



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Entre lo popular y lo masivo: prácticas y redes socioculturales de fans de Harry Potter en Argentina

Paula Cuestas

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e169>

Recibido: 04-02-2019 Aceptado: 17-09-2019

## Entre lo popular y lo masivo: prácticas y redes socioculturales de fans de Harry Potter en Argentina

Between the popular and the massive: practices and sociocultural networks of Harry Potter fans in Argentina

**Paula Cuestas** [paula.cuestas90@gmail.com](mailto:paula.cuestas90@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-3547-9838>

Universidad Nacional de La Plata/ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas  
(Argentina)

### Resumen

Este artículo tiene como objetivo presentar nuevas reflexiones en torno al campo de estudio que la autora abordó en su tesina de grado de la carrera de Licenciatura en Sociología (Cuestas, 2014). En ella, se indagó en torno a los vínculos que se tejen entre las y los



aficionados a la saga Harry Potter nucleados en un club de fans de la ciudad de Buenos Aires, no sólo con el libro en cuestión sino también entre ellos. Lo que con este trabajo me propongo profundizar es como se actualizan y despliegan ciertas experiencias de los lectores y fans de HP, asumiendo que se vinculan a partir de un producto cultural masivo y los modos en que el mismo es puesto en circulación, apropiado, discutido. Se abordará un mundo cultural que no es homogéneo y que se presenta en una instancia de transformación de sus propios horizontes.

**Palabras clave:** Cultura; masivo; popular; aficionados.

### **Abstract**

The aim of this article is to present new reflections on the field of study that the author addressed in her undergraduate dissertation on the Bachelor's degree in Sociology. In it, the links between the Harry Potter fans of the Harry Potter saga, who are members of a fan club in the city of Buenos Aires, were explored, not only with the book in question but also with each other. What I intend to delve into with this work is how certain experiences of HP readers and fans are updated and displayed, assuming that they are linked from a massive cultural product and the ways which it is put into circulation, appropriate, discussed. A cultural world which is not homogeneous and which presents itself as an instance of transformation of its own horizons will be addressed.

**Keywords:** Culture; massive; popular; amateurs.

El primer libro de la saga de *Harry Potter* (HP) hizo su aparición a fines de la década de 1990. Por aquel entonces J. K. Rowling, su autora, seguramente no imaginaba el universo que estaría creando. Con el lanzamiento de los siguientes tomos de la historia y sus consecuentes versiones cinematográficas, el fenómeno en derredor de HP fue creciendo en el mundo entero. Las aventuras del joven mago son popularmente conocidas; independientemente de si se hayan leído o no los libros, o si se hayan visto o no las películas. Prácticamente no hay persona que no sepa quién es Harry o que al ver un niño disfrazado de mago no lo vincule rápidamente con Potter.

No sólo ello, con la emergencia y expansión del fenómeno (que desde 2016 asiste a un fuerte *revival* a partir del lanzamiento de nuevos libros y nuevas películas) han proliferado una gran



cantidad de club de fans. En nuestro país, particularmente en la Ciudad de Buenos Aires, muchos de quienes se reconocen como fans de las aventuras del joven mago se nuclean en el Círculo de Lectores de Harry Potter (CHP). Desde 2012 he asistido a eventos, actividades y encuentros que organizan este grupo de aficionados buscando no solo reproducir lo que encuentran en las páginas del libro sino también creando, a través de un proceso de identificación activa, nuevas prácticas que actualizan, desplazan y reinventan la historia original. La existencia del club de fans donde se encuentran, comparten y contienen su devoción se constituye en un espacio clave, capaz de ser interpretado como un verdadero mundo del arte (Becker, 2008). Con esta noción, Howard Becker, piensa las relaciones sociales que se entablan en torno a las obras y objetos estéticos, y que constituyen redes de trabajo y cooperación (1). Por los objetivos de este artículo y por las características del universo que aquí se estudia, se retoma esta noción, en lugar de adscribir a la idea de “campos” que postula Bourdieu (1990), debido a su inclinación anti-esteticista que busca restituir y otorgar énfasis a las tramas sociales que se cruzan en estos mundos, por sobre el cariz extraordinario y los juicios estético-normativos que pudieran surgir de su análisis y estudio.

Ahora bien, considerar que la masividad de este consumo supone un acceso igualitario al libro y a las prácticas que se despliegan en torno al libro es un poco ingenuo tras tantos años de recorrer y frecuentar estos eventos. Con esto no se propone sostener un enfoque disposicionalista o *bourdeano* buscando correspondencias entre clases y consumos culturales; pero sí resulta preciso detener el análisis y atender a cuestiones de clases, no como mera condición externa al desarrollo de las prácticas de los lectores de HP sino incluso como una dimensión inherente y factor actante de este entramado de relaciones.

