

# Harry Potter y el ecosistema digital. Cuatro décadas de comunidades de fans y cibercultura

Harry Potter and The Digital Ecosystem. Four Decades of Fans' Communities and Cyberculture

Marta Veiga Izaguirre

Profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Doctora en Estudios Culturales, Universidade de Santiago de Compostela (España)

[martav.izaguirre@usc.es](mailto:martav.izaguirre@usc.es)

## INDUSTRIAS CULTURALES Y NUEVOS CONSUMOS CULTURALES

MONOGRÁFICO COORDINADO POR FRANCISCO ÓSCAR CHECA FERNÁNDEZ

### RESUMEN

Harry Potter llega a las librerías en 1997 y da comienzo a una narrativa de la sociedad de masas del cambio de milenio cuya comunidad de fans es pionera en conformarse como nativa digital. Esta investigación se propone identificar y describir los actores y las acciones que intervienen en la construcción de Harry Potter como fenómeno pop; sobre todo, aquellos mediatizados por internet y que implican a su comunidad seguidora, su fandom, que abarcan ya cuatro décadas. Enmarcamos este trabajo en una cultura (la cibercultura) que ha condicionado nuestra vida cotidiana y que ha supuesto una revolución en cómo entablamos relaciones y de qué forma ejercemos nuestro tiempo de ocio, aficiones y militancias. Entendemos que se hace necesario en este ámbito ensanchar el campo analítico de las ciencias de la comunicación hacia los estudios de las culturas fan y, sobre todo, aprovechar las herramientas metodológicas de la etnografía.

### ABSTRACT

Harry Potter hits the bookstores in 1997 and launches a mass-society narrative at the turn of the millennium whose fan community is a pioneer in becoming digitally native. This research aims to identify and describe the actors and actions involved in the construction of Harry Potter as a pop phenomenon, especially those mediated by the internet and involving its fan community, its fandom, which now spans for four decades. We frame this work in a culture (cyberculture) that has conditioned our daily lives and has revolutionised the way we establish relationships and how we spend our leisure time, our hobbies and our activisms. We believe that it is necessary in this sphere to broaden the analytical field of communication sciences towards the study of fan cultures and, above all, to take advantage of the methodological tools of ethnography.

### PALABRAS CLAVE

fandom | fanfic | cibercultura | emerec | prosumo | Harry Potter

### KEYWORDS

Keywords: fandom | fanfic | cyberculture | emerec | prosumption | Harry Potter

## 1. Introducción: de qué hablamos cuando hablamos de cibercultura

Nace esta investigación de la preocupación y la curiosidad sobre cómo se desarrollan las culturas mediadas por internet toda vez que nos adentramos en la cuarta década de Galaxia Internet (Castells 2001). La propia noción de Galaxia Internet remite y da continuidad a las de Galaxia Gutenberg y Galaxia Marconi que acuña McLuhan (1962) para referirse, respectivamente, a la cultura del libro escrito que se origina con la invención de la imprenta en los albores de la Edad Moderna y a la cultura de comunicación de masas que orbita en torno a los medios audiovisuales y que prospera en los países desarrollados de Occidente desde el fin de la Segunda Guerra Mundial.

En 1989, con la caída del muro de Berlín, no solo queda alterado el mapa geopolítico surgido del tratado de Postdam de 1945, sino que los ingenieros Tim Berners-Lee y Robert Cailliau, de la Organización Europea para la Investigación Nuclear (CERN) de Ginebra (Suiza) desarrollan la *world wide web*, una red informática para todo el planeta que emplea un protocolo de transferencia de hipertextos (HTTP) para emitir datos y contenidos diversos. Desde mediados de la década de los años noventa del siglo XX, el acceso a internet y a los terminales que permiten conectarse se populariza y abarata, de forma que se favorece un uso doméstico en las clases acomodadas y medias de los países desarrollados y, poco a poco, también para personas con menos poder adquisitivo en Occidente y para comunidades en los países en vías de desarrollo y/o empobrecidos.

La cibercultura se articula como un modo de vida y una consciencia de lo común –no solo para la comunicación, sino también para la gestión administrativa, así como para la producción intelectual, creación artística, activismos y tiempo libre– que nace de la conexión continuada y permanente con otras personas, gracias a un sistema de visualización de la información, el hipertexto, que conforma una estructura compleja y reticular que para algunas voces supone una oportunidad para entender las subculturas, las culturas descolonizadas y para el acceso al conocimiento de los públicos informales al margen de las instituciones (Gitelman, Jenkins y Landow, cada quien por separado y todos en 2006). Las inteligencias colectivas (Lévy 1994) y la cultura de la convergencia (De Sola Pool 1983 y Jenkins 2006) constituyen los principales activadores de la cibercultura, que Lévy (2007: 91) define como un “universal sin totalidad”, un espacio del que surgen interrogantes que relacionan la cultura, la tecnología y la sociedad (Scolari 2008).

El entorno en el que se produce y reproduce la cibercultura es el ciberespacio, un concepto que se toma prestado de la novela *cyberpunk Neuromancer* (Gibson 1984), que nos describe el ciberespacio como una alucinación consensuada que diariamente experimentan millones de operadores. La aproximación ciberfetichista o ciberentusiasta a la cibercultura de autores como Negroponte (1995) ha sido matizada por trabajos como los de Zafra (2011), que amuebla la habitación propia de Virginia Woolf (1929) como un cuarto propio conectado, un escenario “biopolítico” (Zafra 2011: 117) en el que tienen lugar tanto los trabajos remunerados como otras prácticas creativas informales que pueden devenir en explotación. Por su parte, Rendueles (2013) infiere que la utopía *copyleft* sobrevenida con la cibercultura no es sino una legitimación del programa neoliberal disfrazada de acción comunitaria.

A la primera edad de la cibercultura, la del internet 1.0, la web unidireccional del hipertexto, le sigue un internet 2.0, la web social, bidireccional y basada en una filosofía de participación e interacción (Dyson 1997 y DiNucci 1999) que comienza a desarrollarse a principios de los años dos mil gracias a la preferencia de los teléfonos móviles inteligentes como terminales de acceso y a la proliferación de foros y *blogs* o bitácoras digitales. El internet 2.0 alcanza su máximo a partir de la segunda mitad de la primera década del siglo XXI con las redes sociales de uso masivo (de LiveJournal y Fotolog a Tumblr y, sobre todo, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y, más recientemente, TikTok). Nos referimos a una “transformación cultural sistemática” de carácter profundo e irreversible, como sucede cada vez que una tecnología emergente logra mediatizar la sociedad (Thompson 1998: 71-72).

Situamos, por tanto, este trabajo en el estadio ulterior de la sociedad capitalista postindustrial o postmoderna. Se trata de un tiempo que Stallaert (2023) define como transmoderno, según la noción acuñada por Rodríguez Magda (1989). Stallaert sitúa el inicio de la transmodernidad en 1992. Rodríguez Magda había definido esta era como un tiempo efímero, que rechazará las jerarquías y abrazará el eclecticismo y la humildad y será capaz de observarse a sí mismo con ironía. Sirven para estas décadas de transición también los conceptos de modernidad líquida (Bauman 2000) o Antropobsceno (1) (Parikka 2014) e incluso, para estos años que van desde la pandemia global por covid-19 de 2020, los de *afterpost* o sociedad gaseosa (Scolari 2021).

Para aproximarnos desde la ciencia social a procesos en un presente continuo, que están ocurriendo, se impone una transdisciplina, híbrida en el sentido antropológico (García Canclini 1989, Martín Barbero 2003), a la que incorporamos las ciencias de la comunicación y la antropología, dado que el escenario actual exige “polialfabetismos” para aprehender contenidos que hallamos en *fanpages*, *wikis*, repositorios, foros y tesauros de internet, “fuera de cualquier circuito de legitimación” (Piscitelli 2012).

