



Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencia Política y Relaciones
Internacionales
Licenciatura en Comunicación Social

Producciones Fan-made humorísticas en
Facebook. Análisis de caso: Fuck Yeah
Harry Potter



Directora: Silvana Comba

Alumna: Ariadna Lumila Navone Sarubbi

Fecha: 18/04/16

Abstract

Facebook es una de las redes sociales más características de la denominada web 2.0, en donde la participación es fundamental, y sus fan pages constituyen el espacio principal en el que esta participación queda mejor plasmada. Al crearlas, los administradores tienen la posibilidad de publicar contenido propio o de otros seguidores, que luego puede ser comentado y viralizado por quienes tienen una cuenta.

De esta forma, desde la creación de Facebook, han surgido centenares de páginas de diversas temáticas y con diferentes tipos de seguidores y repercusión. Dentro de ellas se encuentra Fuck Yeah Harry Potter, una página creada a finales del 2011 por fans de la saga chilenos que conjuga principalmente las herramientas proporcionadas por Facebook, la producción humorística por parte de sus fans y el lenguaje propio de los jóvenes latinoamericanos.

Este trabajo intenta dar cuenta del lenguaje y la apropiación por parte de quienes son seguidores de Harry Potter, dentro del contexto de una plataforma que constantemente está transformándose y brindando herramientas a que amplían la participación a sus usuarios.

Palabras claves

Facebook – Fan Pages – Harry Potter – Fans – Humor – Latinoamérica – Memes

Índice

Capítulo I.....	4
Capítulo II: Marco teórico.....	8
Capítulo III: Metodología.....	18
Capítulo IV: Resultados.....	22
Capítulo V: Bibliografía.....	43

Capítulo I

**LE DEDIQUÉ UNA CITA DE HARRY POTTER A
UNA MINA**



**DIJO QUE LE GUSTABA
CREPÚSCULO**

Introducción

Hacia finales de 2009 salía a la luz el tráiler que anunciaba que el último libro de Harry Potter sería adaptado en dos películas, lo cual ya era de conocimiento general entre los fans de la saga. Así, a medida que se acercaban las fechas de ambos estrenos crecía la expectativa de los fans ante el inminente “final”.

En julio de 2011, a días del estreno de la última adaptación cinematográfica, los seguidores de Harry Potter ocupaban el centro de la escena no solo por sus apariciones públicas y sus preparativos, sino también por las especulaciones sobre cómo afrontarían el final de una saga que se había prolongado durante más de diez años.

Siempre se hablaba de “final” como si al haberse publicado el último libro (en julio de 2007) y estrenado la última película no hubiera posibilidades de que la historia continuara por otros canales. Algo similar había ocurrido con otras sagas anteriormente, pero esta vez los fans contaban con una herramienta nueva: las redes sociales, que les permitían crear fans clubs no solo regionales, sino también a partir de frases de la saga como puntos de unión.

Facebook, una de las redes sociales más populares de los últimos años, brindaba la posibilidad de crear decenas de páginas, algunas de las cuales se titulaban como la saga, como algunos de sus personajes, con algunas frases de los libros (“Si no quedas en gryffindor, te desheredo”) o con expresiones de sentimientos referentes a la saga (“Ni si quiera un obliviate me va a sacar a Harry Potter de mi vida”, “Harry Potter: No Es El Final, Es El Comienzo De Una Leyenda”). Más allá de este tipo de páginas apareció “Fuck Yeah Harry Potter”, que combinaba el nombre de la saga con el de un meme.

El caso de esta página es por demás de llamativo por diversos motivos: no sólo despertó el interés de los fanáticos de la saga (al igual que otras tantas páginas de la misma temática), sino que generó sus propios admiradores, algunos de los cuales trasladaron su “estilo” a otras sagas o partes de la saga pottérica (tal es el caso de “Fuck Yeah el señor de los anillos”, “Fuck Yeah Hufflepuff”, “Fuck Yeah Los Juegos del Hambre”) mientras que otros crearon páginas de fans como “en honor a Fuck Yeah Harry Potter” y “adoro la página Fuck Yeah Harry Potter”.

Planteo del problema

Dentro de la inmensa población de Facebook, solo una pequeña porción se dedica a crear, administrar y difundir fan pages de diversas temáticas. Dentro de las más populares se encuentran aquellas que refieren a anécdotas personales enviados por los usuarios y publicadas con cierto modelo estético, que puede variar a lo largo de las publicaciones. ¿Qué es lo que lleva a esta minoría a dedicar su tiempo libre de esta forma? ¿De dónde provienen estas ideas? ¿Por qué algunas fan pages son más populares que otras que se dedican casi a la misma temática o que apuntan al mismo público? ¿Cuánto influye la estética de las imágenes que luego se viralizan? ¿Cuánto el boca a boca? ¿Qué tiene más peso?

Sin embargo, no todas las fan pages que podrían considerarse populares, tanto por la cantidad de seguidores como la interactividad que producen, apuntan a públicos tan amplios como el de las personas que han tomado algún taxi (“Me lo contó un tachero”), que han asistido a la universidad (“Me pasó en la facultad”) o han ido a un albergue transitorio (“Me pasó en un telo”).

Dentro de este otro grupo pueden encontrarse fan pages administradas por fanáticos de diversas series de televisión o sagas literarias: “Yo soy pottérica, narniana y tributo”; “Tributos, cazadores de sombras, magos y vampiros”; “Distrito 9 3/4”; “Fuck Yeah Harry Potter”. Sobre esta última voy a detenerme en mi trabajo, no solo para abordar las cuestiones que ya me he planteado, sino también para tratar de resolver otros interrogantes: ¿Se podría demarcar con exactitud un grupo específicos de personas a quienes se dirigen estos sitios? ¿Basta con ser un mero espectador o lector de estas sagas para llegar a comprender las publicaciones de estas fan pages? ¿Qué es lo que debe tener presente alguien para captar el significado y el chiste, en aquellas publicaciones humorísticas?

Al ser los fanáticos la esencia de estas fan pages, ya que conforman su público y sus productores, y al considerarlos como “productores activos y manipuladores de significados”, según Jenkins, ¿cuáles son los elementos que toman para crear estos nuevos significados? ¿De dónde provienen? ¿Cómo los combinan para hacerlos comprensibles para gran parte del público que los viraliza en la red social?

Objetivo general

- Analizar la producción de las piezas de humor gráfico publicadas en la fan page “Fuck Yeah Harry Potter”
- Comprender cómo los seguidores de la página participan o se apropian de las publicaciones

Objetivos específicos

- ✓ Describir las publicaciones que realiza la Fan Page con imágenes humorísticas durante su período inicial y de auge
- ✓ Caracterizar el lenguaje utilizado en la producción de las publicaciones humorísticas
- ✓ Caracterizar el lenguaje de los seguidores de la fan page, visible en los comentarios destacados de las publicaciones

Metodología

Dada la naturaleza del objeto a investigar, se apelará a la investigación cualitativa que “constituye un campo de investigación que entrecruza disciplinas, áreas y objetos de estudio”. Además, “es una actividad situada, que ubica al observador en el mundo. Consiste en una serie de prácticas materiales e interpretativas que hacen visible el mundo y lo transforman, lo convierten en una serie de representaciones (...) Implica un enfoque interpretativo y naturalista del mundo, lo cual significa que los investigadores cualitativos estudian las cosas en sus escenarios naturales, tratando de entender o interpretar los fenómenos en función de los significados que las personas les dan”. (Denzin, N y Lincoln, Y, 2011: 46-49)

Debido a que no existen casi investigaciones previas sobre este objeto de estudio específico, se requiere una investigación exploratoria para explorar e indagar sobre temas relativamente desconocidos. Tal como señala La Calle (2007), “La investigación exploratoria terminará cuando, a partir de los datos recolectados, haya sido posible crear un marco teórico y epistemológico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema”

Capítulo II:

Marco teórico



La web 2.0, el término que acuñara O'Reilly en "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", ya es hoy una realidad indiscutible. Si bien este término aún genera controversias en cuanto a su uso, se puede señalar que en esta nueva etapa, "la red digital deja de ser una simple vidriera de contenidos multimedia", como podría caracterizarse a la "web 1.0", "para convertirse en una plataforma abierta, construida sobre una arquitectura basada en la participación de los usuarios" (Cobo Romaní, 2007: 15)

Romaní y Kuklinski (2007) rescataron los siete principios constitutivos de la web 2.0, según O'Reilly: "la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo y las experiencias enriquecedoras de los usuarios".

A su vez, señalaron que "los jóvenes de los países ricos son los mayores consumidores de contenidos web gracias a su alfabetización digital, no obstante constituyen audiencias volátiles, sin respeto a los derechos de copyright, ni permeabilidad para recibir publicidad intrusiva, ni lealtades más allá de su propia comunidad". En estrecho vínculo con esta caracterización, Facebook, considerada como una de las redes sociales "más representativas" de la web 2.0, y más específicamente sus fan-pages administradas por los propios usuarios constituyen el eje de este trabajo. (Romaní, 2007: 37)

Facebook

Antes de adentrarnos en el concepto, no exento de polémicas entre los diferentes autores que lo han tratado, sobre qué es Facebook, repasemos un poco su breve e intensa historia.