En este sentido, lo que con este trabajo me propongo es repensar como se actualizan y despliegan ciertas experiencias de los lectores y fans de HP, asumiendo que se vinculan a partir de un producto cultural masivo y los modos en que el mismo es puesto en circulación, apropiado, discutido. El objetivo es doble: por un lado, tensionar las categorías de “popular” y “masivo” a partir del abordaje de un mundo cultural que no es homogéneo y que se presenta, actualmente, en una instancia de transformación de sus propios horizontes. En segundo lugar, poner de manifiesto los distintos roles que los sujetos asumen dentro de ese mundo contribuyendo a pensar los papeles activos que los lectores/fans/consumidores pueden entablar dentro de su propio grupo y frente a otros actores del campo, como el mercado y la industria editorial.



## Presentando brevemente este mundo

En la ciudad de Buenos Aires desde 2005 se reúnen un grupo de personas, casi en su totalidad jóvenes de entre 12 y 25 años, a recrear y crear historias de la saga escrita por J. K. Rowling a fines de 1990. La iniciativa se originó de parte de estos aficionados que, tras un largo tiempo de compartir espacios en foros y redes virtuales, necesitaban nuevos canales para expresar su fanatismo. Así surgió el CHP, grupo sobre el que se centra esta presentación.

En alguna época sus encuentros solían ser semanales o quincenales llegando a congregarse a casi tres mil personas, con el tiempo se han ido espaciando y las reuniones dejaron de ser tan masivas. Sin embargo, rara vez pasa un San Valentín, una Navidad o una noche de Halloween sin que los fans se den cita entre túnicas, bufandas y varitas. No solo ello, también se encuentran en ocasiones que son especialmente alusivas al universo que siguen: el cumpleaños del protagonista y la escritora de los libros el 31 de julio resulta clave así como los homenajes a los caídos en la batalla de *Hogwarts* (el colegio de Magia y Hechicería al que asiste el protagonista del libro y sus amigos) cada 2 de mayo o el inicio del ciclo escolar el 1 de septiembre.

El club se estructura, al igual que el colegio de Harry, en cuatro grandes casas: *Gryffindor*, *Hufflepuff*, *Ravenclaw* y *Slytherin*. Actualmente, los jefes y prefectos de cada casa conforman el Staff. Este ha sufrido más de un cambio en su década de vida. Para convertirse en miembro del staff se exige un alto grado de compromiso pues se requiere de mucho tiempo y dedicación para poder preparar todos los eventos que realizan. Aquellos jóvenes fanáticos que comienzan a estudiar y/o trabajar encuentran muy difícil poder combinar estas actividades con la pertenencia a los altos cargos del club. Sin embargo, no abandonan del todo el grupo y cuando hay que realizar reuniones para planificar nuevos eventos suelen estar presentes “dando una mano” a sus ex compañeros. Además, sus reemplazantes los siguen manteniendo al corriente de lo que se comenta en las reuniones y de las decisiones que se toman. Las familias también suelen ser un gran apoyo, facilitando a estos jóvenes el traslado de ambientaciones para eventos, la compra de materiales para fiestas e incluso el desembolso de dinero para alguna inversión necesaria para las actividades o juegos que piensan realizar.

CHP no es el único club de fans de HP; de hecho existen otras organizaciones que gestionan y organizan convenciones, no sólo de HP, sino también de anime, cómics, *games*, series y otros fenómenos audiovisuales. Esto hace que en estas jornadas una se cruce con un público muy amplio donde se pierde la especificidad del fenómeno de HP en sí y donde el CHP pareciera



ser sólo uno más entre varios clubes de fans. En estos eventos, la mayoría de los presentes tienden a ser niños acompañados por sus padres. La mayoría de estos pequeños llegan vestidos/disfrazados/maquillados para la ocasión, con túnicas, varitas y sombreros, dando cuenta de cómo el factor visual y estético juega un papel en la conformación de esos fanáticos. Durante algunos años sin la edición de nuevos libros o el lanzamiento de nuevas películas los encuentros de fans habían comenzado a declinar en cantidad de asistentes, sin que esto significara que los fieles aficionados dejaran atrás su fanatismo. Sin embargo, el contexto actual invita a un resurgir del fenómeno. La publicación de un nuevo libro (en julio de 2016) y el lanzamiento de nuevas películas (en noviembre de 2016 se presentó la primera de una saga que promete cinco partes y que tuvo su segunda entrega a fines de 2018) que si bien no se centra particularmente en la trayectoria del protagonista, siguen ampliando el universo *potterista*. Esto viene acompañado de un fuerte proceso de re-ediciones de los libros originales, con nuevas portadas, ilustraciones y la proliferación de merchandising y para-textos vinculados a esa primera historia. Bloomsbury, por ejemplo, lanzó una edición *deluxe* por los veinte años de *HP y la Piedra Filosofal* (2). Por otro lado, con la presentación de la película de *Animales Fantásticos y donde encontrarlos* se agotó el pequeño libro original (que data de 2001) y se publicó una re-edición del mismo en Pottermore (el sitio web creado por la autora) que todavía no cuenta con una versión impresa en español. Esta nueva edición incorpora la presencia de otras seis criaturas mágicas así como un prólogo de Rowling encarnando el rol de Newt Scamander (supuesto autor del libro y protagonista de la versión filmográfica del mismo).