Nos proponemos en esta investigación elaborar un análisis cultural de un fenómeno pop contemporáneo como es el que se articula alrededor de la serie de novelas de Harry Potter, obra de la escritora inglesa Joan Kathleen Rowling, y que se expande por diferentes ramas de la industria cultural y también por el ciberespacio. Nos marcamos el objetivo de identificar los diferentes actores que intervienen en el despliegue narrativo, así como el de describir las acciones de cada uno de estos actores y, consecuentemente, los entornos (*online* u *offline*), las herramientas, los procesos, los artefactos y productos culturales que se generan, como los relatos *fanfiction* las ficciones creadas por fans. Finalmente, procuramos con este trabajo una aproximación que amplíe el campo analítico de las ciencias de la comunicación hacia la antropología y los estudios de las culturas fan.

## 2. Escogemos una comunidad de estudio: el *fandom* de Harry Potter

Harry Potter nace en la segunda mitad de la década de los noventa y se desarrolla como fenómeno de la cultura de masas en los años del cambio de milenio y en otras tres décadas distintas, ya en el siglo XXI: la de los primeros dos mil, la de los años diez y, mientras escribimos estas líneas, la de los años veinte del siglo XXI, exactamente igual que sucede con la cibercultura.

Para abordar el análisis de las culturas mediadas por internet acotamos nuestro objeto de estudio a las comunidades de fans o *fandom*. El propio vocablo *fandom* es un *portmanteu* de las palabras *fan* y *kingdom* (reino, en inglés). Si recurrimos al diccionario Oxford *online* obtenemos como definición que un *fandom* es una comunidad interpretativa integrada por seguidores entregados de cualquier fenómeno cultural. Somos conscientes de que la cultura fan no nace con internet, sino que está ligada a estadios muy tempranos de la cultura de comunicación de masas (Scolari 2013), con las primeras convenciones dedicadas a la literatura de ciencia ficción en Estados Unidos ya en los años treinta del siglo XX.

Escogemos para esta investigación al *fandom* de Harry Potter por ser una de las primeras comunidades de fans en la cultura pop, con la de Pokémon, que se constituyen como nativas digitales. Si bien Harry Potter nace en el formato libresco deudor de la cultura impresa de la Galaxia Gutenberg, con la publicación de las primeras 500 copias de *Harry Potter and the Philosopher's Stone* en el Reino Unido, la circunstancia de que esta salida a las librerías se produzca en el verano de 1997, cuando internet estaba llegando a los hogares acomodados de Occidente, será determinante a la hora de moldear a su *fandom*.

Se produce una tormenta perfecta en la que intervienen la tecnología, la literatura y la cultura fan (Chandler 2005). Los portales fan constituyen algunas de las creaciones primeras que alberga la web 1.0 (Yáñez 2022). Así, Emerson Spartz, un niño de doce años del estado estadounidense de Indiana, abre en 1999 *Mugglenet*, que tiene la vitola de ser el primer sitio web para seguidores de Harry Potter, y unos meses después arranca *The Leaky Cauldron*. Ambos portales fan de Harry Potter continúan en activo pasado el ecuador de 2024.

En los años siguientes observamos cómo la estrategia inicial a través de un solo medio (el papel, el libro) deviene transmedia, que implica el empleo de distintos medios, soportes y lenguajes para desplegar diferentes fragmentos de una historia: todos y cada uno de esos fragmentos conforman un todo que denominamos *potterverso*, el universo transmedial de Harry Potter. Por ejemplo, para la campaña de Navidad de 2001 llega a los cines *Harry Potter y la piedra filosofal*, la primera adaptación fílmica de las aventuras de Harry Potter a cargo de Warner Bros. Asimismo, también la *pottermanía* se expande por la web 2.0 y se adentra en los foros, blogs y redes sociales.

De esta forma, encontramos a la comunidad de fans de Harry Potter en lugares propios (*offline* y *online*) dedicados temáticamente al *potterverso* y también en otros espacios en los que convergen distintos *fandom* de diferentes narrativas transmedia de la cultura pop. Por lo que respecta a la actividad en el ciberespacio, nos aproximamos a la comunidad de seguidores de Harry Potter como habitantes de un mundo virtual, aunque debemos precisar que somos conocedoras de que resulta habitual que cualquier entorno digital sea categorizado erradamente como mundo virtual. En este caso en concreto, entendemos el de los fans de Harry Potter como un mundo virtual a partir de las cuatro premisas establecidas por Boellstorff, Nardi, Pearce y Taylor (2012: 7):

1) Son entornos que atesoran un sentido de mundialidad, que superan las consideraciones espaciales y que proporcionan un ecosistema rico en elementos con los que interactúan los participantes. El mundo virtual de Harry Potter se constituye a partir de *fansites* y espacios *multifandom*, así como foros, redes sociales, wikis, etc., en diferentes sistemas lingüísticos, que muchas veces se conforman a imagen y semejanza de los espacios descritos en las novelas de Rowling (la escuela, el Ministerio de Magia, la casa de la familia Weasley o el callejón Diagon, que sirve como puerta de entrada desde la ciudad de Londres al mundo mágico).

2) Aunque las personas que toman parte de los mundos virtuales puedan realizar actividades en solitario, estos poseen una naturaleza multiusuario. De esta forma, existen como un lugar compartido de interacción y comunicación en sincronía. El propio diseño de los espacios en los que se encuentra en *fandom pottérico* está orientado a la retroalimentación, la participación y al intercambio, cuando no directamente a la creación colaborativa y los juegos de rol, que implican una (re)construcción y desarrollo de los personajes ya trazados por Rowling o de otros inspirados en la ficción.

3) Tienen un funcionamiento persistente: aunque los participantes se desconecten continúan existiendo y

pueden mutar mientras se desliga algún participante. En el caso concreto de Harry Potter, en casi tres décadas de evolución de su *fandom* como entorno virtual no solo se ha logrado mantener la atención de los primeros seguidores, sino que se han incorporado generaciones que han descubierto el *potterverso* en climas y contextos sociales diferentes, de forma que las bajas en la comunidad no han supuesto su extinción, pero sí una continua transformación.

4) La población indígena de los mundos virtuales participa en una experiencia inmersiva, la mayoría de las veces a través de una identidad velada. Estos nativos escogen para presentarse ante el mundo virtual *potterico* un avatar, alias o *nickname* tomado de alguno de sus personajes o elementos preferidos de la ficción, lo que constituye un ejercicio de cimentación de su identidad colectiva como comunidad de fans de Harry Potter.

Por otra parte, el *fandom* de Harry Potter se conforma igualmente como un público. Nos servimos en este punto de las características fijadas por Michael Warner (2012), que indican que un público:

1) Es autoorganizado: los primeros grupos de seguidores de Harry Potter actúan al margen de los grandes entramados multinacionales de la industria cultural que poco a poco se harán con los derechos de explotación y distribución de las lucrativas historias del niño mago. El *fandom*, desde los primeros compases, recurre a las oportunidades que brinda una tecnología novedosa como resulta el internet de uso doméstico a finales de la década de los años noventa del siglo XX. El ciberespacio es un sin-lugar (Martín Barbero 2003) que hace las veces del cuarto propio conectado que refiere Zafra. Los primeros *fansites* y foros se van acomodando a perfiles y funciones emergentes, como son las de *webmaster* o moderador/a.

2) Es una relación entre personas desconocidas. Señala Warner que el imaginario social de la contemporaneidad únicamente tiene sentido si hay personas desconocidas. En las etapas últimas de la modernidad, asistimos a un extrañamiento creciente a medida que pierden solidez estructuras asociadas a la cultura impresa, como las del estado-nación (Negroponte 1995, Bauman 2000, Sauerberg 2009). Como miembros del *fandom* de Harry Potter interactuamos con un número limitado de otros miembros de la comunidad (*online* y *offline*), pero nos reconocemos como parte de un grupo que abarca un sinnúmero de personas.