Facebook hace su aparición en escena como thefacebook.com en la universidad de Harvard, como una versión digital de una publicación universitaria que reunía el perfil de los estudiantes y el personal. El sitio fue desarrollado por Mark Zuckerberg junto con Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin con el objetivo de "crear una red que permitiera a los estudiantes de esa casa de estudios conectarse entre sí". (Lopez y Ciuffoli, 2012: 28)

La respuesta del alumnado fue de tal magnitud que se amplió a otras universidades como Standford, Columbia y Yale, y a escuelas medias de ese país, adoptando definitivamente el nombre que lleva hoy en día. En diciembre de 2005, casi dos años desde su creación, contaba ya con 5,5 millones de usuarios activos. (Lopez y Ciuffoli, 2012)

Antes de convertirse en una “red pública y gratuita” para todas las personas mayores de 13 años que cuenten con correo electrónico, Facebook recibió millonarias inversiones por parte de Accel Partners, Greylock Partners y Meritech Capital Partners; y había incorporado muchas funciones como crear grupos, publicar fotos y notas y conectarse desde teléfonos móviles. (Lopez y Ciuffoli, 2012)

Tras esta apertura, Facebook incorporó las micropublicaciones sobre cada acción de un usuario en su perfil en la página principal, conocida hoy como “inicio” y la posibilidad de compartir e incorporar contenido de otros sitios. Debido a la aparición de usuarios de países que no hablaban necesariamente inglés, comenzó a traducirse a distintos idiomas contando con la colaboración de los propios usuarios y llegando a más de cien idiomas. (Lopez y Ciuffoli, 2012)

Por otro lado, fueron apareciendo páginas de personajes, actores, libros e incluso frases a las cuales se unía “haciéndose fan” y, si bien luego sería reemplazado por el “Me gusta”, el día de hoy son conocidas paradójicamente como “fan pages”. En esta ocasión, como en tantos otros que se sucederían más adelante, el cambio fue resistido por los usuarios que se agruparon en la página “Para que vuelva el hazte fan”.

A través del “Me gusta”, “los usuarios pueden manifestar su gusto o acuerdo en las publicaciones de sus contactos de la red” y “permitió conectar no solo los gustos del usuario dentro de Facebook, sino también las afinidades en otros sitios”, que formaban parte de Facebook Connect. Esta novedad que se había incorporado a fines del 2008 posibilitaba que los usuarios pudieran utilizar su identidad de Facebook en otros sitios y blogs, los cuales llegaron a 250.000 solamente en su primer año de funcionamiento. (Lopez y Ciuffoli, 2012: 31-33)

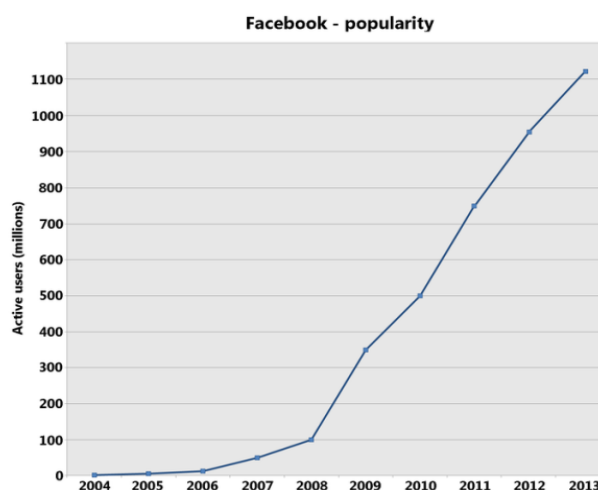
En abril de 2010 se lanzó el Protocolo Open Graph que permitía el acceso a “la base de datos de los usuarios que incluye información cualitativa invaluable sobre sus gustos y preferencias”; y una serie de “plugins sociales” para otros sitios que incluían los botones “Me gusta” y “Recomendar” con el objetivo de “generar una experiencia social y personalizada de navegación”. Éstos fueron incluidos principalmente en los sitios de los medios de comunicación para el espacio de comentarios de las noticias. (Lopez y Ciuffoli, 2012: 33-34)

A ocho años de haber sido creado, el 18 de mayo de 2012, “Facebook fue la primer empresa tecnológica en salir a la Bolsa con un valor inicial mayor a los 100.000 millones de dólares” y sus acciones, cuyo precio inicial era de 38 dólares, fueron las más negociadas el día de su debut, tal como publicó el diario La Nación¹. Sin embargo, el alza del valor accionario fue muy escaso y se presentaron problemas técnicos “que impidieron a inversores realizar sus operaciones”, por lo que el balance general no fue tan exitoso. Actualmente, el valor de cada acción ronda los 80 dólares.

¹ <http://www.lanacion.com.ar/1474625-historico-debut-de-facebook-en-la-bolsa>

De acuerdo con Wikipedia², las críticas a Facebook se dirigieron principalmente al aspecto relativo a la privacidad de los usuarios y más aún cuando se dio a conocer que la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos y otras agencias de inteligencia de otros países vigilaban “los perfiles de millones de usuarios y sus relaciones con amigos y compañeros de trabajo”.

Desde el ingreso casi irrestricto a toda persona que cuenta con correo electrónico, Facebook ha crecido a pasos agigantados, consagrándose como la red social más utilizada; y la cantidad de usuarios activos con los que cuenta se ha incrementado exponencialmente, tal como se puede ver en siguiente gráfico:



Fuente: <https://arenasuarez.wordpress.com/2014/02/10/facebook-como-herramienta-de-comunicacion/>

Los usuarios activos han superado los 1100 millones de usuarios alrededor del mundo, de los cuales el 47% se conecta todos los días, llegando a estar hasta 6 horas dentro de Facebook. Varias páginas³ que analizan las redes sociales resaltan como algo positivo que entre 2012 y 2013 hubo un crecimiento del 39% de usuarios móviles.

Sin embargo, dentro de este crecimiento exponencial de usuarios activos, una página web⁴ publicó una infografía de Finance Degree Center⁵ en la cual daban cuenta que Facebook había perdido un 23% de adolescentes, que migraron a otras redes sociales como Whatsapp, Vine, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.

Más allá de eso, las autoras Lopez y Ciuffoli (2012) destacan que “el camino de la evolución de Facebook es el de la transformación de una red social en un medio de información y comunicación que aglutina usuarios/audiencias alrededor de contenidos y se sustenta en un modelo publicitario”. A estas autoras podemos contraponer la diferencia que hace Verón (2007) entre los soportes técnicos, “las técnicas de

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

³ <http://conectarylisto.blogspot.com.ar/>

⁴ <http://www.clasesdeperiodismo.com/2014/01/12/una-infografia-sobre-el-crecimiento-de-facebook/>

⁵ <http://www.financedegreecenter.com/facebook/>

comunicación” que tiene una “historia social”, y los medios de comunicación: aquellos soportes que están “inscritos en modelos sociales”, utilizados “bajo ciertas modalidades en su producción, en su circulación y en su recepción”.

¿Red social, entorno hipermediático, mutante digital o medio digital?

Más allá de la claridad que hay en cuanto a los usos y posibilidades que brinda Facebook, a la hora de teorizar sobre él la controversia es tal que diferentes autores lo denominan de formas distintas con sus propios argumentos.

Rocío Luna (2013) habla de Facebook como un espacio que “posibilita un entorno hipermediático donde se producen constantemente modos de comunicación hipertextual”, en el cual “entramos y salimos de la plataforma y condensamos nuestros intereses interactuando con los intereses de miles de usuarios activos”.

Por su parte, Lopez y Ciuffoli (2012) utilizan el término “medio digital” pues éstos están “completamente alejados de la lógica del broadcasting – de uno a muchos – que se asientan sobre una arquitectura reticular – de muchos a muchos – y se distinguen por la colaboración activa de los usuarios”. Lev Manovich () amplía este concepto con cinco principios:

1. Representación numérica: Los productos de estos medios digitales que él llama “objetos” se componen de un código digital, que posibilita describirlos en términos matemáticos y manipularlos algorítmicamente.
2. Modularidad: Los elementos mediáticos, como las imágenes, audios, videos, formas o posts, se representan como colecciones “que se agrupan en objetos a mayor escala, pero que siguen manteniendo sus identidades por separado [...] Es posible acceder a sus partes, así como modificarlas o sustituirlas, sin que nada de ello afecte a la estructura global”

Como consecuencia de estos dos principios se dan los siguientes:

3. Automatización:
 - De bajo nivel: Los objetos mediáticos se crean a partir de plantillas o algoritmos simples
 - De alto nivel: Al utilizarse las computadoras para almacenar y acceder a enormes cantidades de material mediático, se hizo necesario crear formas más eficaces de clasificar y buscar
4. Variabilidad: Como “la cultura del ordenador” y la computadora sustituyen las constantes por variables, pueden existir infinitas versiones a partir de un mismo objeto mediático. Este principio nos permite conectar algunas características de estos medios digitales
 - La interactividad abierta se produce cuando alguna parte de la estructura permanece inmutable durante la interacción

- El hipermedia ofrece una red de elementos mediáticos individuales dentro de la cual las personas pueden navegar con cierta libertad; y esto permite que cada una de ellas tenga su propia versión, a partir del recorrido que realiza
 - Cuando se difunden las distintas versiones de algún objeto mediático, por lo general se considera “fuente” a aquella versión que comparte el mismo “soporte” que el objeto original
5. Transcodificación: Los medios digitales siguen mostrándose con una organización familiar para las personas aunque su estructura se basa en su “capa informática”, que se ha modificado con el tiempo. La forma en que “el ordenador modela el mundo, representa los datos” y permite trabajar, influye “en la capa cultural de los nuevos medios, en su organización, en sus géneros emergentes y en sus contenidos”

