CHP es el caso empírico en el cual ambas autoras hemos focalizado las reflexiones de nuestras respectivas

tesinas de grado (Aller, 2020b; Cuestas, 2014). En este sentido, contamos con el antecedente de haber participado en jornadas y en congresos académicos, y de haber producido artículos en los que describimos y analizamos etnográficamente este club, con especial atención a las lógicas de funcionamiento y de organización previas al actual escenario de ASPO (Cuestas, 2016, 2019; Aller, 2019, 2020a). Precisamente, este antecedente es lo que nos permite garantizar el vínculo con los/as jóvenes que conforman el CHP, posibilitándonos la realización del trabajo de campo en este contexto de aislamiento y de virtualidad.

Sobre este punto, queremos destacar que la escritura del presente artículo supuso, a su vez, el complejo desafío de conciliar nuestras experiencias de etnografía digital (Di Prospero & Daza Prado, 2019) en un momento en el que nuestros respectivos campos de indagación se han desplazado en su totalidad hacia las prácticas en línea. En este sentido, si bien en el marco de nuestras actuales investigaciones doctorales ambas consideramos la implementación de una estrategia etnográfica multisituada (Winocour, 2013; Santos-Fraile & Massó Guijarro, 2017), que contempla las continuidades entre las prácticas en línea y fuera de línea de los/as actores en quienes se centran nuestras indagaciones, el escenario actual nos presenta un interesante desafío en términos metodológicos.

Breve historia de este *fandom*

HP hizo su aparición en inglés en 1997. El momento no podía ser más propicio: no estaríamos hablando de este libro, y de este fenómeno, si la publicación de la saga no hubiera coincidido con un momento de auge y de expansión de Internet. En 1999, en Gran Bretaña, mientras se publicaba el tercer tomo de la historia, Internet se expandía masivamente en los hogares británicos, tal como describe Patricio Tarantino (2018) en un libro que cuenta la historia de este mundo mágico. Si en la cuna de la saga, 1999 puede ser considerado el momento clave y bisagra para pensar este auge, en la Argentina será 2001 el año que se presentará como un parteaguas para la historia de HP (Aller, 2020a).

Por aquel entonces, ya se habían publicado los primeros cuatro libros y en noviembre llegaba al cine la primera película. Pese al contexto generalizado de crisis, que alcanzó su punto más crítico en diciembre de 2001, ese año el acceso

a Internet aumentó 50% respecto del año anterior llegando al 10% de la población argentina (aunque, por supuesto, con una notable concentración en los grandes centros urbanos). Este *fandom*, en consecuencia, nació en un contexto de globalización caracterizado por la desterritorialización de la producción cultural, el surgimiento de las culturas globales y la consolidación de procesos de hibridación cultural (García Canclini, 1989; Rosas Mantecón, 1993; Ortiz, 2002).

La conjunción dada entre la publicación de los libros de Rowling, la salida de las películas y el crecimiento de Internet le imprimió al fenómeno que comenzaba a gestarse un alcance que no habían tenido hasta el momento otras experiencias ligadas al mundo literario, ni tampoco cinematográfico. Si bien por entonces era posible referir a la existencia de verdaderos universos de fans como los creados por los/as seguidores/as de *Star Wars*, *El Señor de los Anillos* o *Star Trek*⁵ –este último, foco empírico de los trabajos de Henry Jenkins (1992) y de Michael Jindra (1994), quienes sentaron las bases de las discusiones académicas en torno a los *fandoms*– el fenómeno en torno a HP relucía por sus particularidades.

En un contexto en el que Internet se volvía cada vez más masivo, HP fue considerado casi como un «salvavidas» capaz de enganchar a los/as más pequeños/as con la lectura, tal como sostiene Cristina Corea (2004). Frente a la idea ampliamente difundida de que «los/as chicos/as no leen», que en la actualidad se complementa con «los/as chicos/as no leen porque están todo el día con el celular», la existencia de un libro que lograba que niños/as y jóvenes corrieran a las librerías a buscar sus ejemplares despertó un verdadero interés. Sin embargo, como afirma Corea (2004), resulta interesante detenernos a pensar en el tipo de interacción que se produce entre HP y sus lectores/as.

A comienzos de los años 2000, mucho antes de que el *merchandising*⁴ y la franquicia de la saga se hubieran expandido al nivel que conocemos en la actualidad (Tarantino, 2018), Corea (2004) reflexionaba sobre el carácter integral de la lectura de HP, refiriendo a esta obra como un hipertexto y a sus «receptores» como usuarios/as. Desde este enfoque, la autora sostenía que HP era mucho más que un libro, era «información» (p. 207). HP está en los libros, pero también en películas, en dibujos, en latas de gaseosa, en Internet, y sus lectores/as han devenido en usuarios/as que navegan a través de estas distintas expresiones del hipertexto. En ese sentido, HP se convirtió en una «completa experiencia» (Corea, 2004,

p. 208), muy diferente al tipo de imaginario habitualmente asociado a las prácticas de lectura, especialmente de la lectura escolar por la que tanto demandan docentes, en particular, y adultos/as, en general. En consecuencia, lo que engancha a los/as niños/as con la saga en cuestión no es solo la lectura de los libros sino todo este completo sistema de encadenamientos que están ligados al texto pero que lo desbordan, dando forma a un novedoso vínculo entre lectores/as y literatura, y a un auténtico *fandom*.

Lo anterior supone, asimismo, que los/as fans tienen un rol muy activo en la conformación de su propio mundo mágico. No se trata de sujetos pasivos/as o dóciles frente a un texto; por el contrario, cual cazadores/as furtivos/as, los/as lectores de HP «hacen» a partir del libro (De Certeau, 2000). En este marco es que situamos la proliferación de sitios web y de foros en los que, a comienzos de los años 2000, lectores/as del mundo entero se encontraban para discutir y para debatir sobre su saga favorita, recreando pero también *creando* su propio universo. El ya mencionado Tarantino (2018), quien no solo es un fan de la saga y el mayor coleccionista de Potter en la Argentina sino también un estudioso de este universo, señala que hacia mediados de 1999 se crearon los primeros sitios web de fans en inglés: *The Unofficial Harry Potter Fan Club* y *Harry Potter's Realm of Wizardry*. En ellos, y en los distintos *website* surgidos en aquellos primeros tiempos, los/as lectores/as no solo debatían sobre la historia o compartían novedades sobre la publicación de nuevos libros o sobre la presentación de la autora en algún evento, sino que creaban sus propias historias.

En especial, nos referimos a la proliferación de *fanfiction* que, parafraseando a Libertad Borda (2008, 2012), consisten en relatos no profesionales basados en ficciones que continúan las tramas originales de los personajes y las situaciones, creando para ellos/as nuevas trayectorias. Pero los/as lectores no solo devienen escritores en la web: el intercambio en línea también permitió la promoción de expresiones como el *fanart* y los *fanvids*, dibujos y videos, respectivamente, hechos por fans en torno a su objeto de devoción. Otra de las expresiones de aquellos primeros tiempos (y que continúa en la actualidad) fue la recreación del mundo mágico de HP a través del *Role Playing Game*, juegos interpretativos-narrativos en los que sus participantes asumen un determinado rol o interpretan un cierto personaje o papel a lo largo de una historia. Visto en retrospectiva, aquellas primeras experiencias pueden haber sentado las bases para la creación, en 2011,

de *Pottermore* (actualmente, *Wizarding World*),⁵ el sitio web oficial de la enorme franquicia desarrollada en torno a esta historia donde los/as usuarios/as pueden no solo acceder a la compra de e-books o de audiolibros sino también pasar por la experiencia de selección de casas (la cual explicaremos más adelante), tomar clases en *Hogwarts* o batirse a duelo, actividades que en muchos casos los/as fans ya desarrollaban en espacios en línea y fuera de línea creados por ellos/as mismos/as.