3) La dirección del discurso público es tanto personal como impersonal. Nos remitimos en este punto a las nociones de autocomunicación de masas (Castells 2013) y *narrowcasting* (Guerrero Pico 2016) –en oposición a *broadcasting*– que son características de la internet social o 2.0: un único usuario individual tiene la posibilidad de emitir para multitud de receptores que son capaces de crear, a su vez, pequeños clústers de fans unidos por enlaces analógicos y digitales, que no desechan los afectos y las relaciones de intimidad.

4) Está conformado por la simple atención. Muy al comienzo de los estudios de la comunicación sobre internet, Dyson (1997) afirmaba que un tipo de público mirón o acechante, los *lurkers* (Guerrero 2016), podía ser inscrito dentro de una cultura, pero que en ningún caso participaba en ella. Warner, por contra, defiende que es cuando disminuye y se disipa la atención, y no solo la interacción y la contribución a un universo transmedial, cuando desaparece también la comunidad como público.

5) Es el entorno social constituido por la circulación reflexiva del discurso. Gracias a los nuevos soportes y herramientas digitales y al hipertexto, la producción textual desafía los límites físicos del papel o del celuloide: mutilamos, manipulamos y despiezamos el texto a nuestro antojo. Este nuevo paradigma resulta crucial para crear una consciencia del nosotros. Por lo que respecta a la comunidad de fans de Harry Potter, conformamos un nosotros “fantasiado y fabulado” (un yo con el texto), pero también un nosotros “experimentado”: “un tú y yo y muchas otras alrededor del texto” (Veiga 2024: 108).

6) Actúa históricamente de acuerdo con la temporalidad de su circulación. Ya antes de la irrupción de internet en las vidas cotidianas de las comunidades de fans sabíamos gracias a la cultura pop contemporánea que los *fandom* se corresponden con comunidades de alta alfabetización tecnológica. Lo hemos visto, sobre todo, en los estereotipos y arquetipos que las películas y las series de televisión desde los años ochenta y noventa nos ofrecen de los seguidores de *Star Trek*, *Star Wars* *Dungeon and Dragons* (*Dragones y mazmorras*, en castellano). También aquellos adolescentes que crean los primeros *fansites* de Harry Potter pueden ser definidos como *early adopters* (usuarios pioneros), *lighthouse costumers* (consumidores faro) o *trendsetters* (creadores de tendencias), según las denominaciones que usa el márketing para los pioneros que inician una forma de consumo cultural (o de

moda o gastronómico) y marcan tendencias.

7) Es construcción poética de un mundo. Ligamos esta séptima característica que Warner atribuye a los públicos a las mitologías de Barthes (1957): en tanto en que nos constituimos como público de un universo transmedial de la cultura pop contemporánea estamos también edificándonos un refugio, más aspiracional que a nuestra imagen y semejanza, en donde encajamos, que nos invita a ponernos cómodas y a permanecer.

Sandvoss (2005) distingue a las personas fans de las que son meramente espectadoras o una audiencia en virtud del consumo regular, rutinario, y con implicación emocional de narrativas culturales. La cultura fan fija sus propias jerarquías y diseña sus estrategias y resistencias (Hills 2000), aunque los fans, en particular las fans más jóvenes, resultan frecuentemente estigmatizadas, patologizadas y vilipendiadas (Greco 2015). Los estudios sobre la cultura fan nacen en los años noventa de la convergencia de las ciencias de la comunicación con la perspectiva feminista y *queer* (Scott 2011, Jenkins y Scott 2012).

Toda vez que nuestro objeto de estudio, el *fandom* de Harry Potter, es una comunidad, una subcultura dentro de la cultura fan, se impone también un abordaje desde la antropología. Hemos empleado una metodología cualitativa en la que diferenciamos tres procesos:

1) Analítica cultural (Manovich 2017), que conlleva revisión bibliográfica y vaciado de medios de comunicación de masas y redes sociales, sobre todo, en el ecosistema digital. Este método, que responde a la necesidad de abordar “un universo en expansión de contenidos e interacciones culturales” (Manovich 2017: 101), consideramos se adecúa al objetivo de identificar y describir, por una parte, los actores que intervienen y las acciones que desempeñan en el despliegue de Harry Potter como fenómeno pop y, por otra, el de analizar los entornos, artefactos y productos culturales que se generan durante el proceso.

2) Netnografía, según la definición a la que llega Kozinets (1998) en los años noventa del siglo XX cuando estudiaba al *fandom* de *Star Trek*, que implica la investigación, la interacción y la inmersión – también a través de avatares e identidad(es) velada(s)– en los lugares del *fandom* en internet y en redes sociales. Esta netnografía se prolonga desde 2007 hasta 2024. El estudio de una comunidad humana como es la comunidad de fans de Harry Potter requiere un abordaje etnográfico, profundo y prolongado en el tiempo. Toda vez que nos hemos fijado como objetivo conocer los entornos, productos y artefactos *online* que se crean alrededor de Harry Potter, que nos hemos referido a su *fandom* como el primero que se constituye como nativo digital y que hemos comprobado que cumple las premisas de mundo virtual, entendemos imprescindible investigar los lugares que ocupa y/o construye la comunidad (*fansites* específicos o espacios *multifandom*).

3) Etnografía *offline*, desde el año 2000 hasta 2024, que incluye trabajo de campo, observación participante, visitas y recogida de datos en los lugares físicos del *fandom*, así como decenas de entrevistas y conversaciones informales, tanto con informantes como con *gatekeepers*. El propio diseño antropológico de la investigación requiere un equilibrio en los ejes macro/micro y *emic/etic*; después de una analítica cultural y una netnografía que se realizan en una territorialidad de fronteras difusas como es el ciberespacio se imponen testimonios de proximidad que sirvan para contrastar y triangular los datos obtenidos. Mientras que a algunas de las personas informantes se ha accedido a partir de experiencias personales e incluso azarosas (Hammersley y Atkinson 1994), otras han sido escogidas para el desarrollo presencial de entrevistas semiestructuradas con final abierto. Se ha tenido en cuenta la condición de que fuesen nativas o residentes en la provincia de Lugo y que cubriesen diferentes perfiles sociológicos. Se trata de individuos, hombres y mujeres, de ámbito rural, urbano y *rururbano*, nacidos desde 1979 a 2003 que se reconocen o han reconocido como miembros de la comunidad seguidora de Harry Potter, con diferentes grados de implicación.

### **3. El *fanfic* como máxima expresión de la construcción poética del universo transmedial de Harry Potter**

Las narrativas transmedia (NT) se comportan como una de las fuentes de mayor complejidad de la cultura contemporánea de masas (Scolari 2013); su desarrollo es disperso e implica la adaptación de lenguajes y soportes: de lo escrito a lo audiovisual, del papel al celuloide, pero también sobrepasa los límites de la ficción y la no ficción. Las narrativas transmedia permiten y aprovechan también la

creatividad y la implicación fan y en ellas, como señala Jenkins (2003), cada medio desarrolla aquel aspecto o punto de vista del universo transmedial para el que resulta más apropiado. La hoja de ruta suele ser imprevisible, ya que intervienen cuatro dominios que confluyen en la convergencia mediática: el de las tecnologías, el corporativo, el del *infoocio* (*infotainment* en el original en inglés) y el de las culturas (Rasporich y Taras 2001: 61).

Sobre este aspecto, cabe destacar tres actores involucrados en el despliegue de una narrativa transmedia a partir de una serie de novelas de fantasía adolescente, como son las de Harry Potter: el entramado corporativo, la acción de los fans y lo que Scolari (2014) define como zonas grises.

Así, por una parte, debemos tener en cuenta el entramado corporativo, una red cada vez más densa de empresas y conglomerados financieros internacionales que poseen los derechos de autoría, reproducción y distribución de la obra. La acción del entramado corporativo se expande por los sectores clásicos de las industrias culturales, según la teorización ya realizada por Adorno y Horkheimer en 1944: de la industria editorial a la cinematográfica o la fonográfica (con la distribución de audiolibros y bandas sonoras, por ejemplo), pero también encuentra acomodo por sectores emergentes como el de los videojuegos o el ciberespacio.