Junto con estos procesos, lo que se vislumbra en cada nuevo evento del Club (y de otras organizaciones que motorizan y promueven este tipo de encuentros, como es el caso de *FanCon* que organiza anualmente el *Magic Meeting* (3) es una presencia cada vez mayor de niños y niñas, muchos de los cuales ni siquiera tienen edad suficiente para haber leído todos los libros de la saga. Los pequeños asisten acompañados por mamás y papás, en muchos casos con primos, hermanos o algún amigo. A veces los adultos simplemente acompañan ese deseo que motorizan los propios niños; en otros casos, se pueden ver mamás y papás fans luciendo llamativos *cosplays* (4) y jugando a la par con sus hijos.

Como se mencionó anteriormente, si bien este universo específico donde los fans se encuentran, producen y dialogan no es quizás un escenario conocido por quienes no pertenecen a él (y en muchos casos puede serlo pero desde una visión que no escapa a una lectura prejuiciosa y estigmatizadora de estas prácticas), lo que también es cierto es que hoy en día Harry Potter es un personaje conocido en casi todo el mundo entero. Ahora bien, ¿A qué responde este fenómeno? ¿Cómo es que, incluso quienes no han leído los libros ni visto los películas, conocen (en líneas generales) de que va la historia? Además, ¿Cómo este



“producto” de alcance universal es apropiado por parte de estos fans, jóvenes, argentinos? El propósito no es brindar respuestas últimas y acabadas a los interrogantes de los cuales emerge esta presentación, pero si asumirlos como horizontes de indagación hacia los cuales movernos. Para hacerlo, en primer lugar es necesario precisar que se entiende por cultura popular y masiva, y de qué modo pensar esas categorías en relación concreta al caso que aquí se intenta estudiar.

### Entre lo popular y lo masivo

En general, cuando se piensa en cultura popular se tiende a `nostalgia` cierta reminiscencia del pasado supuestamente tradicional; mientras que la cultura masiva sería algo así como la representación de las personas atomizadas frente a los televisores. Y en verdad, ninguna de esas dos realidades existe por separado (Esteban, 17/05/2017).

Esto decía Pablo Semán en una nota a *Página/12* a comienzos de 2017. La cita permite entrever que cuando hablamos de “cultura popular” y “cultura masiva” no es extraño encontrar posiciones dicotómicas que tienden a pensar una y otra categoría como universos paralelos y estancos.

Tulio Hernández repasa, de manera crítica, las distintas acepciones del término “popular”, desde aquellas que tiñen las lecturas del “sentido común” hasta los paradigmas teóricos que imperan en Latinoamérica. Más allá de ciertas divergencias, en líneas generales, es posible pensar lo popular vinculado al gusto (o a los gustos) de las mayorías, del común del pueblo. Un pueblo que pareciera contener lo “nativo”, lo “autóctono”, lo “gauchesco”, lo “folklórico” (de acuerdo con la línea predominante). En muchas ocasiones, estas visiones contienen una fuerte impronta romancista que lleva a obturar los conflictos que subyacen y dan forma a estas “culturales populares”. Sin embargo, también sucede que cuando se focaliza en el otro extremo, atendiendo particularmente a las condiciones de fuerza imperantes en la definición de lo “popular”, corremos el riesgo de pensar estos consumos y estas prácticas únicamente desde una nueva dicotomía esencialista que distingue entre culturas dominantes y dominadas. Lo popular sería, en este esquema, lo que conforma y define el imaginario social y estético de las mayorías dominadas (1987: 67).

Pero, incluso si aceptamos estas formulaciones esencialistas, ¿qué es lo que queda en las complejas sociedades contemporáneas de esos supuestos reductos culturales subalternos,



dominados y, a veces, considerados contra-hegemónicos? Pablo Alabarces (2002) también teoriza al respecto y señala las dificultades de pensar contemporáneamente en términos de “lo popular”. Aún para este autor que durante la mayor parte de su producción académica se dedicó a pensar sobre esta categoría en nuestras latitudes, a partir del abordaje del fútbol en tanto fenómeno de masas, la noción de “lo popular” reviste una complejidad difícil de aprehender. Alabarces señala que no es posible pensarlo si no lo hacemos en relación con lo “no popular”. Esto es: si no lo pensamos en tanto categoría relacional, conjetural, condenada al cambio. Por ello es que establece nueve proposiciones en torno a lo popular que le permiten concluir en la necesidad de revolver un valor al significante “popular”, que no sea el que le imprime el investigador desde afuera y que no caiga en acepciones puristas en torno a la idea de la cultura de un pueblo (otra noción que el autor llama a problematizar y tensionar).