Los comienzos de un club de fans

En un contexto caracterizado por la proliferación de aquellas experiencias en línea, en el año 2000, un joven argentino que había creado el sitio web *Harry Latino* (HL) y otro español que había hecho lo propio con *ExpresoHogwarts*, se volvieron amigos a partir de su afición por HP y, tras fusionar sus páginas web, dieron lugar a un sitio al que bautizaron como ya se llamaba el sitio del primero. De acuerdo con su presentación en Twitter, red social en la que hoy cuentan con más de 40 mil seguidores/as, HP es «la mayor comunidad fan de Harry Potter de habla hispana». En el marco de sitios como este (y de otros populares en aquel entonces), los/as fans comenzaron a intercambiar pareceres sobre los libros y las recientes películas, debatiendo en foros o por MSN,⁶ a través de sus computadoras con Internet por pulso telefónico o en *cybers* donde podían disfrutar de la novedad de ese momento: la banda ancha. De estos espacios participaban jóvenes de distintos puntos de América Latina y de otros países de habla hispana que, como Andrés y Pablo, el argentino y el español creadores de HL, se encontraban físicamente muy alejados.

Con el tiempo, sin embargo, algunos/as jóvenes comenzaron a notar que no eran los/as únicos/as de su país o de su ciudad interesados/as en las aventuras del joven mago y fue así como, a partir de estos intercambios en línea, empezaron a organizarse para encontrarse de manera presencial. Desde experiencias en red compartidas –como la de Andrés y sus amigos/as en HL– o a partir de reducidos encuentros presenciales donde se gestaron lazos de amistad, varios/as jóvenes empezaron a nuclearse en lo que finalmente daría lugar al CHP, comunidad que con los años se caracterizaría por sus actividades cara-a-cara.

En aquellos inicios, por ejemplo, confluyó un grupo de fans que participaba de HL y que iban desde la ciudad de La Plata donde, desde finales de la década de 1990, participaban del club de lectores «El Aquelarre», un espacio que surgió como

iniciativa de una librería para incentivar y para promover la venta de los libros, y que luego comenzó a ser coordinado y dirigido por los/as propios/as lectores/as.⁷ Con experiencias de organización y de dirección de juegos y de actividades como las de «El Aquelarre», y con las lógicas que los/as fans traían consigo de sus encuentros en línea, fue tomando forma la conformación del CHP, que se vio robustecida al gozar del reconocimiento de los/as lectores/as y de actores de la industria del libro y el entretenimiento que comenzaron a tener en cuenta a estos/as jóvenes para la promoción y para la salida de los libros y las películas.

Como hemos desarrollado, los inicios de este *fandom* han estado íntimamente ligados a un contexto de expansión y de masificación de las tecnologías digitales. Esto permitió que los/as lectores/as tomaran un rol muy fuerte y activo en la conformación de su propio universo mediante la participación en foros, en debates, y la creación de grupos de MSN, *fotologs* e incluso páginas web. Los orígenes del CHP, en 2005, se sitúan en este particular contexto. Posteriormente, y como veremos en el siguiente apartado, la trayectoria del CHP no ha sido lineal y los sentidos otorgados al club han ido cambiando para sus miembros al ritmo del propio avance de la historia. Si el primer momento del *fandom*, en general, y del CHP, en particular, se caracterizaron por sus actividades en línea los años siguientes quedarán marcados en la memoria colectiva de quienes fueron y son parte de este universo por los encuentros cara-a-cara.

Vivir la magia cara-a-cara: los encuentros del CHP

Si algo caracteriza al CHP son sus encuentros presenciales: el vincularse con otros/as fans en ámbitos físicos y llevar a cabo prácticas en conjunto fue, precisamente, lo que motivó el nacimiento del espacio. Aunque el club surgió a través de contactos establecidos en redes, desde un principio, la premisa de llevar esos vínculos al cara-a-cara fue central. En sus inicios, el grupo era muy reducido y realizaba, principalmente, actividades en torno a hechos relevantes para el *fandom* como la publicación del próximo libro o el estreno de la próxima película. Si bien en los últimos años volvieron a estrenarse películas y a editarse libros, en la actualidad las actividades del CHP se enfocan en «mantener vivo» el mundo de HP y en ampliar la comunidad. Más allá de estos cambios, desde siempre, la propuesta se basó en

llevar a cabo reuniones de fans en distintas locaciones de CABA. En ellas, coinciden momentos de recreación con momentos en los que los/as fans se vinculan con la saga de otras maneras, mediante debates, trivias, relecturas, etcétera.

Ahora bien, esto no significa que Internet y las tecnologías digitales no continúen teniendo un rol fundamental en las relaciones y en las prácticas del grupo. De hecho, el *staff* directivo –y también el resto de los miembros– constantemente se vale de las redes para comunicarse, para promocionar eventos presenciales y para compartir todo tipo de información asociada a la saga. En la actualidad, la gran mayoría de los/as fans tiene acceso diario a Internet, que forma parte de su cotidianidad en diversos aspectos. La virtualidad se entrelaza con su día a día fuera de línea, y difícilmente esto se limite al CHP: todos/as habitamos y nos relacionamos en y a través de las redes tanto como en el mundo «físico». Internet ha pasado a constituirse en parte casi obligada de los objetos de estudio contemporáneos de cualquier investigador/a social, en tanto rasgo propio de la sociedad y los tiempos en que vivimos (Di Prospero, 2017).

De este modo, aunque el CHP se caracteriza por reuniones y por eventos que implican encontrarse presencialmente con otros/as fans, la virtualidad ha sido una dimensión clave para su configuración, su expansión y sus relaciones. Es decir que este club –y las comunidades de fans, en general– han expandido sus contactos cara-a-cara a través de las nuevas formas que permite la tecnología, lo cual no solo implica la aparición de nuevos medios de comunicación para los *fandoms*, sino también una modificación irremisible de sus identificaciones, sus prácticas y sus vínculos (Jenkins, 2008; Borda, 2015). De este modo, en el CHP se entrelazan prácticas similares a las del «mundo de fin de semana», descritas por Jenkins (1992), con otras formas de relacionarse –entre sí y con HP– habilitadas por las tecnologías digitales: en la actualidad, los/as fans tienen contactos más permanentes con otros/as fans y en estos nuevos espacios se exagera la mezcla entre integrantes con distintos «grados de adhesión y de compromiso» (Borda, 2015, p. 8).