Con todo, la acción del *fandom* de Harry Potter que mejor encaja en el contexto de cibercultura se corresponde con la contribución a la narrativa transmedia, al *potterverso*, a través de la creación de relatos *fanfiction* y *fan-art*, que coincide plenamente con esa séptima característica que Warner atribuía a los públicos: la construcción poética de un mundo.

Los *fanfiction* o *fanfics* son composiciones de texto o multimedia que tienen como motivo o inspiración una o varias narrativas de la cultura pop contemporánea: pueden ser libros, películas o cómics, pero también celebridades (cantantes o bandas como Harry Styles, One Direction, Tokio Hotel, Taylor Swift o los *idols* del K-pop) o hasta equipos deportivos. Los *fanfiction* nacen como relatos, vídeos, obras de teatro, poemas, canciones, dibujos u otras composiciones visuales. En la jerga fan se suele apocopar la palabra *fanfiction* como *fanfic* e incluso *fic*, y para aquellas creaciones en el ámbito de las artes plásticas es habitual emplear el término *fan-art*.

Hemos indicado anteriormente que la cultura fan no nace con internet y tenemos que añadir que también la creación de *fanfiction* es anterior a la popularización del internet de uso doméstico en la segunda mitad de los años noventa. Se atribuye la escritura de los primeros *fanfics* a la comunidad de fans de *Star Trek* (Bacon-Smith 1992), que ya desde los años setenta del siglo XX empleaba como soporte para publicarlos y distribuirlos los fanzines, unas revistas autoeditadas, muchas veces ni mecanografiadas, que habían surgido con los clubes ciencia ficción estadounidenses en la década de los cuarenta del siglo pasado.

Mientras que los *fandoms* de narrativas culturales más veteranas, como la ya citada de *Star Trek* u otras como *Doctor Who* o *El señor de los anillos*, migran desde los soportes analógicos al ciberespacio a medida que internet se convierte en una tecnología más accesible (en tres ámbitos: el de la conectividad, el del coste económico y el de la alfabetización digital de las personas), la comunidad de fans de Harry Potter se constituye ya desde sus primeros compases como nativa digital.

Para publicar relatos y otros textos *fanfiction*, los *fandom* recurren tanto a portales web temáticos ([The Leaky Cauldron](#) y [Mugglenet](#), en inglés, son los más conocidos para el *potterverso*, pero los encontramos también en otros sistemas lingüísticos, como [Oclumência](#), portugués de Brasil, o [Potterficsy Harrylatino.org](#), en lengua española) como a otros *multifandom* que alojan a diferentes comunidades de fans.

Es el caso, por ejemplo, de [Fanfiction.net](#), creado en 1998 (Weeks 2004), donde se registra la primera publicación de un *fic* de Harry Potter en 1999 (Chandler 2005). [Fanfiction.net](#) tenía en 2023 más de 12 millones de usuarios registrados y cerca de un millón de entradas ligadas al *potterverso*, el doble de las que se cuentan para las historias deudoras del manga/anime japonés Naruto, cuyos seguidores conforman el segundo *fandom* por volumen de publicación en este portal.

En la actualidad, la plataforma [Wattpad](#), que cuenta con apps para dispositivos móviles, suma más de 90 millones de usuarios que no solo leen y suben *fanfics* (2), sino que también escriben textos originales. De todos modos, [Wattpad](#) forma parte desde 2021 de Naver (3), una compañía surcoreana de la industria del entretenimiento, y ha firmado acuerdos con gigantes del sector editorial como Harper Collins o

Penguin Random House para imprimir y poner a la venta en librerías historias de la plataforma seleccionadas por una inteligencia artificial (Merino 2019, Torquemada 2020). El ejemplo de Wattpad sirve, asimismo, para ilustrar los difíciles equilibrios entre la acción corporativa, la acción de los fans y la de las zonas grises.

Un tercer portal *multifandom* que tenemos en cuenta en esta investigación es [Archive of Our Own](#), con 7,5 millones de usuarios (septiembre 2024) y que nos interesa porque forma parte de la [Organization for Transformative Works](#), una entidad sin ánimo de lucro y creada con el objetivo de investigar, divulgar, promover y preservar la cultura fan. *Archive of Our Own* se ejecuta en código abierto y fue el lugar escogido para la publicación, entre 2017 y 2018, de uno de los *fanfics* (de Harry Potter o de cualquier narrativa de la cultura pop) más exitosos de todos los tiempos; se trata de [All the Young Dudes](#), firmado por la usuaria MSKingBean89, que se hizo especialmente popular en el invierno de 2020 y 2021 gracias a la red social de TikTok. *All the Young Dudes* ha alcanzado un público de más de 15 millones de lecturas en *Archive of Our Own* y ha sido traducido (4), colaborativamente, por parte de miembros registrados de la propia plataforma, a más de una veintena de lenguas, algunas tan periféricas en la cultura global como el finés o el bielorruso.

*All the Young Dudes*, que para una de nuestras informantes ha superado con creces la calidad y la emoción del original de JK Rowling, es una novela larga, de más de medio millón de palabras, que cuenta una historia de amor entre dos de los integrantes de la pandilla del padre de Harry Potter, conocidos como los Merodeadores. Sabemos por Rowling que los Merodeadores estudiaron en Hogwarts durante los años setenta del siglo XX, pero poco o nada están desarrolladas las historias de estos personajes. Escribir *fanfiction* supone empezar la construcción poética de nuestro mundo; en este caso, del *potterverso*, desde los espacios en blanco de la historia.

La autoría es ejercida por mujeres jóvenes, adolescentes incluso (Jenkins 1992, Hills 2002, Scott 2011). En el caso concreto de quienes escriben *fanfics* de Harry Potter, la investigación de Duggan (2020) en *Archive of Our Own* determina que en esta plataforma únicamente un 13,39% se declara de género masculino, mientras que un 50% se dicen de género femenino y un 21% se define como no binarios. Además, ninguno de los usuarios registrados como autores de *fanfiction* de Harry Potter se identifica como heterosexual.

Desde los márgenes de internet, situadas en un lugar adonde no ha llegado todavía el entramado corporativo, las autoras buscan esos subterfugios, esos caminos sin desbrozar que no se recorren en la línea principal y oficial de la historia: eligen diferentes protagonistas para contarlas e incluso se insertan ellas mismas en la historia y viven un romance con el protagonista o con un secundario o secundaria. Alteran el tiempo y el espacio de las historias, las lealtades de los personajes e, incluso, los presentan en un mundo sin magia o mezclados con personajes de otras narrativas de la cultura pop.

Emplean un tecnolecto, un *fanspeak* (Scolari 2013) que además de identificarlas como seguidoras de Harry Potter es su marca ante el mundo como fans: la puerta de entrada para contactar con otras personas que son capaces de decodificar un código que emplea el adjetivo *smut* para caracterizar los *fanfics* de contenido sexual explícito o que también se entregan al *shippeo*, es decir, a escribir historias románticas en las que sus personajes favoritos se unen en una relación afectiva, aunque sea con una buena dosis de *angst* o angustia (usan el mismo vocablo que la filosofía de Heidegger), y cocinada a fuego muy lento o, lo que es lo mismo, *slow burn*.

Aprovechan las autoras las escenas perdidas, rellenan los huecos (Scolari 2013): la obra nace también de un equilibrio entre la fascinación y la decepción (Jenkins 2007). Cualquier resquicio es una oportunidad para seguir adelante, muchas veces para construir historias de reparación cuando el final de una trama o el devenir de un personaje no les ha gustado o les ha sabido a poco. Esta acción creadora del *fandom* resulta fundamental para desarrollar la narrativa transmedia de Harry Potter, para propagar el mensaje, ya que la cultura fan comporta también cierta vocación evangelizadora.