Señaladas estas particularidades nos queda pensar que es lo que se entiende y se asume como “lo masivo” y cuál es su relación con “lo popular”. En *De los medios a las mediaciones* (1987), Jesús Martín-Barbero, da cuenta de la variabilidad de estos conceptos en distintos momentos históricos. Generalmente, las visiones sobre “lo masivo” nos remiten a las “teorías de la recepción” para abordar los fenómenos culturales donde las prácticas de las mayorías son claramente deslegitimadas y confinadas a un rol pasivo.

Para el caso de los fans de HP, pensarlos en términos de consumidores sin capacidad de agencia o con una agencia direccionada únicamente por y desde la industria editorial, es un planteo demasiado simplista, que no contempla la complejidad que habilita la lectura, en tanto práctica sociocultural, y todo el universo de otras acciones y redes que a partir de ella emergen. En ese sentido resulta apropiado el enfoque propuesto por Antoine Hennion (2002), que es contra-intuitivo y se posiciona contra la sociología de la recepción. Para este autor tanto el esteticismo como el sociologismo pervierten el carácter social de la obra de arte. Por ello es que coloca una gran carga del lado del sujeto a quien considera un ser activo, con capacidad de creación y no solo un receptor. Con su “teoría de las mediaciones” no desaparece ni la obra ni el receptor pero entran a formar parte de un sistema mucho más complejo (que no por eso las anula, sino que por el contrario las incorpora en esa complejidad). Y de ese modo se transforman las propias categorías de obra y receptor, pensando, en cambio, en lo que emerge de ese encuentro, que es un continuo hacerse.

Superadas las limitaciones del planteo más clásico de la sociología cultural que suponen una tendencia maquina para pensar la industria cultural en las sociedades modernas, lo que queda es tratar de captar las particularidades y los modos en que se despliegan esas redes entre estos fans/consumidores y todo el conjunto de actores y agentes que se movilizan en derredor del “objeto cultural”. Hoy lo que vemos son sujetos que se vinculan activamente con



editoriales, con empresas, con actores políticos para generar estrategias de despliegue y articulación de prácticas en torno a su afición. Como señala Martín-Barbero, se pasa de una lectura centrada en la pasividad a otra que prefiere un enfoque que contemple la creatividad, la resistencia, las contradicciones que emergen en esas apropiaciones culturales. De acuerdo con ese esquema, y desde una lectura fuertemente anclada en América Latina, el autor encuentra en “lo masivo” nuevas formas de sociabilidad y nuevos funcionamientos de la hegemonía. Para Barbero nos hallamos frente a nuevas formas de consumo que permiten una reflexión sobre las prácticas cotidianas como lugares de interiorización muda de la desigualdad social.

Pero antes de llegar a esa lectura y desde muchas voces que prefieren silenciar los fenómenos de masas, quitándoles legitimidad epistemológica pero también política, “lo masivo” puede quedar subsumido a una idea de pasividad y simple manipulación mediática.

Si aceptáramos la clásica dicotomía cultura popular/cultura masiva, el fenómeno en torno a HP nos resulta “incomodo” para pensarlo en términos de consumo popular. La masividad de su alcance, si bien es cierto que prácticamente no hay quien no conozca la historia del joven mago, se muestra más fuerte y evidente en niños y jóvenes que, de acuerdo con el “sentido común”, corresponderían a sectores medios de la sociedad. El acceso a los libros, la adquisición de *merchandising*, la asistencia a eventos y lanzamientos en derredor del fenómeno son instancias que suponen un desembolso monetario por parte de los fans y quienes asisten/acceden a estas prácticas y consumos. Pero no se trata únicamente de una cuestión del orden de lo económico. Pensarlo de ese modo sería acotar una categoría tan compleja y polémica como lo es la noción de “clase social” a factores netamente económicos. Por el contrario, lo que se pretende es complejizar esas miradas y, en este caso, se piensan otros aspectos que podrían estar funcionando/expresando esta adscripción de clase por parte de los sujetos. Hablamos de los aspectos “simbólicos”.