Entonces, ¿cómo se organizan el grupo y sus reuniones? ¿Cuáles son las lógicas de participación en las mismas? ¿De qué manera se entrelaza el «hacer» en línea con el fuera de línea? El CHP se estructura de la misma forma que lo hace el colegio *Hogwarts* en las novelas: los/as miembros se dividen en las cuatro «casas»⁸ y los/as encargados/as de organizar las actividades, de mantener el orden y de sostener

el grupo –el autodenominado *staff*– responden a las categorías de «jefes/as» y «prefectos/as».⁹ Entre los/as participantes de las reuniones y los eventos del club, se cuentan tanto miembros que asisten casi siempre, y desde hace años, como personas que concurren en forma más esporádica.

En cuanto a las reuniones, se distinguen dos tipos: los eventos generales y las reuniones de las «casas». Los primeros son abiertos al público y se realizan en centros culturales o al aire libre. Se organizan varios por año y usualmente coinciden con fechas que por su temática son importantes para la saga: «Inicio de clases», cerca del 1 de septiembre (cuando comienzan las clases en el colegio de magia inglés); la ya mencionada «Batalla de Hogwarts», cerca del 2 de mayo; «Halloween», el 31 de octubre, entre otras; así como eventos sin fechas en particular, como torneos de *Quidditch*¹⁰ o el «Torneo de los Tres Magos»,¹¹ entre otros. El CHP no tiene fines de lucro: el dinero recaudado con las entradas y en el stand de venta, gestionado por el *staff*, se utiliza para cubrir los costos y se reinvierte en futuros eventos.

Estas reuniones generales se dan en el marco de la recreación de un «año escolar en Hogwarts», durante el cual los/as integrantes de las «casas» ganan puntos en las diferentes actividades. A fin de año, en el último evento, la «Gala de Navidad», se entrega la «Copa de las casas». Los eventos se caracterizan por la ambientación mágica del espacio: quien ingresa a una de estas reuniones se ve automáticamente transportado a *Hogwarts* (o al Ministerio de Magia¹² o hasta a *Ilvermorny*¹³) a través de la decoración temática y la vestimenta del *staff* y de algunos/as asistentes. Mientras que los lugares de encuentro son adornados con los colores de las cuatro «casas» y con otros elementos asociados a la saga, el *staff* suele ataviarse con sus túnicas y representar ese papel, e incluso, en algunos casos, encarnando a otros personajes (fantasma, mortífago/a, profesor/a, etc.).

Las reuniones siempre inician de la misma manera: con la «Ceremonia de selección» de los/as nuevos/as miembros, ritual durante el cual estos/as deben situarse bajo el «Sombrero Seleccionador» para ser ubicados en la «casa» a la que pertenecen. Luego de esto, el *staff* guía al resto de los/as participantes a través de la serie de actividades pautadas para la reunión, las cuales siempre se vinculan con la temática del evento. Así, los/as fans se adentran en la narrativa que tanto aman a través de juegos temáticos, de «clases» y de todo tipo de actividades recreativas. En ellas, el *staff* busca hacer sentir a los/as fans que realmente están en el mundo mágico.

Si bien se llevan a cabo otro tipo de prácticas (como el debate sobre libros, los concursos de trivias o hasta «salas de escape»), el ambiente mágico nunca se abandona, y es esencial para comprender estos eventos.

Asimismo, también se ponen en juego temáticas y debates históricos, coyunturales y hasta filosóficos que no siempre se vinculan tan estrechamente con la saga. De este modo, HP actúa como disparador para que los/as fans discutan problemáticas actuales y coyunturales (racismo, feminismo, etc.), asuntos de moral (el bien, el mal) o cuestiones vinculadas con aspectos de sus vidas, a partir del universo simbólico que les provee la saga y que ellos/as contribuyen a construir. Como explica Jindra (1994), las prácticas de los/as fans construyen y suman al universo de su *fandom*, al tiempo que lo conectan con el presente.

Discusiones similares a estas últimas se desarrollan también en las reuniones de las «casas». Una de las autoras tuvo la oportunidad de asistir a las reuniones de la casa de *Ravenclaw*, las cuales suelen realizarse al aire libre o en locales de comida (como Starbucks o McDonalds) en distintos barrios de CABA. En algunos casos, también se han realizado en los hogares de distintos/as miembros de la «casa». Durante las reuniones de *Ravenclaw*, se llevan a cabo tanto actividades programadas como conversaciones más espontáneas. Entre las primeras se encuentran aquellas vinculadas a la preparación para distintas instancias de la «Copa de las casas», así como otros juegos organizados por las jefas en torno a la saga. En tanto, las conversaciones que surgen entre los/as fans en estos espacios frecuentemente se relacionan con otros aspectos de sus vidas, aunque HP permanece presente a través de todo tipo de referencias, como un «hilo conductor» que une a los/as miembros de la «casa». Es relevante destacar que para participar de estas reuniones es necesario haber asistido, al menos una vez, a un evento general del CHP y haber sido seleccionado/a para una «casa». Esto nos muestra, una vez más, que el foco del club está en las relaciones presenciales, en el conocerse con otros/as fans cara-a-cara y en construir otro tipo de vínculos.

Sin embargo, como dijimos, a lo largo del año el CHP se mantiene en contacto con sus miembros –actuales y potenciales– a través de sus redes: Facebook, Instagram y Twitter. En ellas, se conserva la magia de la saga: desde referirse a los/as fans como «magos y brujas», hasta listar elementos como escobas, trasladores y «polvos flu»¹⁴ como formas de llegar a los lugares de encuentro. De este modo, a través

de los medios digitales también se sostiene la importancia de la recreación, la voluntad de crear un ambiente mágico para los/as fans y de vivir «en carne propia» la saga del joven mago. En las redes también se comparten noticias relacionadas con la obra, su autora, los actores de las películas, etc. Del mismo modo, en los espacios propios de cada «casa» (Instagram y grupos privados de Facebook y de WhatsApp) se coordinan las próximas reuniones y los/as fans se mantienen en contacto de manera casi diaria, conversando tanto en torno a temáticas asociadas a HP, como a cuestiones más personales, tal como sucede en los encuentros presenciales. Sin embargo, aun estando conectados/as casi todos los días, aquellos/as miembros que están presentes en los grupos *en línea* pero que se perdieron alguna reunión suelen hacer referencia a que extrañan a los/as demás; lo que da cuenta, nuevamente, de la importancia de las relaciones cara-a-cara para los/as integrantes del CHP.

Así, más allá de los intercambios que se dan en estos espacios en línea, y de la importancia de abordarlos a través de la etnografía digital, el fin último del CHP es coincidir en ámbitos fuera de línea, conocerse, vincularse y «hacer» con otros/as fans más allá de la virtualidad. Es decir que las redes y los ámbitos en línea se constituyen como un medio y un espacio a través de los cuales mantenerse en contacto con otros/as fans y promover las actividades del CHP; como un puente para mantenerse conectados/as hasta poder concertar un próximo encuentro. Esto nos dio la primera pauta para comenzar a pensar este trabajo: ¿cómo podía «mantenerse vivo» el CHP en un contexto de ASPO que se extendía de forma indefinida? ¿Cómo se reinventó el club de fans? ¿Qué lugar tuvieron los medios digitales en este proceso?