### 3.1. Del canon al *fanon* y del prosumo al *emerec*

La producción del *fandom pottérico* en internet va más allá de la creación artística o de la ficción y encontramos también *wikis*, diccionarios, tesauros, bestiarios y ensayos de corte académico, además de millones de comentarios en foros y redes sociales con especulaciones y teorías sobre las tramas, los personajes o sus adaptaciones a diferentes soportes. Estos materiales funcionan como un fondo documental de consulta para las autoras de *fanfics* y acaban por conformar un *fanon* (Romano 2016,

Epicboss67 2021, Fanlore.org rec. en 2024), no sin procesos de negociación y consensos. Este *fanon* en ningún momento tiene por qué acomodarse al canon, a la versión sancionada por la autoría y por el entramado corporativo, para ser aceptado ampliamente por la comunidad.

Habitualmente se enmarca la creación de *fanfiction* en las coordenadas del prosumo, una noción extraída de la novela de ciencia ficción *The Third Wave* (Toffler 1979) para denominar la forma de comunicación de una tercera ola de la humanidad que, en el libro, se caracteriza por la descentralización, la desmasificación y la despersonalización. Los prosumidores son consumidores que pueden también producir contenidos, para sí mismos o para terceros. Tapscott rescata el concepto de prosumo para las ciencias de la comunicación y la cibernética en 1994, en los albores de la internet doméstica. En 2006, señala que el prosumo es, en efecto, una de las formas más características de la web 2.0, pero advierte de que los prosumidores crean valor añadido para las corporaciones sin recibir ningún tipo de retribución a cambio (5). Una explotación de fuerza de trabajo no pagada (García Canclini, en una entrevista con Scolari en 2019) e, incluso, autoexplotación neoliberal (Han 2021).

Sirve en este caso el ejemplo de Wattpad: el entramado corporativo procura inexorablemente el camino para obtener un beneficio de la labor altruista, entusiasta y entregada de los fans, que enmarcamos en el tercer espíritu del capitalismo (Perniola 2011). Sobre este aspecto, Jenkins, quien había loado las virtudes del prosumo en su *Convergence Culture* de 2006, se preguntaba solo cinco años después, con el anuncio del lanzamiento del portal web *Pottermore* (6), promovido por Rowling y por multinacionales como Warner Bros. y Sony, sino era un caballo de Troya llegado para apropiarse de toda la construcción del *potterverso* que habían desarrollado los fans por su cuenta en espacios creados a través de estrategias comunitarias y colaborativas (2011).

El propio Jenkins se refiere a las personas autoras de *fanfics* como “textual poachers” (1992). *Poacher* es la palabra que se usa en lengua inglesa para denominar a los pescadores furtivos y también a las personas que asaltan una propiedad al margen de la ley para jugar y hacer travesuras en ella. La escritura de *fanfics* ha supuesto más que una travesura, un desafío para las corporaciones desde los fanzines de los años setenta. En el caso concreto del *potterverso* registramos cómo los equipos legales de Warner Bros, que acababan de hacerse con la franquicia de Harry Potter, intentaron a principios de los dosmil cerrar las páginas donde se alojaban los escritos de los fans esgrimiendo la violación de los derechos de autoría, reproducción y distribución.

Gracias a la labor de archivo de entidades como la Organization for Transformative Works (<https://fanlore.org/wiki/PotterWar>) podemos leer hoy las cartas amenazantes que recibieron en 2001 niñas de 15 años como Heather Lawver (creadora de la website *The Daily Prophet*), Claire Field (*Harrypotterguide.co.uk*), Heidi Tandy (*FictionAlley*) o Catherine Chang (*HarryPotterNetwork.net*) en el contexto de un conflicto que se conoció como PotterWar a partir del nombre del portal web desde el que las fans, con la asesoría legal del abogado Alistair Alexandre, canalizaron la estrategia de defensa y contraataque. Para protegerse de las acciones legales que pudiesen surgir, las autoras comenzaron a escribir un *disclaimer*, como un contrato o una declaración de intenciones, una fórmula que integra ya la propia estructura de los *fanfics* y en la que se renuncia a cualquier retribución o reconocimiento de la propiedad intelectual y en la que se suele enfatizar que tanto la historia en la que se inspiran como los personajes pertenecen a JK Rowling y a Warner Bros. Seis meses después de empezar a mandar las primeras cartas, Warner Bros pidió disculpas y firmó una paz social con la comunidad de fans.

Consideramos que esta resistencia de la comunidad de fans de Harry Potter a renunciar a la creación de *fanfics* y a ser cooptada por la acción corporativa de la narrativa transmedia *pottérica* no podemos, en ningún momento, enmarcarla como prosumo. Así, rescatamos y reivindicamos la noción de *emerec* (Cloutier 1973), que frente a la trampa corporativa del prosumo nos ofrece una aproximación horizontal, empoderada e isonómica (Aparici y García-Martín 2018). *Emerec* viene de cruzar las palabras emisor y receptor y en la América de lengua española también se usa el término *emirec*. El *emerec* establece relaciones de igual a igual con otros *emerecs* y es posible en una sociedad altamente tecnificada con una elevada alfabetización digital; como *emerecs* no solo tenemos la capacidad potencial de ser emisoras y receptoras de contenidos, sino que lo hacemos tanto alterna y simultáneamente y siempre con agencia propia:

“Cada unha das integrantes da comunidade de fans de Harry Potter é un *emerec* en potencia; éo en tanto que consumidora ou público dos libros, as películas ou o *merchandising* e desde o momento no que elabora contidos relacionados: un fío de Twitter mentres ve a reposición de Nadal dos filmes da Televisión de Galicia, un meme a partir dunha fotografía dalgún dos personaxes que logo circulará



por un grupo de WhatsApp ou Telegram ou un capítulo de milleiros de palabras no *fanfic* que leva escribindo desde 2021 en Wattpad ou Archive of Our Own” (Veiga 2024: 99).

### 3.2. Rituales, performance, traducciones “podres” y *potterturismo* en las zonas grises

La acción del entramado corporativo detrás de Harry Potter, siempre con ánimo de lucro, implica, asimismo, la apertura de parques temáticos y la puesta en circulación de toda serie de objetos que van desde montajes de Lego hasta dulces y caramelos y otros alimentos creados a imagen y semejanza de los que aparecen en el texto de ficción, otros objetos de uso diario (pijamas, camisetas, mochilas, cosmética y ropa interior con motivos *pottéricos*) hasta muñecos FunkoPop o las varitas mágicas de los personajes principales del *potterverso*. Estos últimos tienen como propósito únicamente saciar la fiebre coleccionista de los fans, que no van a jugar con ellos, sino a exhibirlos en lugares privilegiados de su habitación o de su casa.

Por lo que respecta a las zonas grises, se refiere Scolari a acciones relacionadas con una narrativa contemporánea que si bien no están promovidas por aquellas personas o empresas que poseen los derechos de autoría, reproducción y distribución sí que responden a un interés de obtener una retribución (económica, publicitaria, marca personal) por parte de sus impulsores.

Sucede así con bienes de consumo puestos a la venta por artesanos (joyas y bisutería, diseños de camisetas, etc.) y con lo que denominamos *potterturismo* y *potterdestinos* (Veiga 2024: 123). En este caso, tenemos que distinguir entre tres tipos de espacios susceptibles de convertirse en *potterdestinos*:

1) Aquellos en los que Rowling escribió o se inspiró para escribir las novelas, como la cafetería The Elephant House o el cementerio de Greyfriars, ambos en Edimburgo (Escocia).

2) Emplazamientos a los que se hace referencia en los libros, como la estación de tren King’s Cross de Londres.

3) Lugares que funcionaron como localizaciones de las películas: distintos edificios de Oxford, la catedral de Durham o la playa de Freshwater West (Reino Unido) o los acantilados de Moher (Irlanda), así como el ferrocarril de vapor Jacobite, en las Tierras Altas de Escocia, que en los filmes aparece como el Expreso de Hogwarts, el tren que conduce a los adolescentes del mundo mágico a su escuela.