Sin embargo, por otro lado, Yus Ramos (2010) ha decidido catalogar a Facebook, junto con Tuenti y MySpace, como un sitio de red social que posibilita la creación y desarrollo de redes sociales y que define de las siguientes formas:

- ✓ “Servicios basados en la web que permiten que los individuos construyan un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articulen un listado de otros usuarios con los que poseen alguna forma de conexión, y vean e intercambien sus contactos con los de otros usuarios dentro del sistema
- ✓ Servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y, en general, mantenerse en contacto. Estas aplicaciones son la nueva forma en la que se representa nuestra red social, pero también son el modo en que se construye nuestra identidad on-line y el cauce mediante el que se agrega y comparte nuestra actividad en la red”

Posteriormente, presenta una tipología de sitios de redes sociales:

- Redes egocéntricas, que están conformadas por plataformas para redes constituidas por “perfiles inter-conectados”
- Redes comunitarias, conformadas por miembros vinculados por su nación, religión, clase social, raza u orientación sexual, entre otros
- Redes oportunistas, en las cuales los motivos que llevan a los miembros a afiliarse son considerados “racionales”, como por ejemplo, motivos profesionales
- Redes pasión-céntricas, o “comunidades de interés”, en las cuales las personas “comparten la pasión por un tema, afición o hobby”
- Redes para compartir, cuyo eje está en el contenido colgado por los usuarios (Yus Ramos, 2010: 139-141)

Dejando a un lado estas controversias teóricas, se puede asegurar que Facebook es una de las plataformas más características de la web participativa contemporánea, en

el cual los usuarios son los protagonistas, no solo porque su interconexión es la que posibilita su funcionamiento, sino también porque es el contenido que ellos suben el que circula de forma predominante.

A pesar de que los medios de comunicación y las empresas han desembarcado en Facebook, al igual que en otros sitios de redes sociales, la mayor actividad visualizada en el inicio se registra en las publicaciones, fotos y memes compartidos o subidos por los “amigos”.

La incorporación de las cuentas en páginas web externas y el uso de Facebook desde teléfonos celulares no dejar de ser una cuestión importante a la hora de abordar las cuestiones identitarias y los usos tecnológicos de hoy en día.

Facebookeros

A la hora de definir a las personas que utilizan Internet actualmente ciertos términos no llegan a reflejar la complejidad del fenómeno por la connotación de pasividad que implican, como por ejemplo al hablar de usuarios o internautas.

Una primera aproximación teórica podría ser el concepto *millennials* que utiliza Shane Smith para definir a los jóvenes de hoy en día, aquellos que en nuestro país y en Latinoamérica nacieron entre finales de los '80 y principios del 2000. Si bien esos años varían según los países, Joel Stein (2013) afirma que los *chicos del milenio* son similares alrededor del mundo: están obsesionados por la fama, coleccionan trofeos en su juventud, aceptan más las diferencias con las minorías, son serios, optimistas, idealistas, pragmáticos, soñadores, informados e inactivos a la vez.

Además, el concepto de webactores puede ser muy útil para caracterizar a los facebookeros, a todos esos usuarios activos de Facebook. Pisani y Piotet (2009) definen a los webactores como “esos internautas que se implican en los sitios web que visitan, cuando no los crean ellos mismos”, a diferencia de los internautas de la web 1.0 que solo utilizaban Internet para navegar y leer la información que publicaban las “organizaciones”.

El término webactor “explica mejor su capacidad de producir, actuar, modificar y dar forma a la web de hoy” pues “como usuarios activos, somos consumidores/creadores, lectores/escritores, oyentes/locutores, espectadores/productores (...) Nosotros generamos contenido, lo organizamos y lo modificamos a cada instante”. (Pisani y Piotet, 2009: 109-110)

Este contenido generado por los usuarios caracteriza principalmente a la web de hoy. Aproximadamente el 60% de los datos que se encuentran en la web los cuelgan los usuarios y según el fundador de Facebook, “el 25% del tráfico se realiza a través de las redes sociales” (Pisani y Piotet, 2009: 109-110)

Al inscribirse en Facebook, un webactor, tal como señalan Pisani y Piotet (2009) con tan solo unos clicks podrá relacionarse con miles de personas e “intercambiar,

compartir y organizar acontecimientos”. Los Facebookeros son personas que dedican importantes horas de su día a publicar fotos y estados, a compartir contenido de otras páginas, a viralizar imágenes y memes, a comentar publicaciones y fotos de sus amigos o de las fan pages que siguen. La mayor parte de la información que se encuentra allí es producida por los propios usuarios de la red social.

Los autores hablan además de “alquimia de las multitudes” pues el gran número de usuarios los define como “multitudes” y las contribuciones que realizan llegan a crear un conjunto cuyo valor es “mayor a la suma de sus partes”. “Cada actuación de los webactores conectados entre ellos con datos añade algo, un valor que no estaba” (Pisani y Piotet, 2009: 22- 24)

Esta alquimia produce una importante transformación en la web pues un gran número de webactores realizan sus actividades en forma colaborativa e interactiva, llegando a una cierta “apropiación de la web por parte de los webactores”, interconectados entre sí. (Pisani y Piotet, 2009: 23-24)

Sin embargo, esta alquimia no puede visualizarse en los perfiles personales de Facebook, donde prima la publicación de estados o fotos propias o la repetición de aquellos que son subidos por sus amigos. Es en los grupos y en las fan pages donde cada facebookero aporta y añade valor a lo que se publica.

Alvin Tofler planteó el concepto de prosumidor como una combinación entre productores y consumidores que siempre existió pero que se potenció con la aparición de internet. (Comba, 2013)

Si bien Facebook cuenta con centenares de fan pages institucionales de empresas y organizaciones, de famosos y políticos, existe un grupo de páginas populares que se dan a conocer gracias a la viralización de su contenido por parte de sus *seguidores* o *fans*.

Podemos partir de la diferencia que marca Levi Strauss (1964) entre el bricoleur y el hombre de arte para distinguir al diseñador amateur y administrador de las fan pages populares del diseñador gráfico profesional que trabaja en las páginas institucionales. El bricoleur utiliza fragmentos de obras ya existentes, “sobras y trozos”, que son considerados como “desviados” y “apartados de los usos tecnológicos normales”. Su técnica, el bricolaje ha producido resultados “brillantes e imprevistos” ya que parte de un sub-conjunto de la cultura.

En Comba, Toledo y otros (2013:35) podemos ver que “las tecnologías digitales proporcionan herramientas para democratizar la producción y, al hacerlo, cambian la relación entre productores y consumidores redefiniendo la dinámica de la cultura popular”. Dentro de esta cultura, se encuentran los memes pero, ¿qué son?

Memes

En un primer nivel, son “viñetas con caras y expresiones de débil diseño que los jóvenes usan”, y que crean a partir de “diversas opciones de plantillas” (Comba, 2013:34-38). En esto se puede visualizar nuevamente la distinción entre el diseñador gráfico profesional y el amateur. 34-38

Jenkins (2009) define al meme como “la apropiación y propagación de una idea en particular, presentada como texto escrito, imagen, lenguaje, movimiento o cualquier unidad de tipo cultural” y como “la estructura de la imagen en sí”, que implica una yuxtaposición y por lo general una orientación humorística.

La producción de los memes es inherente a la cultura participativa, que propicia su mutación a partir de las ideas que son transformadas, reconvertidas o deformadas” al pasar de mano en mano. En relación a esto, Jenkins (2011) plantea un modelo propagatorio que “asume que la resignificación y la transformación del contenido mediático agrega valor”.

Además, los memes “constituyen una práctica de producción cultural que integra diferentes lenguajes a partir de los cuales los jóvenes se expresan”, según Comba, Toledo y otros (2013:37). Retomando el concepto de bricoleur, “la gente usa las herramientas a su disposición para explicar el mundo que los rodea” y tal como señala Jenkins (2011), si viajan a través de la web es porque “están llenos de sentido para la gente que los difunde”.

En relación a esto no podemos dejar de mencionar lo que Lucia Castagno señaló en su tesina: “Para comprender lo gracioso o el sentido de un meme debemos conocer primero el universo de experiencias a su alrededor. Es necesario saber que existen cientos de otros memes relacionados de algún modo, que están ahí para significar lo que sentimos y pensamos de un modo diferente, simple, visual y virtual” (Castagno, 2013: 15)

Fans

Debido a que la fan page que voy a analizar tiene un público muy específico, limitado a los seguidores de la saga de Harry Potter, me parece importante abordar el concepto de fans desarrollado principalmente por Henry Jenkins.

Complementando la definición de los *millenials*, Jenkins (2010) caracteriza a los fans como personas de clase media, cultas y que se expresan muy bien. Cuando indaga en la etimología de la palabra *fan*, señala que se usó para denominar a aquellas mujeres que supuestamente iban al teatro para admirar a los actores en lugar de las obras mismas; y esto no deja de ser curioso por su similitud con el concepto de *fangirl*, sobre el cual no voy a ahondar pero sobre el cual se puede hacer una pequeña mención.