Ser parte de un *fandom* en tiempos de aislamiento

Como señalamos en la introducción, el avance del COVID-19 forzó a casi todos los países del mundo a tomar medidas frente a la propagación de este virus desconocido. En la Argentina, desde inicios del mes de marzo y de forma gradual, el gobierno nacional fue suspendiendo actividades (en principio, aquellas de carácter masivo; más adelante, eventos deportivos; luego, las clases en todos los niveles educativos) y recomendando tomar medidas de distanciamiento social hasta que, finalmente, la noche del 19 de marzo el presidente Alberto Fernández anunció una

«cuarentena total» como medida de prevención en todo el territorio argentino. La cuarentena, oficialmente ASPO, que comenzó como una medida por diez días, se fue extendiendo a lo largo de varios meses, con alcances y con restricciones diferentes en cada jurisdicción de acuerdo con la cantidad diaria de contagios. Al momento de cerrar este artículo en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA),¹⁵ que es el territorio físico donde se centran la mayoría de las actividades desarrolladas por el *fandom* de HP, llevamos más de seis meses de ASPO.

Antes de profundizar en las implicancias de esta medida para el *fandom*, en general, y para el CHP, en particular, vale la pena señalar que desde el comienzo del ASPO los canales de televisión de películas no han dejado de transmitir «maratones» de HP. En las redes sociales, esto se reflejó en posteos, en historias y en mensajes en los que los/as usuarios/as compartían con amigos/as y con seguidores/as que estaban viendo tal o cual película de la saga. Asimismo, en la Argentina, pese a que las librerías se mantuvieron por varios meses cerradas al público, cinco de los siete libros de HP figuran entre los más vendidos desde el comienzo del ASPO. Esto sucede en el marco de una caída generalizada de la producción de libros, de acuerdo con un informe publicado por la Cámara Argentina del Libro (2020), en el que se evidencia, además, una notable disminución de novedades editoriales en los primeros meses de ASPO. En Inglaterra, la cuna de esta historia, las ventas de HP subieron 30% y escalaron en todos los ranking de librerías y sitios en línea de venta de libros en un contexto de distanciamiento y de aislamiento social similar al dispuesto en nuestro país. Que las ventas de HP, pese a todo, se hayan mantenido estables en este escenario habla a las claras de la vigencia de esta historia y del carácter casi clásico que el libro ya tiene para sus lectores/as.

Por su parte, a comienzos del mes de abril, J. K. Rowling lanzó una sección dentro del sitio *Wizarding World*, titulada «Harry Potter at home», que ofrece materiales inéditos sobre el mundo mágico y actividades relacionadas con la saga que incluyen juegos, concursos, videos y trivias. Tal vez lo más novedoso y convocante dentro de esta experiencia en línea sea la lectura de capítulos del primero de los libros de HP por parte de actores del elenco de las películas (tanto de la saga original como de «Animales fantásticos»). Así, Daniel Radcliffe (el mismísimo Harry Potter), Eddie Redmayne (Newt Scamander, protagonista de la precuela de la historia), Jason Isaacs, Tom Felton y Helen McCrory (la familia Malfoy en su conjunto)

y otros/as reconocidos/as actrices y actores participaron de la iniciativa de crear un «videolibro» colectivo. Más adelante, la propuesta se abrió a la colaboración de otras figuras del mundo del espectáculo no vinculadas con este mundo mágico (como, por ejemplo, Whoopie Goldberg o David Beckham) e, inclusive, a familias de *fans* como los Patel, Gaffney y Mckenna que leyeron el capítulo 17 del libro.


Estas experiencias de lectura colectiva no se agotaron en una propuesta «oficial»; iniciativas de este tipo también proliferaron entre los/as propios/as fans. Por ejemplo, HL, que a diferencia del CHP con los años se caracterizó especialmente por sus propuesta en línea y que en el marco del ASPO sacó ventaja de aquella trayectoria, lanzó una propuesta de lectura colectiva de los libros a finales del mes de marzo (inclusive antes que *Wizarding World*). La iniciativa, aún vigente, se acompaña con el envío de una «lechuza»¹⁶ que llega semanalmente en forma de correo electrónico con un resumen de la trama, un cronograma sugerido de avance en la lectura y una invitación para sumarse a debates a través del canal de Youtube de HL los sábados, al finalizar cada libro. Penguin Random House Argentina y México, uno de «los grandes» del mundo editorial, que desde 2019 –con la compra de Salamandra, la editorial que históricamente publicó los libros de HP en español– posee los derechos de la saga, acompañó la iniciativa. Con el *hashtag* #LeyendoconHL lectores/as de diversas latitudes compartieron en sus redes esta experiencia.

Las transformaciones de una comunidad

Ahora bien, para el CHP, que hizo de los encuentros cara-a-cara su sello distintivo desde (casi) sus inicios, los desafíos de este novedoso escenario fueron algo más complejos. ¿Cómo sobrevivió el CHP? ¿Cómo se sostuvo sin la posibilidad de las reuniones presenciales? En un primer momento, cuando se creía que la medida de ASPO sería breve, el *staff* del CHP que se estaba preparando para la organización de la «Batalla de Hogwarts», casi dos meses más adelante, decidió ponerla en pausa sin pensar un medio para «reemplazarla». De todas maneras, mientras se preveía aplazar algunas semanas la conmemoración de mayo, el *staff* continuó realizando un trabajo similar al que venía haciendo a través de sus redes: compartir noticias, recuerdos, escenas, partes de los libros, entre otras cosas, para incentivar la participación del resto de los miembros.

Sin embargo, en tanto las semanas transcurrían y se hacía evidente que el ASPO se impondría como una medida de mayor e incierta duración, las jefas y prefectos/as consideraron necesario empezar a repensar cuál sería el rol del CHP en este nuevo escenario. Los hashtags #EnCasa o #CuarentenaCHP, otras referencias al ASPO y palabras de «aguante» empezaron a aparecer en los posteos de Instagram, de Facebook y de Twitter. Algunas de ellas fueron propuestas más lúdicas, como las siguientes publicaciones de Instagram del mes de abril: «¿Con que grupo pasarían la cuarentena y por qué?», «Se extiende la cuarentena y nos seguimos quedando en casa, así que les trajimos un juego: ¿Cómo pasarías la cuarentena en el mundo mágico? ¡Dejanos tu respuesta en los comentarios!». Otras, en cambio, apuntaban tanto a contenerse como a ayudarse entre sí, teniendo en cuenta las dificultades económicas que muchos/as atraviesan en este contexto.

El 9 de mayo, por ejemplo, el *staff* publicó en Instagram una foto del *callejón Diagon* en el parque de diversiones de Orlando, con la siguiente descripción:



Hoy les traemos una propuesta muy especial. Como todos sabemos, el callejón Diagon es una zona comercial mágica ubicada en Londres, Inglaterra, detrás de un pub llamado «El caldero chorreante». Dentro del callejón hay una variedad de restaurantes, tiendas y otros lugares de interés. Todo lo que los magos necesitan se puede comprar en el callejón Diagon.

-
Nosotros te proponemos armar nuestro propio callejón dentro de nuestra comunidad y que nos cuentes en las historias cuál es tu emprendimiento potterhead. ¡Esta cuarentena nos ayudamos entre todos! ([@chpargentina](#), 09/05/2020).

Al mismo tiempo, a través de las historias de Instagram, proliferaron propuestas como trivias y todo tipo de actividades interactivas. Se organizaron «clases», al igual que en los eventos presenciales, así como una serie de «vivos» en los que, bajo el título «CHP en casa», distintos miembros del *staff* entrevistaron a integrantes con antiguas e interesantes trayectorias dentro del club.