Con todo, en el ámbito del *potterturismo*, aunque predominan las zonas grises (los propios establecimientos y también los ayuntamientos o los organismos públicos de turismo), encontramos cómo se cruzan los intereses de los tres agentes que impulsan la narrativa transmedia: así, por ejemplo, las colas de fans que espontáneamente se formaban en la estación de King’s Cross acabaron por mover al entramado corporativo a instalar una tienda oficial de *memoriabilia* de Harry Potter. Tenemos en cuenta, además, que una fotografía en Instagram o un vídeo de TikTok funcionan a modo de efecto llamada, ya que la cibercultura acelera y multiplica los impactos y porque asistimos a una mercantilización del ocio, del turismo y de la cultura en un mercado global que, bajo el pretexto de lo auténtico (compartimos aquí las reflexiones de Beatriz Santamarina y Camila del Mármol 2020 sobre el capitalismo de lo inmaterial), mapea la experiencia fan, intangible e inmaterial, en geografías de culto (traducimos la noción de *cult geographies* de Matt Hills 2002).

Del mismo modo, nos encontramos también a lo largo de esta investigación con cómo la acción del entramado corporativo es no solo cuestionada, sino que ve amenazados sus beneficios. Acontece así cuando tanto las zonas grises como el *fandom* burlan los plazos y los canales de la industria editorial a la hora de poner en marcha traducciones de Harry Potter. De esta forma, mientras encontramos al menos desde 2002 copias pirata e incluso apócrifos puestos a la venta en el mercado chino de las falsificaciones (Pomfret 2002, BBC News 2005, Reuters 2007, Potterglot 2023), también hemos recogido traducciones colaborativas realizadas por seguidores adolescentes, en unas pocas horas y a partir de los *fansites* en internet, desde el inglés original a otras lenguas como el francés, el español, el alemán o el hebreo (BBC News 2003, Turcic 2005, Roccas 2007, Willsher 2007); no con el propósito de ponerlas a la venta o conseguir algún lucro de ellas, sino para sortear el *hype* (7) y el *fear of missing out* (FOMO) (8), dos de las características que marcan los consumos (no solo los culturales) en la Galaxia Internet.

Entre nuestros informantes hallamos a quien ha accedido a traducciones “podres” (en gallego, “podridas”) o piratas a través de lugares del *fandom* en internet, para salvar los meses de diferencia entre la publicación de algunos volúmenes en inglés y las traducciones a lenguas como el español, y también a

quien directamente se ha leído toda la serie de libros de Harry Potter gracias a copias digitales gratuitas y distribuidas al margen de los canales del sector industrial del libro. Uno de nuestros entrevistados asegura que lee fundamentalmente en la pantalla del ordenador y que lleva a imprimir y encuadernar “con canutillo” aquello que le interesa más.

La peregrinación y el ritual forman parte de las culturas fan, en donde la apostilla “de culto” que se suele emplear no está en ningún caso secularizada (Hills 2002); la invención de la tradición, en el mundo contemporáneo, tiene siempre más posibilidades de éxito, de permanecer, si está sustentada en la comunidad y en otras tradiciones que esta comunidad reconoce (Hobsbawm 1993). Sucede así con la acción de los fans de Harry Potter que escogen el camino de lo performativo, que no es sino el futuro del ritual (Schechner 1993).

En esta acción de vocación performativa y *offline* de los fans de encontramos desde el juego simbólico infantil, que nuestros informantes refieren en familia y en los recreos del colegio, hasta el *cosplay*, un término acuñado por Myrtle R. Douglas, miembro de la sociedad de ciencia ficción de Los Ángeles en las décadas centrales del siglo XX (Culp 2016). *Cosplay* amalgama las palabras *costume* (disfraz) y *play* (interpretar) y es un modo de aprehender las cualidades de nuestro personaje favorito de una narrativa transmedia y más que representarlas, encarnarlas, sobre todo, en convenciones y encuentros con otras personas del *fandom*.

Igualmente, registramos la gamificación de currículos escolares de primaria, la creación de bandas de rock, espectáculos musicales y teatro *pottérico* y también la puesta en marcha de competiciones estatales e internacionales de *quidditch*, el deporte mágico al que juegan los protagonistas de Harry Potter en los libros y las películas, que en 2010 constituyó una [International Quidditch Association](#) (en la actualidad, la denominación es International Quadball Association) y cuyas peculiaridades y lesiones se estudian en la actualidad en los programas de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (González-Coto y otros 2023 y Viéitez 2019).

#### **4. Conclusión: el *potterverso* es una historia de convergencia, fricciones y equilibrios**

Al abordar un fenómeno de la cultura de masas contemporánea, como es la narrativa transmedia de Harry Potter, desde una perspectiva antropológica ponemos en el centro a la comunidad de seguidores, al *fandom*, y somos capaces de identificar una serie de herramientas, mecanismos y procesos que resultan determinantes para activar los resortes emocionales que lubrican y empujan el éxito de un bien de consumo cultural.

Hemos visto que la expansión y el progreso de una narrativa transmedia dependen de la acción de un entramado corporativo que se vuelve más difícil de desentrañar a medida que el producto cultural va siendo más rentable, pero también de lo que Scolari denomina zonas grises, al margen del entramado corporativo pero que buscan un beneficio (pecuniario, proyección, marca personal, etc.). La tercera acción en discordia es la de una comunidad de fans que dista mucho de ser consumidora pasiva de sus libros o películas favoritas.

El *fandom* de Harry Potter, como nativo digital, se constituye desde la segunda mitad de los años noventa del siglo XX y sus primeros locales de reunión son los sin-lugares (Martín-Barbero 2003) del ciberespacio. Aún más: el hecho de que surjan al mismo tiempo internet y el *potterverso* como una tecnología y una narrativa transmedia, respectivamente, emergentes hace de Harry Potter un epítome de la cultura de la convergencia (De Sola Pool 1983, Jenkins 2003).

Cuando nos acercamos al *fandom* de Harry Potter comprobamos que están ahí el ánimo coleccionista y la pulsión evangelizadora, comunes a todas las culturas fans, y también el afán por recorrer las geografías de culto, tanto físicas como digitales, como un mandato de peregrinación simbólica que funciona como un ritual de pertenencia (Brooker 2007). Con todo, tanto el *potterturismo* como las acciones performativas del *fandom*, o incluso la pura adquisición de objetos de mercadotecnia, están mediatizados por una cibercultura que trasciende los progresos y avances técnicos, ya que supone unos nuevos hábitos, una forma distinta de comunicación, de creación y de consumos (culturales y no solo).

En la sociedad transmoderna se imponen las experiencias únicas, que duran lo que una *story* de

Instagram, y una autenticidad de TikTok; constatamos de qué forma tanto las zonas grises como el entramado corporativo sacan provecho de los *potterdestinos* señalados y habitados con mimo y afecto por el *fandom* y, por tanto, de una conexión emocional que alimenta la economía de lo intangible (Santamarina y Del Mármol 2020) del tercer espíritu del capitalismo (Perniola 2011).

Esta fricción entre la acción del *fandom*, la del entramado corporativo y la de las zonas grises se percibe, de igual modo, en la creación y publicación de *fanfiction*, la actividad de una comunidad de fans que mejor encarna la premisa de construcción poética de un mundo, uno de los siete requisitos que Warner (2012) establece para que un grupo humano, como es una comunidad de fans, se constituya como público.

La escritura de *fanfic* no nace ni con internet ni con Harry Potter, pero lo cierto es que sí que encuentra en el ciberespacio un lugar inmejorable para expandirse, gracias a una tecnología que desafía los límites de los soportes físicos y que proporciona, cada vez, herramientas más sofisticadas y accesibles para mutilar, malear y expandir a nuestro gusto nuestras historias favoritas, pero, sobre todo, en virtud de una cibercultura de convergencia e inteligencias colectivas (Lévy 1994) que nos permite una alfabetización adecuada y un reciclaje continuo de los saberes que son precisos para operar en internet.