Sin caer en una lectura disposicionalista o estructuralista buscando correspondencias entre clases y consumos culturales, el trabajo de Claudio Benzecry (2012) analizando a los aficionados a la ópera brinda algunas claves para pensar de qué modo abordar un entramado cultural recuperando las perspectivas de sus actores, sin dejar de lado las condiciones que le dan forma. Su trabajo es deudor de los aportes de Hennion y se enmarca en una serie de nuevas producciones académicas que invitan a romper con las fronteras trazadas por los cánones clásicos de la sociología cultural y a desplazar viejas categorías. El autor discute con las perspectivas que vinculan el consumo de ópera con los sectores más pudientes de la sociedad, señalando otros modos de acercarse a este objeto artístico a partir del punto de vista de los propios aficionados. Esta es una primera operación que le permite, luego, deslizarse hacia otro tipo de preocupaciones centradas no en la clase o el estatus sino en el “amor por” la



ópera. Pero, reiteramos: la clase funciona aquí no de un modo subsidiario o como una variable en correlación sino como una categoría inherente a los aficionados y que tiene sentido en tanto le permite a ellos brindar explicaciones sobre sus propias prácticas.

Si bien en el caso que aquí se trabaja, no hay una correspondencia entre clases y consumos que se busque poner en tensión, ni los propios actores invocan una pertenencia de clase recuperar algunos indicios (como los expuestos en los párrafos precedentes) podría brindar algunas claves en este sentido. Ahora bien, si aceptamos entonces que se trata de un consumo y una práctica no privativa pero sí fuertemente vinculada con las clases medias... ¿Desde qué enfoque pensar entonces la popularidad del fenómeno? Se aceptarán entonces los planteos que recupera Barbero, quien en la obra anteriormente mencionado, hace un recorrido histórico por la obra de distintos autores “clásicos” del pensamiento social que teorizan en torno a la cultura (4). A partir de este recorrido va tomando forma su postura y va esclareciendo que entiende por “popular” y que por “masivo”. Corriéndonos de posiciones polarizantes y prestando atención a las “tramas relacionales” que se operan en estos mundos del arte, coincidiremos con el autor en adoptar un punto de vista según el cual (y desde un enfoque *decertausiano*) “lo popular” remite a lo “popular urbano”, en sociedades como las nuestras, con un fuerte peso de la industria cultural; y desde ese lugar abordaremos y entenderemos “lo masivo”.

### Disputando espacios

En el punto anterior se señaló, brevemente, el rol activo de los fans en la producción de sus propias prácticas y recorridos en torno al *fandom*. A continuación se detalla y ejemplifica como es ese rol y como, a partir del mismo, se produce, reproduce y también se crea y se recrea este consumo cultural masivo.

A partir de su encuentro con el libro de Rowling y con la historia de Potter muchos jóvenes que hoy se encuentran en la dirección de los clubs de fans tejen una red de recursos materiales y humanos que les permiten desplegar estas actividades. En algunos casos han hecho de esta trayectoria una plataforma para una futura salida laboral/profesional. Pero la lógica también funciona en el sentido inverso: son las marcas, las empresas, las librerías quienes buscan y convocan a estos fans para que se encarguen de la gestión y la organización de estos eventos por contar con saberes y habilidades que van desde el conocimiento del fenómeno en cuestión hasta la animación y entretenimiento de grupos.



A continuación, se transcribe una extensa pero elocuente cita del diario de campo de un evento denominado “inicio de clase en Hogwarts” que ilustra algunas de las cuestiones ya mencionadas y otras que abordaremos en las siguientes páginas:

El evento tuvo lugar en el Centro Cultural Marcó del Pont, al lado de la estación de trenes de Flores (línea Sarmiento) el sábado 5 de septiembre de 2015. Es un predio antiguo con una casona vieja, refaccionada con grandes habitaciones, un patio central (dentro de la casa) y además tiene un gran fondo con árboles, jardín, y hasta una réplica de un vagón de un tren (que habían “loockeado” como si fuera el tren que lleva a los estudiantes a Hogwarts). Había puestos de comida con alusiones y nombres referidos al universo HP (ranas de chocolate, cerveza de manteca), también se vendían llaveros, cuadros, collares. También un puesto de hamburguesas y gaseosas de la Dirección de Cultura de BA que había cedido el lugar para el evento. La entrada era libre y gratuita.

La actividad inició pasados unos minutos de las 14 hs. Conversé bastante con Romi, ex prefecta de Gryffindor, mientras iban ingresando al lugar y todos los que pasaban le señalaban que “son todos nuevos, de los nuestros no hay nadie”, “si qué raro que tal no vino”. Cada tanto llegaba alguno de esos conocidos, ingresaba por el costado, sin hacer cola (como yo) y se abrazaban efusivamente con miembros del Staff/Organización del evento.