Lo mismo sucedió al interior de cada «casa»: encuentros por Zoom o Netflix Parties en las que mirar las películas en conjunto, jugar y conversar en torno a temáticas de la saga, pero también de la propia cotidianidad en aislamiento. También las

reuniones «intercasas» (que habían comenzado a realizarse de manera presencial desde 2019) hicieron su aparición a través de distintas plataformas de videollamadas como Zoom, GoogleMeet o Hangouts. Se trata de encuentros pautados entre los miembros de dos casas diferentes, en los que se llevan a cabo juegos y actividades organizadas por las jefas y prefectos/as para que todos/as se conozcan entre sí y establezcan vínculos más cercanos.

Más allá de estos encuentros, el CHP se hizo presente a través de los grupos de WhatsApp de las casas. A lo largo del año, la participación y la actividad en cada grupo varía, pero desde el inicio del ASPO, las jefas y los/as prefectos/as de *Ravenclaw*, por ejemplo, buscan sostener el contacto recordando que están allí si alguien los/as necesita y preguntando cómo se encuentran todos/as. A su vez, tanto ellos/as como los/as fans hacen uso de este espacio para compartir noticias, *podcasts* y actividades relacionadas con el mundo de HP, así como para conversar –tal y como en las reuniones presenciales de casas– sobre otros aspectos de sus vidas. Tampoco faltan los saludos de cumpleaños, los recuerdos de reuniones pasadas y, sobre todo, las lluvias de «¡xs extraño!!» en el chat. De esta forma, las charlas mediante el WhatsApp del grupo se convirtieron en un modo de mantenerse conectados/as y, sobre todo, contenidos/as.

Además de estos contactos y de las propuestas web mencionadas, el *staff* decidió llevar su reinención digital un paso más allá: para el cumpleaños número cuarenta de Harry organizó el primer evento en línea del CHP. Este fue gratuito y con inscripción previa; desde el *staff* difundieron (primero, entre las casas, y, luego, para el público en general) un formulario de Google para completar, ya que los cupos eran reducidos. Un minuto antes del horario de la reunión virtual, llegó un correo a las casillas de e-mail de los/as participantes en el que se les asignaba un equipo y un determinado orden de actividades, junto con cinco enlaces: uno llevaba a una reunión de GoogleMeet que era el «Gran Salón» del evento, los otros cuatro llevaban a diferentes actividades. El encuentro comenzó puntualmente en la sala común, en la que se hicieron presentes alrededor de 30 personas de las 50 que se habían inscripto. Luego de recibir a los/as participantes, se les avisaba a qué horario debían entrar a las reuniones de GoogleMeet de las otras actividades. Al finalizarlas, se regresaba al espacio común, tiempo durante el cual los/as fans aprovechaban –siguiendo las directivas del *staff*– para ir al baño, prepararse algo de comer o descansar un poco. Las actividades eran dirigidas también por las jefas

y los/as prefectos/as de las casas, y todas se vinculaban de un modo u otro con HP: adivinar el personaje haciendo preguntas, dibujar una escena, reconocer un tema de la banda sonora de las películas o listar la mayor cantidad de palabras de una categoría determinada fueron los juegos por los que cada equipo pasó a lo largo del encuentro. La magia de la saga también estuvo presente en la vestimenta del *staff* (cuyos miembros estaban ataviados/as con gorros de cumpleaños y todo tipo de accesorios) e, incluso, de algunos participantes que se hicieron presentes con sus *cosplays*. Además de realizar las actividades, los/as fans aprovecharon los distintos espacios para conversar y ponerse al día.

La planificación y la organización de estas nuevas prácticas constituyeron un desafío para los miembros del *staff*, que debían crear contenido sin saber hasta cuándo y recurriendo a las tecnologías digitales, ya no como complemento de los encuentros presenciales sino como único medio para comunicarse con los/as demás fans. Esto implicó pensar en estrategias diferentes. A comienzos del ASPO, en una entrevista realizada por las autoras, Belén (una de las jefas de *Ravenclaw*) contaba:

Creo que esto de las redes, la cuarentena y el trabajo que tenemos que hacer mediante redes nos lleva a pensar un montón de cosas más. Porque, bueno, ¿hasta qué punto podemos tener otro tipo de alcance?, ¿cómo llegar de forma diferente?, ¿cómo llegar a un público mucho más masivo? Porque nuestras reuniones, por lo general, son de 60/80 personas, de las cuales hay 40/50 que ya se conocen. Es completamente diferente (Comunicación personal, 23/06/2020).

17

En los eventos físicos, conocerse cara-a-cara en un espacio que, además, no es tan masivo, posibilita otro tipo de vínculos, más personales. Las redes, en cambio, tienen un alcance muchísimo mayor, así como la «comodidad» de poder participar sin salir de casa y con un mayor «anonimato». Frente a esto, el *staff* debió generar propuestas (como las descritas anteriormente) que permitieran y que fomentaran la participación de muchas más personas, lo que implicó que aumentara su exposición:

En general, el CHP no tiene cara hasta que no los conocés en la reunión sino que por redes es bastante anónimo todo porque sentimos que poner nuestras caras es como dar una entidad más personalizada, cuando el CHP somos

todos. Entonces, quizás no nos gusta tanto mostrarnos de forma individual sino tratar de hacerlo todo más unificado. Que no haya alguien de una casa hablando, ni nada, sino que la gente se imagine que es el CHP también... (Belén, comunicación personal, 23/06/2020).

De este modo, mientras que el «público» de los eventos y las actividades virtuales era más masivo y anónimo que en la presencialidad, el *staff*, en cambio, debió mostrarse individualmente y buscar nuevas maneras de presentar al CHP como comunidad.

También debieron repensarse las lógicas de adhesión y de bienvenida de los/as nuevos miembros: si la consigna para pasar a formar parte del CHP y, sobre todo, de una casa, era haber participado de al menos un evento general del club, ¿cómo podían integrarse al club nuevos/as fans? La decisión del *staff* fue que aquellas/os que participaran de los «vivos» y los eventos en línea pudieran unirse, luego, cada una/o a su casa. Sin embargo, surgió la pregunta: ¿y qué hacemos con los/as nuevos/as integrantes? La duda residía en si invitarlos/as a los grupos de WhatsApp de las casas (percibidos como un espacio más privado), o si crear –por ahora– un grupo distinto, hasta poder conocerlos/as personalmente. Una vez más, se revela la importancia que reviste la presencialidad para la construcción de lazos en este club de fans. El interrogante fue llevado a los grupos de las casas; en *Ravenclaw*, la decisión fue sumar a los/as nuevos/as integrantes, pero generar formas para conocerlos/as, por ejemplo, mediante el diseño de una serie de preguntas para que se presenten o de la realización de algún tipo de juego al momento del ingreso.

Además de los desafíos relacionados con el contenido y con el formato de las actividades, y con la inclusión de nuevos/as miembros, Internet y las tecnologías digitales implican problemáticas más técnicas: las exigencias en cuanto a los tiempos para diseñar y para llevar a cabo las propuestas, así como los medios para hacerlo, son totalmente distintas a los requerimientos de las reuniones cara-a-cara, a las cuales el *staff* estaba habituado.