Los fans no son aquellas personas que consumen habitualmente un programa, un libro o una película que les gusta; son quienes realizan algún tipo de actividad cultural a partir del seguimiento de este producto mediático. Ellos comparten con sus amigos sus reflexiones, crean una comunidad de fans que se rige más por afinidad que por la ubicación geográfica y tal como señala Jenkins, en ellos “el consumo suscita espontáneamente la producción” (2009: 54)

En relación a esta producción de los fans y al concepto de bricoleur que mencionamos anteriormente, Jenkins habla de una “suerte de bricolaje cultural mediante el cual los lectores fragmentan los textos y vuelven a reunir los fragmentos (...) para dar sentido a su propia experiencia social” pues ve al consumo como un “reciclaje de materiales textuales”. Este reciclaje o bricolaje es posible gracias a “las nuevas herramientas y tecnologías que permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos”. (Jenkins, 2009: 52 y 163)

Tal como señala Jenkins, en las industrias culturales, las mercancías son “recursos para la producción de significado” que los fans toman para expresarse, para llevar a cabo nuevas interpretaciones que comparten dentro de la comunidad (2009:76). De esta forma, los fans se vuelven “participantes activos en la construcción y circulación de significados textuales” y construyen una cultura “que transforma la experiencia del consumo de los medios de comunicación en la producción de nuevos textos, y de hecho en una nueva cultura” (2010:38)

Tal como mencionan Comba, Toledo y otros (2013:40), los productos de los fans “llenan espacios dejados por la narrativa oficial” pero también forman una red intertextual de “distintos programas, películas, libros, cómics y otros materiales populares”, una cultura propia construida a partir de esas “materias primas semióticas”. (Jenkins, 2010: 57-67).

Como el interés de los fans va más allá de un único texto y abarca a otros del mismo género, relacionan la serie original con otras producidas comercialmente y con las “tradiciones culturales” de la comunidad de fans. “Su placer procede de la yuxtaposición que crean” entre el contenido de una serie y otros materiales culturales. A la hora de interpretar estas producciones, los fans leen textual e intertextualmente y el mismo Jenkins señala un punto clave en esta tesina: “la mayoría (de los fans) seguramente tendrá acceso a más de un marco interpretativo para situar estas imágenes”, producto del bricolaje, de la yuxtaposición. (2010: 52-55)

Capítulo III

Metodología

COMPARAR HARRY POTTER CON CREPÚSCULO



Como señalamos anteriormente, la investigación exploratoria es la más adecuada para aquellos temas relativamente desconocidos. En estrecha vinculación con esto último, Martínez Carazo (2006: 167-175) destaca que el estudio de caso es “apropiado para temas que se consideran prácticamente nuevos” y lo define como “una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares”, a través del cual “se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” y cuyos datos “pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas”. Además enlista las siguientes características:

- “Es adecuada para investigar fenómenos en los que se busca dar respuesta a cómo y por qué ocurren
- Permite estudiar un tema determinado.
- Es ideal para el estudio de temas de investigación en los que las teorías existentes son inadecuadas.
- Permite estudiar los fenómenos desde múltiples perspectivas y no desde la influencia de una sola variable.
- Permite explorar en forma más profunda y obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno, lo cual permite la aparición de nuevas señales sobre los temas que emergen”

La etnografía virtual aparece como una de las técnicas que más se adecúan para realizar el estudio de caso de esta fan page pues, siguiendo a Hine, es un “modo de conocer a través de la experiencia sin pretender producir un estudio que abarque la totalidad de una cultura determinada”. Además, su metodología es “inseparable de los contextos donde se desarrolla” (Hine, 2004:20-23)

“La etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de ese mundo” (Hine, 2004:13)

Tal como señala la autora, estudios basados en la metodología etnográfica permitieron definir a las “comunicaciones mediadas por ordenador (CMO)” como “espacios donde se mantienen interacciones relevantes (...) constitutivas de una cultura”, en este caso la cultura de los fans de Harry Potter que utilizan Facebook. Dentro de estos espacios, en donde “los usuarios de Internet dan sentido a sus prácticas a través de una comprensión compartida”, la etnografía “puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella” (Hine, 2004:17-21)

Dentro de esta técnica mi lugar como usuaria diaria de Facebook y fan de Harry Potter se adecúa a la perfección ya que como etnógrafa utilicé los mismos medios que

las personas que quiero estudiar y necesito “tener experiencias similares” a ellos. (Hine, 2004:19-20)

Analizaré las primeras publicaciones de la página, en la etapa en la que fue creciendo el número de seguidores y consolidándose “la marca”: aquellas de diciembre del 2011 y de los meses de marzo y abril del 2012. Debido a inconvenientes técnicos, ajenos a la administración de la página, no se ha podido visualizar la actividad de enero y febrero, por lo que se ha optado por focalizarse en los otros dos meses. En éstos, los administradores posteaban alrededor de veinte fotos diarias y si bien la respuesta de los seguidores iba variando, constituyó el despegue de “Fuck Yeah Harry Potter”.

Para ver en detalle cada una de las imágenes publicadas, se completarán los siguientes campos de la planilla:

Imagen	Humor	Me Gusta	Compartido	Comentarios	Contenido

En caso de que sea una publicación humorística, se contabilizarán la cantidad de me gusta, de veces que se compartió y los comentarios, teniendo en cuenta que

- Los “me gusta” implican una aceptación, aprobación o gusto por parte de quien hizo click
- Los “compartidos” son el pie de la apropiación y viralización del contenido que el facebookero se lleva a su muro, página o grupo
- Los comentarios dejan ver una participación mayor que el “me gusta” por parte de quienes les causó gracia o no la imagen

Para poder visualizar el lenguaje de los seguidores de la página en una etapa más reciente, se completará la siguiente planilla acerca de las publicaciones realizadas durante el mes de julio del 2015.

Imagen	Comentarios	Contenido 1	Me gusta	Contenido 2	Me Gusta

Recientemente Facebook incorporó la posibilidad de darle “me gusta” a los comentarios y de esta forma, en las páginas los comentarios no aparecen por orden de

aparición, sino por relevancia, es decir, por la cantidad de me gusta recibidos. Debido a esto, se considerarán los dos comentarios más destacados y se tomará en cuenta su contenido, ya sea textualmente lo que escribió la persona o la imagen que haya puesto.

El mes de julio es considerado como uno de los más significativos para los fans de la saga, tanto por los cumpleaños de algunos personajes y actores, como de aniversario de estrenos de las películas. Debido a esto y a la cercanía en el tiempo, se analizarán los comentarios durante ese mes.

Capítulo IV

Resultados

**BARCELONA, NO SE PUEDE GANAR
TODO EN LA VIDA**



NI QUE FUERAN GRYFFINDOR.

Descripción de la fan page



Fuck Yeah Harry Potter es una fan page dedicada a dicha saga que comienza con sus actividades en Facebook el 19 de diciembre de 2011, publicando una foto de la última escena de Las Reliquias de la Muerte, parte 2 que al día de hoy fue compartida 133 veces y tiene 3040 me gusta. Publica algunas fotos sobre la película y el primer meme aparece el 30 de diciembre de 2011 para festejar los 100 seguidores. Actualmente cuenta con más de 590.000 fans

El logo consistente tan solo en un meme “fuck yeah” al que se le añadió una bufanda de los colores de Gryffindor, unos lentes y una cicatriz en forma de rayo, ha permanecido casi inalterable desde el primer día. Fuck Yeah es un meme que ilustra los momentos de la vida en que uno se siente un triunfador por haber conseguido algo que se ha propuesto.

El reciclaje de materiales sobre el que hablaba Jenkins se puede visualizar claramente en las publicaciones que combinan imágenes de las películas de Harry Potter, textos que les dan otros significados, memes, contenidos de otras sagas, entre otros elementos, con un fin predominantemente humorístico.

El rumbo de esta página no fue casual, pues los autores se plantearon desde un comienzo orientar sus publicaciones al humor gráfico como otra forma de afrontar la “depresión post Potter”, a diferencia de otras páginas que se dedicaban a postear imágenes de carácter melancólico o a hacer juegos entre los seguidores. En este sentido, el nombre de la página señala su principal característica: la combinación de memes con Harry Potter

Con el auge de la página, esta misma se ha vuelto un propio meme al surgir páginas como las siguientes: Fuck Yeah Ravenclaw; Fuck Yeah The Maze Runner;

Fuck Yeah Hermione Granger; Fuck Yeah Lord Voldemort; Fuck Yeah Sherlock; Fuck Yeah Slytherin. Además, han surgido páginas de fans de Fuck Yeah Harry Potter: “El administrador de Fuck Yeah Harry Potter es el mejorr”; “Pasar todo el día en Fuck Yeah Harry Potter :3” y “Adoro la página Fuck Yeah Harry Potter”. Puede decirse que marcó un antes y un después en la producción de humor gráfico relativo a sagas que han sido adaptadas al cine, y que ha cosechado fans de ese estilo.

Fuck Yeah Harry Potter fue creada por un grupo de chilenos aunque Facebook posibilitó que su contenido traspasara las fronteras hacia toda Latinoamérica, siendo México el principal país de origen de sus fans, seguido por Argentina, Colombia, Perú, Venezuela y Chile (según las estadísticas de la página). En cuanto al rasgo etario, los seguidores se encuentran principalmente entre los 18 y 24 años, en segundo lugar entre 13 y 17 años y en tercer lugar, entre 25 y 34 años, siendo casi nula la participación de otras edades. Por último, cabe destacar que en su mayoría el público es femenino.