De a poco el espacio se fue colmando de gente y comenzó el “show” sobre el escenario. Había un representante por cada casa. Dieron la bienvenida, contaron las actividades que se iban a desarrollar esa tarde (clases principalmente) y comenzaron la selección de casas a los nuevos miembros.

Había muchos niños con padres. Los directivos del CHP tienen un gran manejo de actividades en grupo, en un momento de poca actividad, por ejemplo, Romi se puso a improvisar un juego con ellos: tenían que adivinar de que personaje estaba hablando y los chicos tenían que reproducirlo y se engancharon todos. Luego Romi nos comentaba a mí y al representante de la Dirección de Cultura de BA: “tenemos que entretener niños, antes no era así porque éramos nosotros nada más pero ahora viene el padre y quiere que le entretengas al nene”.

Las clases que se dictaron fueron Pociones, Defensa contra las Artes Oscuras y Duelo. Ellos las llamaban clases y consistían en pequeños sketches con participación del público donde iban haciendo preguntas, participaba la audiencia e iban sumando puntos para las casas. El público iba rotando por ellas según su libre elección, a excepción de Pociones que como era un aula pequeña, con espacio limitado se entraba en pequeños grupitos. Pociones estaba a cargo del prefecto de Slytherin quien se presentó como sustituto de Snape porque Snape no pudo llegar (este es el profesor que en la saga dicta la materia y es el director de esa casa). La clase de Duelo era en el patio a cargo de dos prefectas de



distintas casas (Slytherin y Ravenclaw) y Defensa contra las Artes Oscuras en el escenario del patio interno con prefectos de las otras casas restantes. Esta última clase supuso la participación de otros actores que interpretaban distintas criaturas con las que enfrentarse en el mundo mágico y se enseñaba como sortear esas situaciones. Primero se habló de momias y procesos de momificación (apareció alguien disfrazado de momia), luego de vampiros y acá se hizo un sketch donde apareció alguien vestido de vampiro y para matarlo/asustarlo lo hicieron con un libro de la saga *Crepúsculo*; la gran mayoría del público rio (las dos veces que vi este sketch) pero un nene dijo medio enojado: “ah pero yo lo leí y me gusto” y el público volvió a reír. Finalmente hicieron aparecer una boggart que es algo que adquiere la forma que a uno le aterra y para enfrentarse hay que gritar “Ridiculus” y toma la forma de Bellatrix Lastrangue y un Dementor (carceleros de Azkaban, la cárcel del mundo mágico, que con un beso te chupan el alma). Se hablaba mucho, en todas las clases, de “los muggles” (no magos) haciendo que por ejemplo Nacho se hiciera el asombrado frente a celulares, cámaras de fotos o diciendo frases como “la forma en que los muggles interpretan los vampiros”, etc.

Al lugar siguió entrando gente durante toda la jornada. Hacía el cierre, los chicos dijeron un par de palabras emotivas, agradeciendo la presencia de todos, de los otros miembros del CHP que ayudaron en la organización, a sus padres sin cuya ayuda no hubieran podido llevar eso adelante, invitaron al próximo y finalmente agradecieron a “Rowling que nos juntó a todos acá” (aplausos, gritos y vitoreos). Luego habló el chico de Cultura de BA diciendo que ellos celebran estos espacios porque son lugares de encuentros entre amigos (Inés arriba del escenario hacia como que se emocionaba y lloraba) e invitó al público presente a acercarse al centro para las otras actividades allí desarrolladas (en la entrada del predio había una cartelera con la oferta del lugar y se veía la diversidad de shows, públicos y eventos) (transcripción del diario de campo, septiembre de 2015).

Esta extensa descripción nos permite entrever como los fans ponen en juego sus propias categorías y sus propias experiencias para resignificar el universo que creó Rowling. En primer lugar, es claro este punto sobre como en los encuentros los directivos del Staff llevan adelante las actividades poniendo de manifiesto un juego de roles y jerarquías. Sin embargo, como se menciona, los fans pueden elegir a que clases asistir, que hacer en los ratos intermedios en los que no hay actividades planificadas y, en general, como manejarse durante todo el evento mostrando que desde “ambos lados” (organizadores y públicos) hay capacidades y posibilidades para el agenciamiento de los distintos actores (como ejemplifica la situación en la que el niño cuestiona la crítica a *Crepúsculo*). Por otro lado, en esta descripción se puede ver el despliegue de competencias de los directivos del club en relación a la puesta en funcionamiento de un evento que involucra a otros colectivos como lo son en este caso los



miembros de la Dirección de Cultura de BA que ven en este fenómeno un potencial interesante y convocante para sus propias agendas político-culturales. Otro dato que no es menor y que el relato pone de manifiesto tiene que ver con el fuerte fenómeno mercantil desplegado en estos eventos donde la presencia de puestos de venta de merchandising de objetos, comida y bebidas afines a la saga resulta clave tanto en las convocatorias al evento (generalmente se lee en los sitios que publicitan las actividades gente preguntando si habrá venta de determinados artículos –desde varitas hasta cerveza de manteca–) como en el desarrollo de las mismas donde los stands se vuelven escenarios claves.