Estamos tratando de hacer eso, reacomodándonos, porque también tener un trabajo en redes mucho más fuerte requiere mucho más tiempo. Y eso, también, porque estamos todos trabajando y estudiando; entonces, capaz que decimos: «Uy, sí, hagamos esto», y después cuesta llevarlo a cabo porque capaz ese día o no tenés internet o se te cortó la luz. Yo estuve dos semanas

sin Internet, entonces, es como que no pude hacer nada porque tenía datos nada más. Cualquier cosa que se me ocurría no se podía llevar a cabo porque se interrumpía, y cuando no tenés Internet en estos contextos se te interrumpe toda la vida cotidiana. Por esas cosas es que también costó un montón organizarnos (Belén, comunicación personal, 23/06/2020).

Tal como afirma Belén: en este contexto de virtualidad obligada, no contar con los medios para comunicarse y para mantenerse conectados/as impide continuar con la cotidianidad e implica un verdadero aislamiento. En este punto, y aunque no profundizaremos sobre ello, resulta necesario señalar que así como las tecnologías digitales «acercan», al posibilitar la comunicación diaria y el estar en contacto aun en una situación como la actual, también profundizan desigualdades estructurales, al ampliar las brechas sociales entre quienes más y menos tienen (Reygadas, 2008). Las medidas adoptadas por los distintos Estados frente a la pandemia del COVID-19, y la indiscutible centralidad que han adquirido las prácticas en línea en el último tiempo, han puesto en evidencia la vigencia de la preocupación por la agudización de desigualdades previamente existentes y su vinculación con el acceso y la apropiación de tecnologías digitales.

Recapitulando, a través de todas estas nuevas actividades en línea, el *staff* intenta, por un lado, sostener el vínculo con los miembros del CHP, realizando para ello un esfuerzo «extra», ya que si bien las relaciones dentro del club se mantenían diariamente desde lo digital eran reforzadas y construidas a través de las prácticas cara-a-cara. Por otro, las jefas y los/as prefectos/as buscan contener al resto de los/as fans en este contexto de aislamiento. Al fomentar su participación activa a través de las distintas plataformas web, muestran un CHP más presente que nunca, un espacio en el que conectar con otros/as, en el que sentirse acompañados/as. Esa contención, además, no se limitó al ASPO y al COVID-19 sino que se extendió a otros conflictos, tanto internos como externos al universo HP.

¿Qué es en la actualidad el CHP?

A comienzos del mes de junio, J. K. Rowling publicó un tuit en su cuenta personal que desató una enorme controversia entre sus lectores/as. En la publicación compartía una nota titulada «[Creando un mundo más equitativo para las personas](#)

que menstruan post COVID-19»¹⁷ y la acompañaba con un irónico y crítico comentario en el que señalaba que «las personas que menstrúan solían tener un nombre», en alusión a las mujeres (@jk_rowling, 06/06/2020). Aquel posteo no pasó inadvertido para sus más de 14 millones de seguidores/as y, pese a haber obtenido casi 100 mil «me gusta», la gran mayoría de sus lectoras/es se sintió herida/o por lo que entendieron fue un posicionamiento discriminatorio y transfóbico. Más aún, un par de horas más tarde la polémica se reavivó porque Rowling redobló la apuesta con más tuits en los que reafirmaba su postura, luego de las primeras críticas recibidas. Cabe aclarar que no es la primera vez que la autora de la saga hace público en sus redes un posicionamiento considerado transfóbico por muchos/as de sus fans y por gran parte del movimiento feminista.¹⁸

Para los/as miembros del CHP, el *Rowlingate* (como comenzaron a llamarlo en redes los/as fans) no fue un incidente pasajero y, además, tuvo lugar en un momento muy sensible y álgido en materia de discusión política. A finales de mayo, apenas unos días antes del comentario de Rowling en Twitter, George Floyd era asfixiado y asesinado por las fuerzas policiales en la ciudad de Minneapolis, Estados Unidos. La filmación que retrata la brutal muerte de Floyd, un afrodescendiente, en manos de un policía blanco recorrió el mundo entero. Pese a las medidas de aislamiento, una gran cantidad de manifestantes se expresó en las calles de distintas ciudades de EE.UU. bajo la consigna *Black Lives Matter* («Las vidas negras importan»). Pero no solo ello, el movimiento continuó y se multiplicó en redes sociales con enormes repercusiones en todo el planeta.

En el marco de aquel contexto, el 3 de junio, los miembros del *staff* compartieron una publicación desde la cuenta de Instagram con el logo del club delante de un fondo negro, con emojis de manos de color alzadas y corazones con colores de la bandera de la diversidad.

Pensábamos abrir el mes de junio con un «Feliz mes del orgullo» pero, dada la situación actual, celebrar se siente incómodo. Así que decidimos tomarnos el tiempo de informarnos y pensar la manera más honesta de comunicarles esto:

-

Desde el CHP Argentina siempre nos mantuvimos al margen de conflictos políticos y/o sociales, porque consideramos que ese no es el contenido que se espera de una página de Harry Potter. Pero más allá de eso, somos una comunidad de fans y como individuos nos vemos afectados por diferentes

realidades económicas, sociales y culturales. Por eso creemos que es necesario tomar una postura.

-

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 LGBTQ+, nos sumamos al movimiento Black Lives Matter («Las vidas negras importan»).

-

El racismo no es exclusivo de Estados Unidos, nuestro país NO es ajeno a estas problemáticas: la discriminación, desigualdad social y violencia que viven las personas racializadas se da en todos lados. 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 (@chpargentina, 03/06/2020).

Como reza el comunicado, esta fue la primera manifestación pública en redes de parte de la comunidad del CHP frente a una controversia política ajena al universo HP.¹⁹ Si bien en el marco de la discusión por la interrupción voluntaria del embarazo en la Argentina, en 2018, muchos/as miembros del CHP hicieron explícita su posición a favor de la aprobación de la ley, se trató de declaraciones personales y no como parte del colectivo del cual forman parte, pese a que la experiencia en el CHP fue central para la conformación de aquellas experiencias de politización (Cuestas, 2018) y que como sostiene la misma Belén «en ese momento nos empezamos a dar cuenta que había algo más, no era solo HP. Nos estaban uniendo los ideales y las convicciones y las mismas luchas».

Así, las primeras semanas de junio fueron días de mucha conmoción para la comunidad. Frente a los dichos de Rowling y tras la emisión del comunicado donde sostienen que «el CHP fue, es y será un lugar seguro para todos y todas», comenzaron a compartir en historias de Instagram las declaraciones de las/os actores de la saga que se manifestaron en contra de la autora. Pero, además de estas proclamas públicas, al interior de los grupos de WhatsApp del *staff* y por casualidad estos han sido meses de contención y de acompañamiento, de tejer redes, de afianzar posturas políticas y de debatir sobre fenómenos ajenos al *fandom* que permiten volver sobre la historia original con una mirada más crítica, más aguda y más adulta.

Consideraciones finales

En este trabajo, nos propusimos abordar los desafíos que atravesó un club de fans de Harry Potter, el Círculo de Lectores de Harry Potter Argentina (CHP) como consecuencia de las medidas de aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) frente a la pandemia de COVID-19. Para ello, recurrimos tanto a información recabada anteriormente, mediante técnicas etnográficas clásicas y digitales, como a nuevos datos obtenidos a través de una metodología etnográfica exclusivamente digital. Como señalamos en la introducción, hacer «trabajo de campo» en un contexto de obligada virtualidad implica un enorme desafío metodológico pero, al mismo tiempo, nos coloca en posición de repensar las propias categorías con las cuales presentar y analizar nuestros campos de indagación, que ahora son completamente en línea.