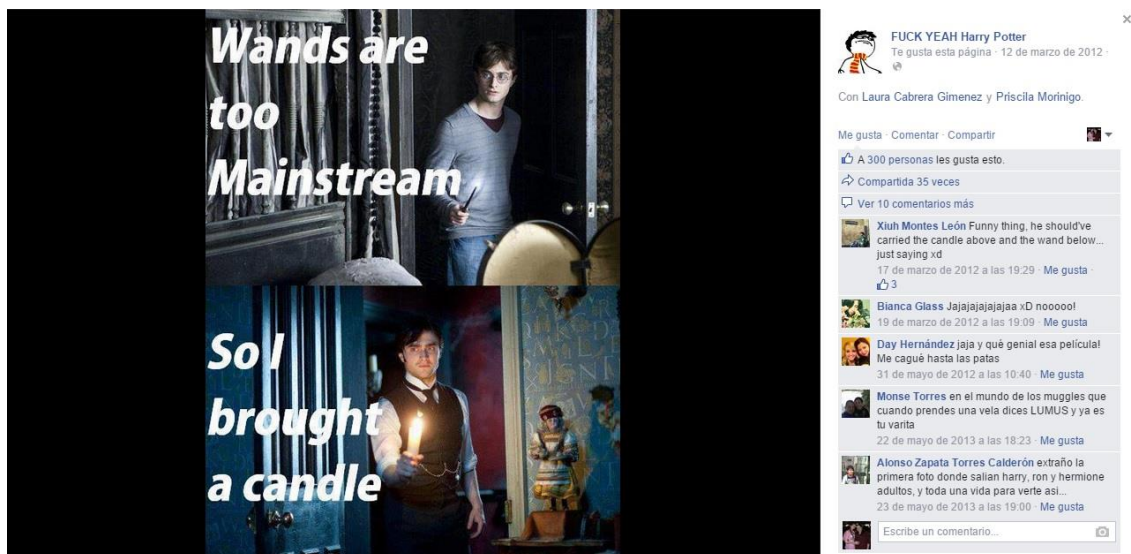
Análisis

Publicaciones

A partir de la etnografía realizada sobre la fan page Fuck Yeah Harry Potter, descrita previamente, se pueden observar varias características del lenguaje compartido entre los administradores y los seguidores.

Como ya adelanté, se tratan de producciones de tipo amateur, con escasa aplicación de los parámetros de diseño gráfico profesional, y con un contenido caracterizado por el remix. Sin embargo, ¿cuáles son esos contenidos que se combinan en una imagen? ¿Qué es lo que hace que el sentido humorístico se restrinja a un grupo reducido de personas, que puede llegar a excluir incluso a fans de la propia saga? He aquí un intento por contestarlas.

En primer lugar, es importante destacar el llamativo uso del idioma inglés en muchas publicaciones, teniendo en cuenta que es una fan page de carácter latinoamericano. Por ende, se considera que el fan maneja ese idioma, lo cual puede ser cierto en una mayoría pero no en todos. Si bien existe la posibilidad de acudir a un traductor, se comprendería lo que quiere decir aunque el chiste perdería la inmediatez y en cierto sentido, la gracia.



En esta imagen además se puede observar cómo los fans siguen la trayectoria artística de los actores de la saga. En este caso, se trataba de “La Dama de Negro”, una película protagonizada por Daniel Radcliffe que se estrenó el mes anterior a esa publicación pero hubo otros casos referidos a Emma Watson y Rupert Grint.

El carácter latinoamericano puede verse reforzado en varias publicaciones que hacen referencia a canciones o cantantes latinos de forma explícita o implícita, o a canciones de moda. Este podría ser un rasgo menos excluyente que los dos anteriores en cuanto a que el bagaje musical es compartido por personas que no son fans de Harry Potter.



FUCK YEAH Harry Potter
20 de marzo de 2012 · 🌐

Saludamos a la casa de Hufflepuff de la Comunidad Potterica!
les saqué la frase de su video "El problema" (<http://www.youtube.com/watch?v=z0z08barNa8>) — con America Zapata, Jetsareli Ortega y Monserrat Martinez.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Francesca Zingoni, Anil Panebianco y 416 personas más les gusta esto.

Compartida 78 veces

Ver 12 comentarios más

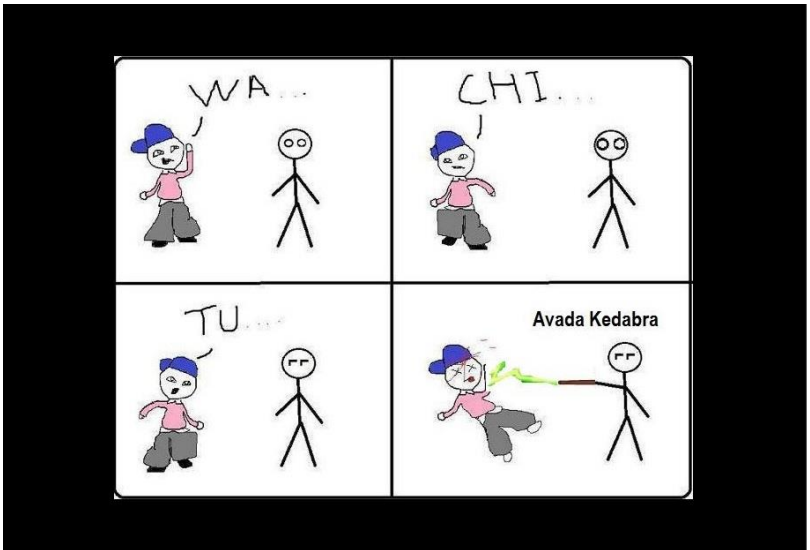
Ayd Krum VillaMedi La amo, arjona y harry q mas pedir.
21 de marzo de 2012 a las 19:57 · Me gusta · 1

Jessica Duran Altamirano quien no la espera...
21 de marzo de 2012 a las 19:59 · Me gusta

Marleta De la Peña con estas imágenes mis sueños se hacen realidad!
22 de marzo de 2012 a las 0:05 · Me gusta

America Zapata jajajajaj siiii :)
23 de marzo de 2012 a las 20:58 · Me gusta

Escribe un comentario...



FUCK YEAH Harry Potter
27 de marzo de 2012 · 🌐

JUSTICIA

Ver traducción
— con Jazmin Solis y Bárbara Araya Rodriguez.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Kari Carbajal y 894 personas más les gusta esto.

Compartida 280 veces

Ver comentarios anteriores 6 de 62

Luciana Vélez jajaja buenaj jaja
22 de abril de 2012 a las 3:22 · Me gusta

Valentina Ballarino ¿Desde cuándo "Avada kedavra" se escribe con B?
24 de abril de 2012 a las 19:58 · Me gusta

Karen Rocio Justiciaaaa n n
25 de junio de 2013 a las 3:40 · Me gusta

Evelyn Miranda Laura Ruiz Morales Brenda Joseline Yezil Garcia Karen Garcia Vianney Vargas Aguilar wachiturras!
28 de junio de 2013 a las 15:06 · Me gusta · 2

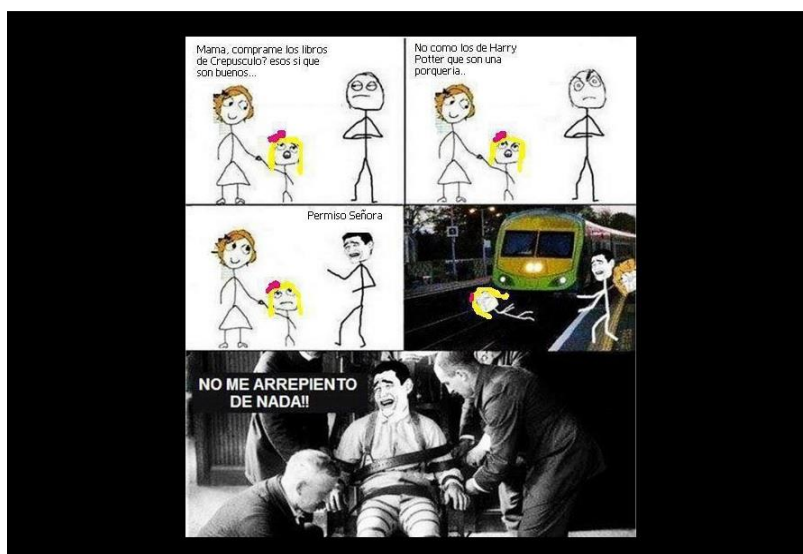
Vianney Vargas Aguilar Jajaja al igual que tu noll Evelyn Miranda
30 de junio de 2013 a las 17:26 · Me gusta

Escribe un comentario...

En este sentido, otra cuestión abordada en las publicaciones y que es de un tipo más abarcativo son noticias del momento, asociadas con el universo de la saga.



En aquellos casos en los que no se retocan fotos, se puede observar que los dibujos son muy sencillos y rudimentarios, llegando incluso a parecer infantiles al dibujar personas con palitos. La representación de las personas de forma realista no es una prioridad, sino que el foco está puesto en otros aspectos como las situaciones, el contenido de los diálogos o la combinación con memes.



Una cuestión generacional: la cultura cibernética

En cuanto a los memes, es importante recordar algunas de sus características principales: son propios de la cultura participativa, van modificándose a partir de su circulación, integran diferentes lenguajes de los jóvenes. Es uno de los elementos más restrictivos ya que no solo marca una cuestión generacional sino que implica que los seguidores de la página conozcan la historia o el recorrido del meme para entender su sentido o gracia.

En esa época, los memes más populares que circulaban por la red eran los denominados “memes personajes” que se asociaban a algún sentimiento o persona de la vida real, como por ejemplo forever alone y yao ming, respectivamente. Si bien algunos significados de estos memes podían inferirse a partir de las situaciones, en muchos casos el conocer el significado era esencial para entender la publicación.



En estas imágenes se pueden observar claramente la interacción de los personajes que aparecen a partir de las situaciones humorísticas, dándoles el principal toque de gracia. A veces aparecen sobre dibujos sencillos, del tipo de palitos, o sueltos y en otros, combinados con el cuerpo de alguna persona o personaje de la saga.