Es posible ver entonces cómo, cual cazadores furtivos (De Certeau, 2000), estos sujetos lectores no se vuelven dóciles frente al libro sino que al hacerlo pasar por su propia experiencia y a través de sus propias tácticas, vuelven el libro parecido a ellos, conservando un margen para la agencia y la singularidad e imprimiendo sus propias reglas de juego dentro de la industria cultural masiva. Resulta interesante ver como los modos de acción prescritos por el libro son actuados entre los fanáticos y contribuyen a producir acciones que están entre el libro y las situaciones localizadas dentro de su propio grupo.

La complejidad que pone de manifiesto la cita previa, nos acerca a las propuestas de García Canclini (2010) para abordar experiencias estéticas en las sociedades contemporáneas, asumiendo el rol activo que estos “consumidores de lo masivo” toman. De acuerdo con el autor, se trata de un tiempo de redefiniciones tanto de los “objetos artísticos y estéticos” como de las propias disciplinas que, con sus particularidades, se dedicaron a estudiarlos y comprenderlos. Por ello es que es preciso pensar a partir de nuevos instrumentos, que ya no se dediquen a captar viejos órdenes y clasificaciones y que en su lugar se aboquen al estudio de las redes y los flujos que hacen a los mundos culturales.

## **Reflexiones finales**

Luego de este recorrido, podemos aceptar que popular no es solo y no es, particularmente, lo opuesto a “lo culto” y que no remite al último reducto autóctono y originario de una sociedad. Asumimos, por el contrario, que es una categoría abierta, relacional, conjetural. Aceptamos también que “lo masivo” no implica subordinación, ni aceptación a ciegas de un producto cultural; y que para entender hoy “lo popular” debemos hacerlo desde “lo masivo”.

Acompañamos el planteo de Williams (2003) de acuerdo con el cual es preciso estudiar al arte y a la cultura desde un enfoque complejo, múltiple y dialéctico que no pierda de vista ni el carácter social de estas prácticas, ni las especificidades del sentir que encarnan estos objetos



estéticos. El autor propone una categoría que resulta sumamente pertinente para indagar ese elemento vital de una sociedad que es “estructuras de sentimiento”, conteniendo todo lo real y sólido del término “estructura” y todo lo íntimo, delicado de la idea de “sentimiento”. A través del uso de esta categoría, el autor asume una perspectiva holista que resulta clave pues advierte que muchas veces al centrarnos en el carácter social dominante de un período subestimamos y desestimamos el carácter del cambio histórico, dada que nos manejemos a través de los valores, las categorías y los códigos de los grupos preeminentes de una sociedad, ocultando las relaciones de dominación que allí operan. A esta advertencia de Williams podríamos agregar que así como muchas veces resulta difícil advertir las disputas al interior de los mundos del arte y las luchas hegemónicas que allí se despliegan; también es cierto que en esas complejidades los consumos y prácticas culturales de quienes no se presentan a sí mismos como los sectores dominantes ni como los grupos subalternos, suelen ser poco teorizadas por los estudiosos del arte y la cultura. Se prefiere, en cambio, asumir un enfoque en términos de atomización de estos sujetos frente al objeto cultural masivo.

Lo expuesto en este breve artículo tiene el propósito de mostrar las complejas redes que operan en estos casos y entre estos fans, aún cuando elijen vincularse a partir de un consumo del orden de lo masivo y que no se identifica ni reconoce plenamente en tanto práctica cultural popular. Es en este “entre medio” de categorías, tanto como en un cruce de disciplinas donde debemos situarnos para complejizar nuestros enfoques y nuestras lecturas culturales. Cultura que, devenida en objeto/sujeto de circulación e intercambio y la transformación de las prácticas en torno a él, obliga a involucrar nuevas voces en los análisis para evitar falacias teoricistas e ideologismos. Podemos agregar aquí que esas otras voces no necesariamente (y no solamente) deben partir desde el campo científico; debemos, en cambio, recuperar los sentidos otorgados por los propios actores que componen ese universo. Y esto no se agota en el papel del “genio creativo” del autor/creador: el campo se hace cada vez más amplio, más extenso, más complejo por la participación activa de quienes anteriormente solían ser considerados meros “receptores”.