De la mano de estos replanteos, el presente trabajo permite, también, reflexionar acerca de los alcances y las limitaciones de pensar en términos de lo en línea y fuera de línea. El uso de estos términos, siguiendo a Carolina Di Prospero (2017), nos invita a 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 dos ámbitos. Ahora bien, el actual contexto pone de manifiesto la necesidad de volver a pensar las especificidades de estos términos en un escenario en el que lo fuera de línea parece diluirse frente a la preponderancia de las prácticas «virtuales», al tiempo que se hace más fuerte y presente que nunca en el imaginario de las personas que ansían volver a reencontrarse cara-a-cara.

Respecto del caso en el que hemos anclado nuestras reflexiones, podemos concluir que el CHP asiste a una extraña «vuelta a la virtualidad». El *fandom*, en general, y el club que aquí describimos, en particular, deben su nacimiento a la expansión de las tecnologías digitales: su cuna fue Internet, donde fans de HP de todas partes del planeta comenzaron a relacionarse entre sí, apropiándose del mundo mágico creado por J. K. Rowling y contribuyendo a construirlo. Pero más allá de sus orígenes «virtuales», desde un principio el objetivo del CHP fue que sus miembros se conocieran más allá de las pantallas. Así, el club se caracterizó por sus encuentros cara-a-cara, en los cuales los/as fans podían vivir la «magia» de HP junto con otros/as, y conocerse con esos otros/as, generando fuertes lazos de amistad, así como un sentido de pertenencia al club, además de al *fandom* en general.

Si bien las redes y el «mundo» digital seguían siendo un espacio y un medio a través del cual conectarse con los/as demás, los encuentros presenciales se volvieron el sello característico del CHP. Precisamente por ello, el ASPO representó un desafío para el *staff* del club y para todos sus miembros. Y aunque la «vuelta a la virtualidad» no fue fácil, el CHP ha sabido reinventarse y, tanto a través de sus redes como de otros medios digitales que adquirieron preponderancia en este contexto, renovó la propuesta.

Ahora bien, más allá de esta actualización tecnológica, ¿que implica para el club esta «vuelta a la virtualidad»? Más aún, ¿cuánto hay de «vuelta» en un escenario que en nada se parece al de sus comienzos? ¿Es hoy el CHP un canal de contención y de acompañamiento frente a la angustia y las ansiedades del presente? ¿Es una nueva plataforma de expresión desde la cual posicionarse políticamente frente a distintos conflictos coyunturales? ¿Cuántos de sus «viejos» sentidos permanecen en este contexto? ¿Cuánto hay de novedoso, cuánto continuará en la «nueva normalidad»?

De momento, en medio de este incierto escenario, resulta claro que para los miembros del club su pertenencia a esta comunidad es una forma de estar en contacto con otros/as jóvenes con quienes comparten no solo devoción por una historia literaria sino también lazos de amistad, un sentido de pertenencia colectiva y un deseo de estar juntos/as para no sentirse tan aislados/as. Si en las novelas clásicas de ciencia ficción del siglo XX el futuro se presentaba como un escenario cooptado por el avance de la tecnología en el que las personas se encontraban solas y alejadas; en la actualidad, en aquel proyectado futuro y en el que seguramente sea el contexto más distópico que hayamos vivido (incluso para quienes son parte de una comunidad mágica), las personas hacemos uso de esas tecnologías digitales para permanecer unidas aún en estos tiempos de aislamiento.

Referencias

Aller, R. (2019). Entre lo online y lo offline: relaciones, identificaciones y comunidad en el *fandom* de Harry Potter (Argentina). *Trabajo presentado en las X Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto Gino Germani*. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Aller, R. (2020a). Un reino de fans: identificaciones, apropiaciones y construcciones en el Círculo de lectores de Harry Potter (Argentina). *Cuadernos del Instituto de Antropología y pensamiento Latinoamericano. Series especiales*, 8(1), 1-13. Recuperado de <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/cinapl-se/issue/view/952/showToc>

Aller, R. (2020b). *¿Entre fans y devotos? Prácticas, creencias y simbologías de culto en el fandom de Harry Potter* (Tesis de grado). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Borda, L. (2008). *Fan fiction: entre el desvío y el límite*. En P. Alabarces y M. G. Rodríguez (Comps.), *Resistencias y mediaciones: estudios sobre cultura popular* (pp. 233-257). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Borda, L. (2012). *Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris. El fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas* (Tesis de Doctorado). Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Borda, L. (2015). Fanatismo y redes de reciprocidad. *La Trama de la comunicación*, 19(1), 67-87. Recuperado de <https://rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/4501/Borda.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Cámara Argentina del Libro (2020). Informe de producción 2020. Recuperado de <https://www.camaradellibro.com.ar/index.php/la-camara/noticias/30-noticias-cal/3225-informe-de-produccion-2020>

Corea, C. (2004). Un nuevo estatuto de la lectura: el caso Harry Potter. En C. Corea y I. Lewkociz (2004), *Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas, familias perplejas* (pp.201-211). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Cuestas, P. (2014). *Conociendo el mágico mundo de Harry Potter: sus fans, la relación con la obra y los vínculos que se tejen en el club de lectores* (Trabajo final de grado). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1087/te.1087.pdf>

Cuestas, P. (2016). Entre libros, túnicas y varitas: desbordando el mágico mundo de Harry Potter. *El Toldo de Astier*, 7(12), 48-55. Recuperado de <http://www.eltoldodeastier.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero-12/pdf/LLDCuestas.pdf>.

Cuestas, P. (2018). Potterheads y feministas. Experiencias de politización y militancia de lectoras de Harry Potter al calor del debate por la IVE. *El Toldo de Astier*, 9(17), 44-53. Recuperado de <http://www.eltoldodeastier.fahce.unlp.edu.ar/numeros/numero17/pdf/LLDCuestas.pdf>.

Cuestas, P. (2019). Entre lo popular y lo masivo: prácticas y redes socioculturales de fans de Harry Potter en Argentina. *Question*, 1(63), e169. <https://doi.org/10.24215/16696581e169>

Dandres, C. y Mutuverria, M. (2008). *Jóvenes negociando sentidos. El caso del club de fanáticos de Harry Potter en La Plata* (Trabajo final de grado). Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*. Ciudad de México, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Di Prospero, C. (2017). Antropología de lo digital: construcción del campo etnográfico en co-presencia. *Virtualis*, 7(15), 44-60. Recuperado de <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/219>

Di Prospero, C. y Daza Prado, D. (2019). Etnografía (de lo) digital
Introducción al dossier. *Etnografías Contemporáneas*, 5(9), 66-72.
Recuperado de
[http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/etnocontemp/article
/view/524](http://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/etnocontemp/article/view/524)

García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar
y salir de la modernidad*. Ciudad de México, México: Grijalbo.

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory
Culture*. Nueva York, United States: Routledge.

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

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

Ortiz, R. (2002). Globalización y esfera pública. Entre lo nacional
y lo transnacional. *Signo y Pensamiento*, XX(41), 68-81.