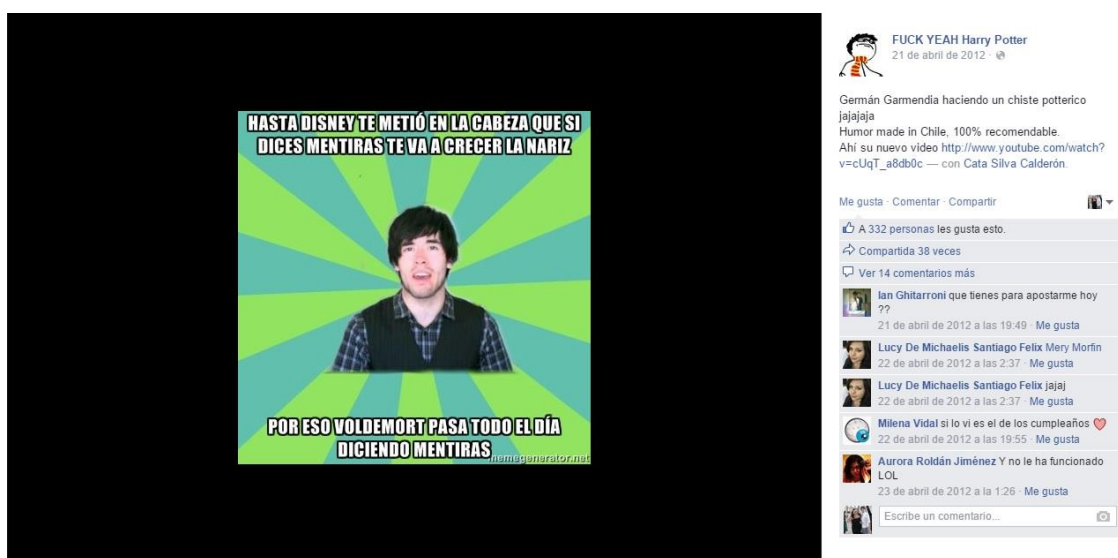
Además, los memes no se restringen a un uso protagónico en las viñetas sino que suelen aparecer como un detalle dentro de escenas de la historia original, cuya modificación (sobre todo al final) causa sorpresa y gracia al no corresponderse con lo que el fan esperaba ver.



Otro aspecto lingüístico y restrictivo es el de las expresiones acrónimas de internet, que son previas a la existencia de Facebook pues se formaron dentro del ámbito de los juegos en línea y los foros de discusión principalmente, para luego extenderse a toda la red. Algunos ejemplos son, tal como se ve en la imagen, WTF(What the Fuck), OMG(Oh my God), LOL(Laugh out loud), Lmao (Laugh my ass off), FTW(Fort he win), provenientes todos del idioma inglés.

Este tipo de publicaciones podría ser comprendida fácilmente por personas ajenas a la saga, siempre y cuando manejen esta “cultura cibernética” de memes y acrónimos. Por lo tanto, sigue siendo un rasgo más restrictivo que abarcativo.

Internet no proporciona solo este tipo de rasgos lingüísticos, sino que también aporta personajes, nacidos de otras páginas o redes sociales, como es el caso de los youtubers. Éstos son personas que graban videos y los suben a Youtube, con fines por lo general humorísticos, tras un proceso de producción propio. Coincidiendo con el público de Fuck Yeah Harry Potter, tanto generacional como geográficamente, está Hola Soy German, un humorista y actor chileno que aparece en varias publicaciones.



Por lo general, los fans de Harry Potter actualmente conocen y tienen cuenta en Pottermore, una plataforma diseñada para experimentar los siete libros desde una perspectiva virtual. Anunciada a fines de julio del 2010 (pocas semanas luego del estreno de la última película), se lanzó una beta a la cual pudieron acceder fans de todo el mundo y durante la observación de Fuck Yeah Harry Potter, se esperaba la apertura de la plataforma para todos. Por ese motivo, pueden observarse varias publicaciones alusivas que solo los fans que estuvieran al tanto en ese momento de las novedades de Pottermore podrían entender.



Más allá de Harry Potter

Tal como señaló Jenkins, los fans leen textual e intertextualmente y relacionan la serie original con otras producidas comercialmente. Esto se puede ver en muchas publicaciones de la fan page que relacionan la saga con otras películas o series relativamente relacionadas:

- Los juegos del hambre, estrenada durante el primer mes de la observación



- Crepúsculo, considerada como “la saga rival” a la cual se critica, tanto desde Harry Potter como desde otras sagas o series



FUCK YEAH Harry Potter
26 de marzo de 2012 · 🌐

Será así? jajajajaja — con Bárbara Araya Rodríguez, Anaví Romero Delahanty y Norma R. Gonzalez.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Francesca Zingoni y 576 personas más les gusta esto.

Compartida 72 veces

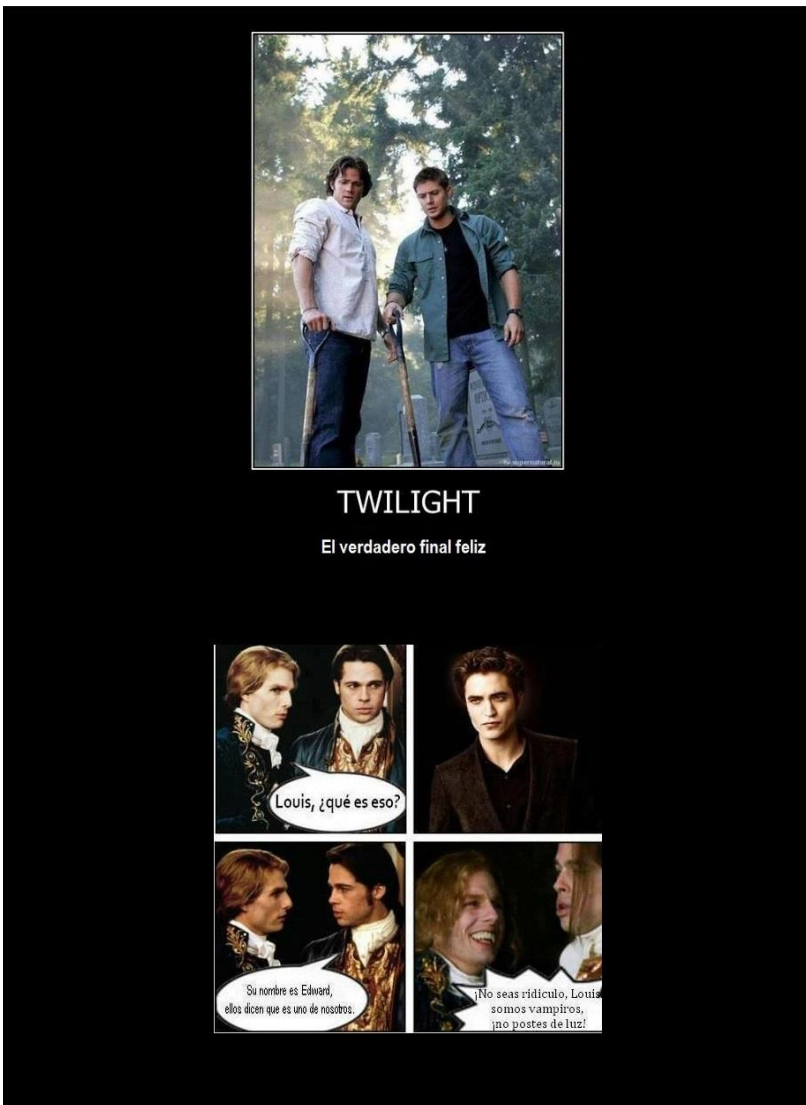
Ver comentarios anteriores 6 de 57

Andrea Rangel lo es! lo es!
14 de mayo de 2012 a las 20:54 · Me gusta · 1

Yojan Murcia Una gran amiga mia es fan de crepusculo , yo soy fan de harry potter y nos llevamos bien , claro ella sabe que harry potter es un mejor libro.
17 de junio de 2013 a las 17:57 · Me gusta · 2

Camila Peña para mi si es así ¿para ti Pao
26 de junio de 2013 a las 21:33 · Me gusta · 1

Escribe un comentario...



FUCK YEAH Harry Potter
23 de marzo de 2012 · 🌐

Ciertol

Me gusta · Comentar · Compartir

A Francesca Zingoni y 400 personas más les gusta esto.

Compartida 46 veces

Ver 17 comentarios más

Oscar Antonio Lizama Mejia amen a eso XD
26 de marzo de 2012 a las 23:26 · Me gusta

Diana Gonzalez Demmy Meza González Juliana Cerpa hahahahaha
13 de septiembre de 2013 a las 21:01 · Me gusta · 2

Escribe un comentario...

FUCK YEAH Harry Potter
2 de abril de 2012 · 🌐

jajajajaja Edward la vergüenza de los vampiros — con Yaiza Alcay, Patty Molina, Lauú Depp De Lomeli, Alberto Crowley, Alondra Molina, Juan Martinez, Mica Trulzi, Nataly Lovvegøød y Desirée Jacobi.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Francesca Zingoni, Yane Di Paolo y 940 personas más les gusta esto.