A partir de los *fanfics* y también gracias a producciones textuales y multimedia de no ficción, la comunidad de fans de Harry Potter ha sido capaz de crear y consensuar un corpus de conocimientos propio, el *fanon*, que desafía el canon oficial sancionado por el entramado corporativo. Al mismo tiempo, el *fandom* también ha tenido que organizar estrategias de defensa ante la maquinaria de los depositarios de los derechos de autoría, reproducción y distribución, que procuran una y otra vez cooptar el trabajo fan, entusiasta y gratuito.

Inferimos, finalmente, que podemos encuadrar esta acción de la comunidad seguidora de Harry Potter mejor en las coordenadas del *emerec* (Cloutier 1973) que en las del *prosumo* (Toffler 1979), que se corresponde –esta última– con la que se suele adjudicar a los procesos de comunicación en las cuatro décadas que llevamos de cibercultura.

---

## Notas

1. En la materialidad de las tecnologías de la comunicación contemporánea se cruzan las ciencias sociales y la geología. La combinación de la noción de Antropoceno, acuñada por Crutzen en el año 2000 para la actual era geológica, con la obscenidad de los deseos y efectos tecnológicos de la humanidad sobre el planeta llevan a Parikka a desarrollar el término Antropobsceno.

2. En Wattpad fue publicada como un *fanfic* de *Crepúsculo* (Stephenie Meyer) la historia que daría lugar a *50 sombras de Grey*, de E. L. James, que después sería impresa por una editorial independiente australiana y llevada al cine en una trilogía protagonizada por Dakota Johnson.

3. <https://company.wattpad.com/blog/naver-completes-wattpad-acquisition>

4. Sobre la traducción colaborativa de *fanfiction* resulta muy interesante el trabajo de Fabíola Reis (2017; con Leal y Stallaert 2014 y 2018). Reis aborda la labor, el sistema de organización y las rutinas de un grupo constituido en Brasil por 33 traductoras, dos *beta readers* (que es el nombre que reciben las personas encargadas de la corrección de estilo de *fanfics*) y varias decenas de colaboradoras que entre 2009 y 2015 se encargaron de traducir *fics* de *Crepúsculo* del inglés al portugués de Brasil.

5. Recomendamos en este punto la obra de la periodista Naiara Puertas, tanto en su monografía *Al menos tienes trabajo* (2019), como a partir de los ensayos publicados en su bitácora *Domingos en Chándal*: “Haciendo carrera por poner cuantos más @loquesea en la bio de Twitter. Podemos llamarlo demanda de marca personal o como queráis. Pero no sé si se ha analizado lo suficiente cómo este giro mercantil captura la subjetividad de esos periodistas, que lo esgrimen como su derecho al trabajo (derecho al trabajo = deber de trabajar). Veo todos los días a periodistas y tertulianos muy “anticapitalistas” cuya ventaja ante otros colegas es su disposición a estar en todos los saraos, cosa que ahora mismo no solo no es anticapitalista, sino que es capitalismo que te corre por las venas” (Nai 2019). <https://domingosenchandal.com/2019/04/02/por-que-tu-medio-de-comunicacion-se-esta-convirtiendo-en-una-empresa-de-eventos/>

6. Pottermore fue reemplazado en octubre de 2019 por otro portal oficial, The Wizarding World of Harry Potter (<https://www.wizardingworld.com/es>).

7. Es una forma apocopada del vocablo inglés *hyperbole*, que se corresponde con el tropo de la hipérbole, y está ligado a la exageración y ubicuidad de la promoción de los bienes y productos de la industria cultural contemporánea y las necesidades, la mayoría de las veces ficticias, que crean en las audiencias y consumidores.

8. *Fear of Missing Out* (FOMO), significa, literalmente, temor a perderse algo, a que suceda algo mientras nosotras miramos hacia otro lado. Lo relacionamos con el síndrome de la impaciencia que Bauman diagnostica a la sociedad líquida (2000).

---

## Bibliografía

Aparici, Roberto (y David García-Martín)

2018 “Prosumidores y emirecs: análisis de dos teorías enfrentadas”, *Comunicar*, nº XXVI (55): 71-79. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-07>

Bacon-Smith, Camille

1992 *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.

Barthes, Roland

1957 *Mythologies*. Les Lettres Nouvelles.

Boellstorff, Tom (y otros)

2012 *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton, Princeton University Press.

Brooker, Will

2007 “A Sort of Homecoming: Fan Viewing and Symbolic Pilgrimage”, en Jonathan Gray y otros (eds.), *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. Nueva York, New York University Press: 149-164.

Castells, Manuel

2001 *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, Areté.

De Sola Pool, Ithiel

1983 *Technologies of Freedom*. Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press.  
<https://doi.org/10.2307/j.ct.vjz83s4>

Duggan, Jennifer

2020 “Who writes Harry Potter fan fiction? Passionate detachment, ‘zooming out’ and fan fiction paratexts on AO3”, *Transformative Works and Cultures*, nº 34. <https://doi.org/10.3983/twc.2020.1863>

García Canclini, Néstor

1989 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México D. F., Grijalbo.

Gitelman, Lisa

2006 *Always Already New*. Cambridge (Massachusetts), MIT Press.

Greco, Clarice

2015 “Fandom as an object and the objects of fandom. Interview with Matt Hills”, *Matrizes*, nº 9 (1).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p147-163>

Guerrero Pico, María del Mar

2016 *Historias más allá de lo filmado: Fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra. Tesis doctoral. <http://hdl.handle.net/10803/385849>

Hammersley, Martyn (y Paul Atkinson)

1994 *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona, Paidós.

Han, Byung-Chul

2012 *La sociedad del cansancio*. Barcelona, Herder.

Hills, Matt

2002 *Fan Cultures*. Routledge & CRC Press.

Hobsbawm, Eric

1992 "Mass-Producing Traditions: Europe, 1870-1914", en Eric Hobsbawm y Terence Ranger (eds.), *The Invention of Tradition*. Cambridge (Reino Unido), Cambridge University Press: 263-309.

Horkheimer, Max (y Theodor W. Adorno)

1998 *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid, Trotta.

Jenkins, Henry

2003 "Transmedia Storytelling", *MIT Technology Review*.

<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

2007 "Fan fiction as critical commentary", *Pop Junctions*.

[https://henryjenkins.org/blog/2006/09/fan\\_fiction\\_as\\_critical\\_commen.html](https://henryjenkins.org/blog/2006/09/fan_fiction_as_critical_commen.html)

2012 *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Reino Unido, Taylor & Francis Group.

Jenkins, Henry (y Suzanne Scott)

2012 "Textual Poachers, Twenty Years Later: A Conversation between Henry Jenkins and Suzanne Scott", *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Reino Unido, Taylor & Francis Group: vii-l.

Landow, George P.

2006 *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*. Baltimore, Johns Hopkins UP.

Lévy, Pierre

1994 *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. París, La Découverte.

Martín-Barbero, Jesús

2003 "Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades", *Revista Iberoamericana de Educación*, nº 32: 17-34. <https://doi.org/10.35362/rie320917>

McLuhan, Marshall

1985 *La galaxia Gutenberg*. Barcelona, Planeta-Agostini.

Negroponte, Nicholas

2015 *Being Digital*. Nueva York, Knopf Doubleday Publishing Group.

Parikka, Jussi

2014 *The Anthroscence*. Mineápolis, University of Minnesota Press.

Perniola, Mario

2011 *Berlusconi o il '68 realizzato*. Milán, Mimesis.

Piscitelli, Alejandro G.

2012 "Las 'Digital Humanities' y cómo pensamos en la era de la analítica cultural", *Filosofitis*.

<https://www.filosofitis.com.ar/2012/12/24/las-digital-humanities-y-como-pensamos-en-la-era-de-la-analitica-cultural/>

Puertas, Naiara

2019 *Al menos tienes trabajo*. Valencia, Antipersona.