Pero no sólo ello, las conclusiones de este trabajo nos abren las puertas para pensar posibles formas de “lo político” dentro de los complejos mundos del arte. Formas que no remiten necesariamente a planteos dialécticos y cargados de conflictos (en un sentido marxista-clásico del término). Retomando a Semán, en la nota ya mencionada,

Comprender las “culturas populares” más allá del problema que tiene el concepto es inteligir parte importante de la sociedad. Temas menores en las jerarquías estéticas de los investigadores son de primer orden para comprender qué ocurre en nuestras poblaciones.



El centro de gravedad no está donde habitualmente creemos que debería estar, sino en ciertas prácticas y en ciertos simbolismos (Esteban, 17/05/2017).

Tal como señalaba García Canclini (2010), parafraseando a Rancière, nos hallamos en tiempos de reconfiguración de la sensibilidad común y de la política. Pero (alejándose un poco del filósofo francés y acercándose a lo que propone la cita precedente, y a lo que, se espera, refleje este trabajo) es también tiempo de pensar “lo político” no solo a partir de las experiencias de los dominados y los subalternos, y de hacerlo vinculado a experiencias artísticas que no se acoten a una noción restringida de las mismas y que incorporen, además, prácticas de los mundos de la moda, las publicidades, consumos del ocio y el tiempo libre.

## Notas

(1) Si bien en esta presentación no se analizan todos los aspectos que hacen a ese “mundo del arte”, propuesto por Becker, puede encontrarse referencias a distintos aspectos suyos (circuitos de producción, circulación, además de los de apropiación) en la mencionada tesina de grado (Cuestas, 2014).

(2) El 26 de junio de 2017 fue la fecha en la que se conmemoró este acontecimiento. A través de distintas redes sociales, los fans publicaron mensajes y comentarios manifestando su emoción por este aniversario. Desde la cuenta de Instagram del CHP se exhortaba a los seguidores a responder a la pregunta: “¿Te acordás la primera vez que lo leíste?” y luego se compartieron, a través de la opción *Instastories*, las devoluciones recibidas que iban desde experiencias colectivas como por ejemplo “En 1999! La genia de mi maestra de inglés nos hizo leerlo a nuestros once años, fue hermoso! Lo leí con ayuda de mi mamá que se volvió fan igual que yo” hasta prácticas más “solitarias” del tipo: “Como de chico no podía comprarlo, cuando mis viejos iban al super los acompañaba y me quedaba en la sección de libro leyéndolo”. En las redes sociales, los perfiles de *TNT* y *Studio Universal* (entre otras firmas vinculadas a la industria del espectáculo) también compartieron este tipo de llamados para que los fans participen de discusiones y compartan sus experiencias. Por su parte, *Facebook* generó un sistema similar a los “doodle” de *Google* con un diseño especial alusivo para decorar una publicación si se escribía la palabra “Harry Potter” o el nombre de alguna de las cuatro casas del colegio Hogwarts, los fans lo probaron durante toda la jornada.

(3) El Magic Meeting es la celebración más grande en Argentina que nuclea a los miembros del *fandom*. En 2018 se celebró su séptima edición en un colegio del barrio de Once de la CABA al



que asistieron durante dos jornadas más de 6000 fans. La organiza FanCon (contracción de Fanatic Convention), un grupo conformado por fans de HP y otros *fandoms* que se encarga de la gestión de este tipo de actividades. Algunos de sus miembros fueron originalmente parte del CHP (Más información: <http://www.fancon.com.ar/>).

(4) El término es una contracción de *costume play* (del inglés: disfraz y jugar) y hace referencia a cierta practica entre aficionados que utilizan vestimentas, accesorios y maquillajes para recrear una idea o un personaje generalmente de comics, cine y videojuegos.

(5) Se plantea de este modo ya que no se trata únicamente de sociólogos sino también de historiadores y estudiosos del arte, sensibles frente a los debates y coyunturas del universo cultural.

## Bibliografía

- Alabarces, P. (2002). Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular. *VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*, Córdoba, octubre.
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Benzecry, C. (2012). *El fanático de la opera. Etnografía de una obsesión*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, P. (1990). El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método. *Criterios*, La Habana, 25-28.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- 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*. (Tesina de grado). Licenciatura en Sociología, UNLP.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano*. México: ITESO.
- Esteban, P. (17/05/2017). El centro de gravedad en la sociedad no está donde habitualmente creemos que debería estar. *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/38164-el-centro-de-gravedad-en-la-sociedad-no-esta-donde-habitualm>
- García Canclini, N. (2010). Estética y ciencias sociales: dudas convergentes. En *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Uruguay: Katz Editores.



Hennion, A. (2002). *La pasión musical*. Barcelona: Paidós.

Hernández, T. (1987). Usos teóricos y usos comunes: lo popular y la investigación de la comunicación. En *Comunicación y cultura en Latinoamérica* (pp. 51-72). México: Gili.

Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos.

Williams, R. (2003). *La larga revolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.