Compartida 274 veces

Ver comentarios anteriores 4 de 127

Mey Abbots Es que me meo XDDDDDDDDDD
21 de mayo de 2012 a las 12:39 · Me gusta

Danielle Galván Ese raro momento cuando ves q Brad Pitt tiene cabello oscuro y Tom Cruise rubio. .S
23 de mayo de 2012 a la 1:51 · Me gusta · 2

Jessika Figueras que estupides
17 de julio de 2013 a las 17:52 · Me gusta

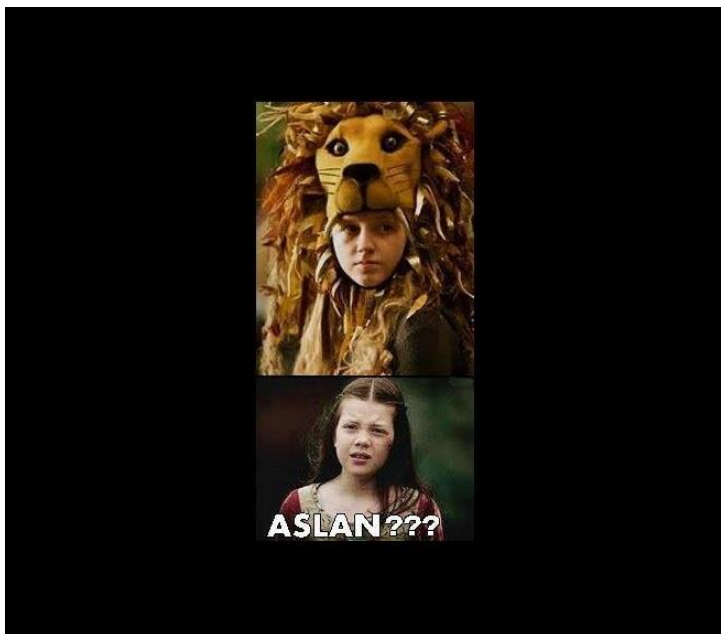
Carlos Alexi Perez Rivas Yess Jaimes
26 de mayo a la 1:54 · Me gusta · 1

Escribe un comentario...

- El señor de los anillos, de la cual se toman personajes o escenas para aludir a Harry Potter



- Películas de Disney o sagas precursoras como Las Crónicas de Narnia, cuya adaptación cinematográfica tuvo muchos vaivenes y no resultó tan exitosa



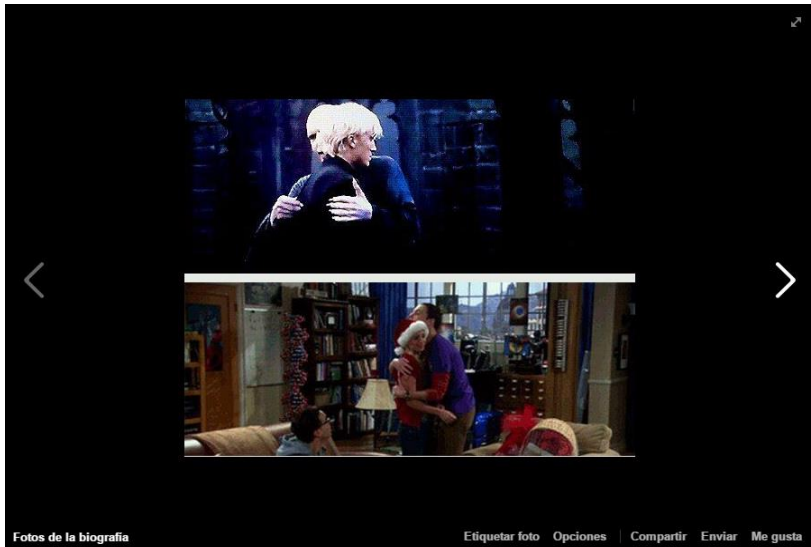
- Series clásicas como Hombres de Negro



- Sagas predecesoras, no tanto por la temática sino por la movilización de fans, como Star Wars



- The Big Bang Theory, saga que trata el tema de los frikis y los fans de Star Wars, Star Trek, los cómics y Harry Potter



Fotos de la biografía Etiquetar foto Opciones Compartir Enviar Me gusta

FUCK YEAH Harry Potter
Te gusta esta página · 16 de marzo de 2012 ·

diga cual de los 2 abrazos es más incómodo? jajajaja
— con Mariel Erandi Mendoza

Me gusta · Comentar · Compartir

A 275 personas les gusta esto.
Compartida 16 veces
Ver comentarios anteriores 5 de 61

Mishima Reika el de sheldon sin duda
20 de marzo de 2012 a las 0:26 · Me gusta

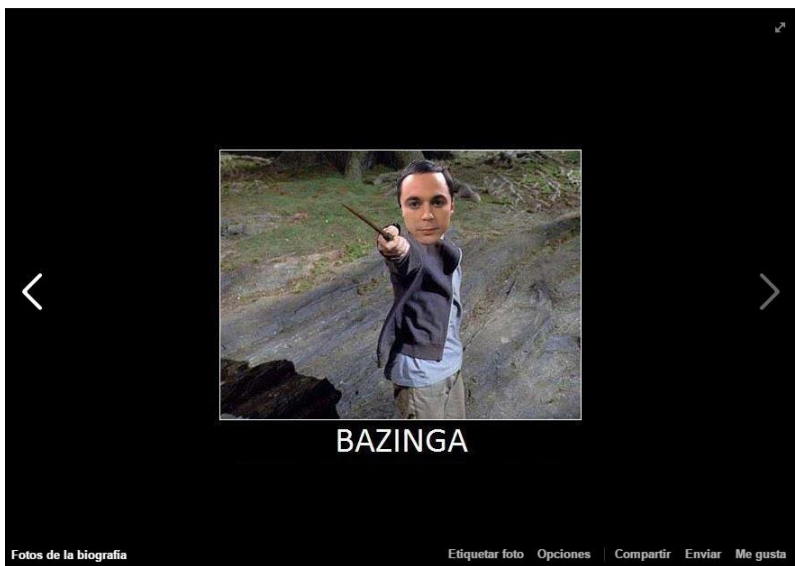
Windy Jones muy difícil decisión, pero el de Sheldon
28 de marzo de 2012 a las 21:33 · Me gusta

Leu Seijas Sheldon!!!! That was the awkwardestis this a word?? lol) moment ever on TV for me.
31 de marzo de 2012 a las 1:55 · Me gusta

Andrea Karabá Estrada el 1
2 de abril de 2012 a las 18:23 · Me gusta

Asuka Koe El primero, no hay ni que preguntar :S
4 de abril de 2012 a las 20:41 · Me gusta

Escribe un comentario...



Fotos de la biografía Etiquetar foto Opciones Compartir Enviar Me gusta

FUCK YEAH Harry Potter
8 de abril de 2012 ·

Sheldon Lee Cooper ❤️

Ver traducción
— con Jetsarelli Ortega, Esteban Chavez y Yaiza Alcay.

Me gusta · Comentar · Compartir

A 667 personas les gusta esto.
Compartida 101 veces
Ver 36 comentarios más

Victor Pizarro whaaaaaaaaaat??? jejeje
13 de abril de 2012 a las 10:43 · Me gusta

Brenda Lara Chule Deforme JAJAJAJA
19 de mayo de 2012 a las 22:28 · Me gusta
1

Danielle Galván Su patronus seria Spock!!! jajajajaja xD
23 de mayo de 2012 a las 2:43 · Me gusta
2

Escribe un comentario...

BAZINGA

Comentarios

A partir de que Facebook implementara la opción de poner “me gusta” en los comentarios de las publicaciones (y no solo en las publicaciones mismas), por lo general la visualización de dichos comentarios no se hace en orden cronológico, sino por relevancia (teniendo en cuenta la cantidad de “me gusta”). Esto ha dado lugar a un fenómeno bastante frecuente en las fanpage: la participación de los usuarios visualizada en los comentarios aparece como más importante que la publicación misma.

Por otro lado, la posibilidad de comentar con una imagen abre el juego a intervenciones más ingeniosas y generalmente más populares, que permiten el uso de memes en otro espacio. En estos casos, son los seguidores de la página y no sus administradores quienes los publican y generan repercusiones, no solo en la cantidad de me gusta sino también en respuestas a sus comentarios. Estos debates que se generan en los mismos posteos no son ajenos a comentarios que son solamente escritos.

Durante el período observado, se nota una mayor participación de los seguidores tanto a la hora de compartir como en los comentarios con sus propios debates y relevancia. Salvo algunas excepciones, no se han dado casos (como en otras páginas) en los cuales los comentarios rompen “la historia” de la publicación y se produce un debate o publicación aislada de lo que el administrador quiso publicar. Al contrario, en la mayoría de los comentarios se sigue la línea de la publicación, ya sea comentando la foto publicada, citando alguna frase del libro o la película, publicando algún meme relacionado o refiriéndose a elementos indirectamente relacionados a la saga (como por ejemplo, el video de “Harry el sucio Potter” de El Bananero).

A continuación, algunos ejemplos de estas participaciones de los seguidores de Fuck Yeah Harry Potter, en donde siguen visualizándose los elementos compartidos que han sido señalados anteriormente: inglés, otras sagas, elementos indirectamente relacionados o creados a partir de la saga, rasgos latinoamericanos, memes, etc.



Me gusta · Comentar · Compartir

A Aldi Gou y 5486 personas más les gusta esto.

Compartida 121 veces

Bruno Matías Fuentes Lobos
<http://static2.hypable.com/.../dan-radcliffe-spider-man.jpg>

Me gusta · Responder · 270 · 1 de julio a las 0:32

2 respuestas

Tamy M.Prado El nananannanana no es de batman? xD

Me gusta · Responder · 177 · 1 de julio a las 0:32

10 respuestas

Escribe un comentario... 64



Cero respeto con el pobre Olivander. — con Delli Carolina Lopez.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Martín Tincho, Fede Lestrage y 8492 personas más les gusta esto.