Rasporich, Beverly (y David Taras)

2001 *A Passion for Identity: Canadian Studies for the 21st century*. Scarborough (Ontario), Nelson Thomas Learning.

Reis, Fabíola do Socorro Figueiredo dos  
2017 *Ficção e traduções de fãs na internet: um estudo sobre reescrita, colaboração e compartilhamento de fanfictions*. Amberes, Universiteit Antwerpen, Bélgica, y Belem, Universidade Federal do Pará. Tesis doctoral.

Reis, Fabíola do Socorro Figueiredo dos (e Izabel Leal)  
2014 "Ler, escrever e traduzir fanfictions: os limites entre autoria, adaptação e tradução", *XIV Abralic. Universidade Federal do Pará*.  
[https://abralic.org.br/anais/arquivos/2014\\_1434478560.pdf](https://abralic.org.br/anais/arquivos/2014_1434478560.pdf)

Reis, Fabíola do Socorro Figueiredo dos (y otros)  
2018 "Traduções colaborativas: o caso das fanfictions", *Ilha do Desterro*, nº 71 (2): 93-107.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/2175-8026.2018v71n2p93>

Rodríguez Magda, Rosa M.  
1989 *La sonrisa de Saturno. Hacia una teoría transmoderna*. Barcelona, Anthropos.

Rowling, Joanne K.  
1997 *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Londres, Bloomsbury.

Sandvoss, Cornel  
2005 *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge (Massachusetts), Polity.

Santamarina, Beatriz (y Camila del Mármol)  
2020 "Para algo que era nuestro... ahora es de toda la humanidad: el patrimonio mundial como expresión de conflictos", *Chungará*, nº 52 (1): 161-173.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562020005000301>

Sauerberg, Lars Ole  
2009 "The Gutenberg Parenthesis: Print, Book and Cognition", *Orbis Litterarum*, nº 64 (2): 79-80.  
<https://doi.org/10.1111/j.1600-0730.2009.00962.x>

Schechner, Richard  
1993 *The Future of Ritual: Writings on Culture and Performance*. Nueva York, Routledge & CRC Press.

Scolari, Carlos Alberto  
2008 *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa.  
2013 *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Bilbao, Deusto.  
2014 "Transmedia Critical Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone", *International Journal of Communication*, nº 8: 2382-2405.  
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2576>  
2020 *Cultura snack*. Buenos Aires, La Marca Editora.  
2021 "Adiós sociedad líquida. Bienvenida sociedad gaseosa", *Hipermediaciones*.  
<https://hipermediaciones.com/2021/08/13/adios-sociedad-liquida-bienvenida-sociedad-gaseosa/>

Scott, Suzanne  
2011 *Revenge of the fanboy: Convergence culture and the politics of incorporation*. Los Ángeles, University of Southern California. Tesis doctoral. <https://search.proquest.com/docview/884317368>

Stallaert, Christiane  
2023 "Treinta años de Camino: Lectura sintomática de un mundo en movimiento", en Elena Freire Paz y Marta Veiga Izaguirre (eds.), *Sendas sin atajos: Caminos de la antropología*. Valencia, Tirant Humanidades: 45-63.

Tapscott, Don  
1994 *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Nueva York, McGraw-Hill.

Tapscott, Don (y Anthony D. Williams)  
2006 *Wikimonics: How Mass Collaborattion Changes Everything*. Nueva York, Portfolio.

Thompson, John B.

1998 *Los media y la modernidad*. Barcelona, Paidós.

Toffler, Alvin

1979 *The Third Wave*. Nueva York, William Morrow & Company.

Veiga Izaguirre, Marta

2024 *Hexemonía e maxia: a pedra filosofal das narrativas transmedia na era "fanfiction"*. Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela. Tesis doctoral.

Woolf, Virginia

1929 *A Room of One's Own*. Londres, Hogarth Press.

Yáñez Anllo, María (dir.)

2022 *O outro lado da pantalla. Unha historia underground da internet galega*.

<https://vinte.praza.gal/multimedia/o-outro-lado-da-pantalla-unha-historia-underground-da-internet-galega>

Zafra, Remedios

2010 *Un cuarto propio conectado: (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo*. Madrid, Fórcola Ediciones.

2017 *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona, Anagrama.

---

## Mediateca

BBC News

2003 "Harry Potter and the Bad Translator", *BBC News*, 3 de septiembre.

[http://news.bbc.co.uk/cbbcnews/hi/uk/newsid\\_3079000/3079170.stm](http://news.bbc.co.uk/cbbcnews/hi/uk/newsid_3079000/3079170.stm)

2005 "Pirate Chinese Potter books sold", *BBC News*, 1 de agosto.

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4734161.stm>

Epicboss67

2021 "What is fanon?", *Reddit*, 7 de diciembre.

[www.reddit.com/r/HPfanfiction/comments/rap7i3/what\\_is\\_fanon/](http://www.reddit.com/r/HPfanfiction/comments/rap7i3/what_is_fanon/)

Fanlore

2023 (rec.) "Fanon", *Fanlore.org*.

<https://fanlore.org/wiki/Fanon>

2024 (rec.) "PotterWar", *Fanlore.org*.

[https://fanlore.org/wiki/PotterWar#cite\\_note-5](https://fanlore.org/wiki/PotterWar#cite_note-5)

Merino, Marcos

2019 "Wattpad lanza su propia editorial y recurre al deep learning para decidir qué historias publicar", *Xataka*, 1 de febrero.

<https://www.xataka.com/inteligencia-artificial/wattpad-lanza-su-propia-editorial-recurre-al-deep-learning-para-decidir-que-historias-publicar>

Pomfret, John

2002 "Chinese Pirates Rob 'Harry' of Magic, and Fees", *The Washington Post* (Pekín), 1 de noviembre.

<https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2002/11/01/chinese-pirates-rob-harry-of-magic-and-fees/548f0f70-f054-40b8-ab6c-9f5b67160de6/>

Potterglot

2023 "Harry Potter and the Bewildering Chinese Abominations", *Potterglot*, 9 de marzo.

<https://www.potterglot.net/harry-potter-and-the-bewildering-chinese-abominations/>

Reuters

2007 "Harry Potter's magic can't beat Chinese pirates", *Reuters*, 9 de agosto.

<https://www.reuters.com/article/industry-arts-potter-china-dc/harry-potters-magic-cant-beat-chinese-pirates-idUSPEK29273520070726/>

Roccas, Ronit

2007 "Harry Potter and the Internet Pirates", *Haaretz*, 30 de agosto.

[https://www.haaretz.com/2007-08-30/ty-article/harry\\_potter-and-the-internet-pirates/0000017f-dbe4-d3a5-af7f-fbeea8ec0000](https://www.haaretz.com/2007-08-30/ty-article/harry_potter-and-the-internet-pirates/0000017f-dbe4-d3a5-af7f-fbeea8ec0000)

Romano, Ajo

2016 "Canon, fanon, shipping and more: a glossary of the tricky terminology that makes up fandom", *Vox*, 7 de junio.

<https://www.vox.com/2016/6/7/11858680/fandom-glossary-fanfiction-explained>

Torquemada, Judith

2020 "La unión de Wattpad y Penguin Random House", *MEW Magazine*, 28 de agosto.

<https://mewmagazine.es/la-union-de-wattpad-y-penguin-random-house/>

Turcic, Alexander

2005 "Pirate translation of Harry Potter in record time", *MobileRead Forums*, 23 de julio.

<https://www.mobileread.com/forums/showthread.php?t=4552>

Weeks, Linton

2004 "iT was a dark+stormy Nite...", *The Washington Post*, 1 de febrero.

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/2004/02/01/it-was-a-darkstormy-nite/34f00304-2626-40e0-937e-74ba45a959f4/>

Willsher, Kim

2007 "Youth arrested as Harry Potter is lost in translation", *The Guardian*(París), 9 de agosto.

<https://www.theguardian.com/world/2007/aug/09/books.france>