Reygadas, L. (2008). *La apropiación. Destejiendo las redes
de la desigualdad*. Ciudad de México, México: UAM / Anthropos.

Rosas Mantecón, A. (1993). Globalización cultural y antropología.
Alteridades, 3(5), 79-91. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/pdf/747/74745548007.pdf>

Santos-Fraile, S. y Massó Guijarro, E. (2017). Etnografías multisituadas
y transnacionales. *Antropología experimental*, (17), 1-8. Recuperado de
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3751/3053>

Tarantino, P. (2018). *Historia secreta del mundo mágico*.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Numeral.

Winocour, R. (2013). Etnografías multisituadas de la intimidad online y offline. *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, (23), 7-27.

Recuperado de

<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5939863c15fc7.pdf>

Fuentes

Entrevista a Belén, jefa de *Ravenclaw*, realizada por las autoras el 23/06/2020 vía Google Meet.

Círculo de Lectores de Harry Potter (CHP Argentina).

Cuenta oficial de Instagram ([@chpargentina](#)).

Cuenta oficial de Facebook ([@CHPArg](#)).

Cuenta oficial de Twitter ([@ChpArgentina](#)).

Posteo realizado el 19 de diciembre de 2019. Recuperado de

<https://www.instagram.com/p/B6Rs4-GgXd8/>

Posteo realizado el 9 de mayo de 2020. Recuperado de

https://www.instagram.com/p/B_-6RS8gK9y/?utm_source=ig_web_copy_link

Posteo realizado el 3 de junio de 2020. Recuperado de

<https://www.instagram.com/p/CA->

ozpWAcGb/?utm_source=ig_web_copy_link

Harry Latino.

Sitio oficial. Recuperado de <https://www.harrylatino.com/>

Cuenta oficial de Instagram ([@harrylatino_](#)).

Cuenta oficial de Twitter ([@HarryLatino](#)).

FanCon Producciones. Magic Meeting.

Sitio oficial. Recuperado de <https://www.magicmeeting.com.ar/magicvirtual>

Cuenta oficial de Instagram ([@magicmeeting.argentina](#)).

Wizarding World.

Sitio oficial. Recuperado de <https://www.wizardingworld.com>

J. K. Rowling.

Cuenta oficial de Twitter (@jk_rowling).

Posteo realizado el 6 de junio de 2020. Recuperado de

https://twitter.com/jk_rowling/status/1269382518362509313

Notas

1 *Hogwarts* es el colegio de magia y hechicería al que asisten los/as jóvenes magos y brujas británicos/as de la saga. El 2 de mayo los/as *fans* conmemoran la batalla final de los/as protagonistas de las novelas contra el villano de la historia.

2 Término nativo que las/os fans de HP utilizan para autodenominarse.

3 *Star Wars* es una franquicia concebida por George Lucas, actualmente producida y distribuida por The Walt Disney Company. La película que le dio origen fue lanzada en 1977. *El Señor de los Anillos* es una franquicia nacida de la novela de tres partes escrita por J. R. R. Tolkien (publicada entre 1954 y 1955). *Star Trek* es una franquicia creada por Gene Roddenberry, a partir de una primera serie televisiva estrenada en 1966.

4 *Merchandising* es el término con el que las/os fans se refieren a todo producto derivado o vinculado al objeto de su *fandom* (por ejemplo, remeras o tazas con el logo de HP, réplicas oficiales de varitas o túnicas, etc.).

5 En la actualidad, *Wizarding World* («mundo mágico») ha pasado a ser el sitio oficial del mundo mágico, desplazando y ampliando el universo creado en *Pottermore* («más Potter»), al incluir materiales y referencias sobre «animales fantásticos y dónde encontrarlos».

6 MSN Messenger fue un programa de mensajería instantánea creado por Microsoft en 1999 y discontinuado en 2005.

7 Para más información sobre el club de fans «El Aquelarre» de la ciudad de La Plata, sugerimos la lectura de la tesina de grado de Carlos Dandres y Marcos Mutuverria (2018), quienes centran sus reflexiones sobre este *fandom* en este club en particular.

8 En el colegio *Hogwarts*, los/as estudiantes se distribuyen en cuatro «casas» (*Ravenclaw*, *Hufflepuff*, *Slytherin* y *Gryffindor*) de acuerdo con sus personalidades y sus valores, para las cuales ganan y pierden puntos a lo largo del año escolar.

9 En la saga, los/as prefectos/as son estudiantes seleccionados/as de acuerdo a sus méritos que detentan una posición de autoridad sobre los demás y ayudan a los/as profesores/as en el mantenimiento del orden.

10 En el «mundo» de HP, el *Quidditch* es un deporte mágico que se juega sobre escobas voladoras.

11 El «Torneo de los Tres Magos» es una competencia que se lleva a cabo en *Harry Potter y el Cáliz de Fuego* (2000), la cuarta entrega de la saga.

12 El «Ministerio de Magia» es la entidad que gobierna sobre brujos/as y magos/as británicos/as.

13 *Ilvermorny* es el colegio de magia y hechicería norteamericano en el «mundo» de HP, de acuerdo con la película *Animales fantásticos y dónde encontrarlos* (2016) y con el sitio *Wizarding World*.

14 Los tres son medios de transporte mágicos usados por los personajes a lo largo de los libros.

15 El AMBA es la zona urbana común que conforman CABA y los siguientes 40 municipios de la Provincia de Buenos Aires: Almirante Brown, Avellaneda, Berazatagui, Berisso, Brandsen, Campana, Cañuelas, Ensenada, Escobar, Esteban Echeverría, Exaltación de la Cruz, Ezeiza, Florencio Varela, General Las Heras, General Rodríguez, General San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, Lanús, La Plata, Lomas de Zamora, Luján, Marcos Paz, Malvinas Argentinas, Moreno, Merlo, Morón, Pilar, Presidente Perón, Quilmes, San Fernando, San Isidro, San Miguel, San Vicente, Tigre, Tres de Febrero, Vicente López, y Zárate.

16 La propuesta busca recrear la experiencia del mundo mágico. En la historia, los/as estudiantes reciben la carta de invitación para asistir al colegio Hogwarts a través de una lechuza.

17 La traducción es nuestra. El título original del artículo, firmado por Marni Sommer, Virginia Kamowa y Therese Mahon, es «[Opinion: Creating a more equal post-COVID 19 world for people who menstruate](#)» (Devex, 28/05/2020).

18 Sin pretensión de entrar en discusiones que exceden, por mucho, nuestros ámbitos de discusión académica, acompañamos el planteo de quienes sostienen que el posicionamiento de Rowling es parte del movimiento TERF: *Trans-Exclusionary Radical Feminist*. Es decir, que (con bases biologicistas) excluye a las mujeres trans del movimiento feminista al no considerarlas mujeres.

19 Cabe advertir que en diciembre de 2019, frente a anteriores dichos de Rowling en contra de la comunidad trans, el CHP había emitido un comunicado en el que sostenía: «En el CHP nos caracterizamos por ser un espacio donde cualquier fan de Potter puede venir a sentirse como en casa. Todas las personas son bienvenidas y libres de ser quienes son. Apoyamos a toda la comunidad LGBTQIA+ y la lucha por sus derechos» (@chpargentina, 19/12/2019).