Compartida 210 veces

Vanessa Tj No te preocupes Olivander yo voy por esa varita, sirve que Dumbledore porfin me da mi carta de Hogwarts. Alguien también quiere venir?

Me gusta · Responder · 250 · 11 de julio a las 19:55 · Edilado

7 respuestas

Oscar Mauricio Gomez AVADA KE-BALA

Me gusta · Responder · 174 · 11 de julio a las 19:19

4 respuestas

Escribe un comentario... 37



Me gusta · Comentar · Compartir

A María Sol Nocera y 10 323 personas más les gusta esto.

Compartida 950 veces

Angie Buschiazzo Las referencias a Hp en TBBT son hermosas

Me gusta · Responder · 489 · 11 de julio a las 23:52

10 respuestas

Daniela Lopez La solución contra todo spoiler es un Avada Kedavra

Me gusta · Responder · 175 · 11 de julio a las 23:42

3 respuestas

Escribe un comentario... 169



"Una pareja explosiva"



FUCK YEAH Harry Potter
14 de julio · 🌐

Mucha razón xD jajajaja

Gracias a El Profeta en twitter:
>>> <https://twitter.com/EIProfeta...> Ver más — con Sofia Zárate, santiago osorio, zorra, Santiago Osorio y varva negra.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Angeles Conte, Ariadna Saluzzo, Fede Lestrangle y 22 976 personas más les gusta esto.

Compartida 3060 veces

José Villasanti "Oh Dios mio es Dolores Umbridge, la mejor profesora de Hogwarts" -Ni el propio Voldemort diria eso.
Me gusta · Responder · 👍 604 · 14 de julio a las 18:16
17 respuestas

Saul Morales Puta hija de perra.
La detesto con el alma.
Me gusta · Responder · 👍 170 · 14 de julio a las 18:13

Escribe un comentario... 298

FUCK YEAH Harry Potter
18 de julio · 🌐

Perdón.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A ti, Flori Frare Acuña, Maca Goicoechea y 19 543 personas más les gusta esto.

Compartida 1258 veces

Elizabeth Campillo JAJAJAJAJA la actuación de Prim en la película será una bomba 🤩
Me gusta · Responder · 👍 499 · 18 de julio a las 17:03
8 respuestas

Jeanine Vc iba a decir que esto es demasiado cruel, pero una explosión de risa no me dejó.
Me gusta · Responder · 👍 1208 · 18 de julio a las 16:48
12 respuestas

Pia Belén Páez Rivera Me iré al infierno por reírme de esto
Me gusta · Responder · 👍 177 · 18 de julio a las 16:47
6 respuestas

Escribe un comentario... 499



hombre que murió por amor. el sin nariz y sin olfato, severus Snape y Edward Cullen.

Me gusta · Comentar · Compartir

A Francesca Zingoni, GF Stark, Aldi Gou y 17 429 personas más les gusta esto.

Compartida 852 veces

Edgar Lara Y Harry que sigue? Una figura paterna que no muera?
Me gusta · Responder · 386 · 20 de julio a las 0:28

25 respuestas

Johanna Granda Miren mi mapa del merodeador casero! Cuando uno no puede comprarlo también se puede hacerlo 😊

Me gusta · Responder · 107 · 20 de julio a las 0:34 · Editado

Escribe un comentario... 181



Aritta Alejo Galindo Nuestras marcas tenebrosas temporales no son nada contra eso

Hugo López

Me gusta · Responder · 302 · 20 de julio a las 22:48

18 respuestas

Monzerrat Garibaldi-Murguía No es igual de maravilloso! Pero Al menos lo intente xD

Me gusta · Responder · 211 · 20 de julio a las 19:42

Escribe un comentario... 237



Escribirán libros, tesinas...



Consideraciones finales

Varias de las características de los facebookeros pueden visualizarse en este análisis. No solo el carácter colaborativo en las publicaciones que son producciones del administrador y de los seguidores de la página; sino también esa “obsesión por la fama” de los millenials, presente no solo en los administradores que tienen objetivos tales como “alcanzar los 500 mil seguidores” sino también por los seguidores que buscan hacer publicaciones ingeniosas, que consigan muchos me gusta y queden como los comentarios destacados.

Cada una de las publicaciones de Fuck Yeah Harry Potter ponen en relación un caudal de conocimientos que superan al seguidor de otro tipo de páginas como “Me lo dijo un tachero” o “Me pasó en la facultad”. Es más, incluso se podría decir que excede al simple fanático de Harry Potter que leyó los libros y vio las películas. Los fanáticos de hoy en día no se limitan a una obsesión por un único producto o saga como sucedía con los seguidores, por ejemplo, de Star Trek o Star Wars, sino que el auge de las sagas post Harry Potter derivó en otro fenómeno: los fans de Harry Potter han ido diversificándose, siguiendo otras sagas de libros que luego serían llevadas al cine.

De esta forma, un fan que solo haya seguido la saga de Harry Potter puede “quedarse afuera” del público de las fotos de Fuck Yeah Harry Potter, cuando involucran otras sagas, por ejemplo. Por lo general, podría estar al tanto de las películas que protagonizaron los actores, manejar el idioma inglés, recordar dibujos animados o películas de su infancia y tener presente el bagaje cultural latinoamericano de forma inconciente. Sin embargo, si no ha visto sagas posteriores como Los Juegos del Hambre o Crepúsculo, queda tan fuera del entendimiento de la publicación como alguien que conoce superficialmente la saga.

Algo similar puede sucederle a quien no conozca la historia de los memes que aparecen en escena o el vocabulario de origen gamer que se pone en juego, si bien es menos frecuente pues forman parte del lenguaje de los usuarios de Facebook.

Si bien pareciera que es mucho lo que se le demanda a los seguidores de Fuck Yeah Harry Potter, son muchos los aspectos que los facebookeros han ido incorporando inconcientemente antes de que Facebook mismo existiera, como por ejemplo el idioma inglés (formal o informalmente) y la cultura cibernética, tanto en el lenguaje como en los personajes que han surgido en su seno.

Por otro lado, la participación de los seguidores no se ha limitado a compartir o poner me gusta a las publicaciones, sino que a partir de las herramientas que ha otorgado Facebook (la posibilidad de publicar imágenes en los comentarios y de ponerle me gusta) han cobrado un mayor protagonismo. Ya no es el fan que se lleva a su muro la publicación, donde se realiza o no algún debate dentro de un ámbito “más privado”, sino que el debate y la interacción se da con otros fans desconocidos, dentro de la página misma.

Cuando los seguidores comentan las publicaciones utilizando memes o imágenes, queda en evidencia una nueva reapropiación del contenido que se ha publicado anteriormente o en otros sitios. Son ellos quienes toman la producción ajena o propia y la colocan en una nueva situación, siguiendo la línea de la publicación, por lo menos en los casos analizados.

A modo de conclusión, tanto administradores como seguidores de la página comparten un lenguaje en común que utilizan en diferentes espacios (publicaciones de la página y comentarios) y que va más allá de los libros y las películas de Harry Potter.

Al cierre de este trabajo, Facebook lanzó mundialmente una extensión de los “me gusta” llamada reacciones, con las cuales los facebookeros pueden expresar que la publicación les encanta, los divierte, los asombra, los entristece o los enfurece. De esta manera, será posible interpretar con mayor certeza las respuestas de los usuarios en análisis futuros.

THANKS FOR READING

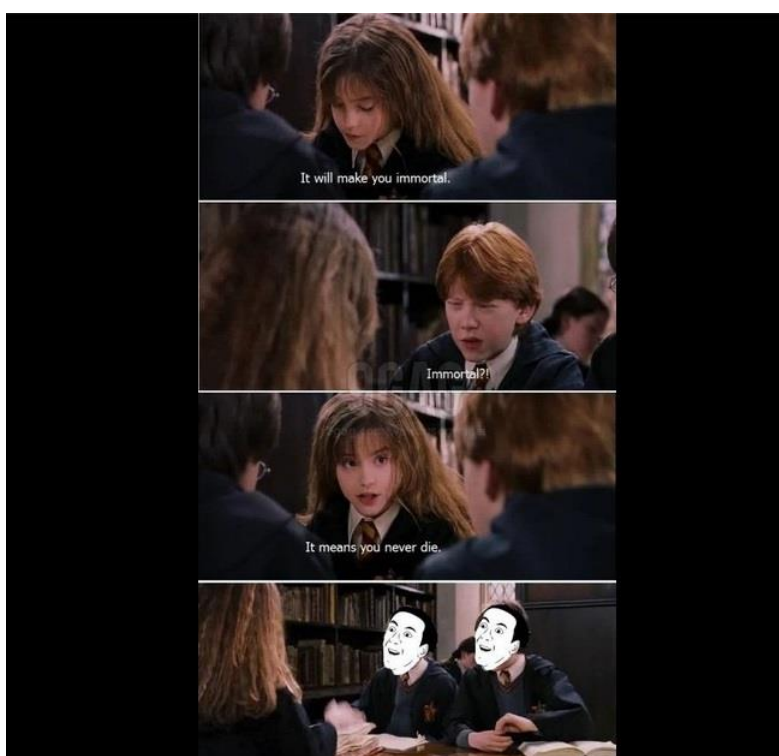


**UNTILL THE VERY
END**

memegenerator.net

Capítulo V

Bibliografía



- Cobo Romani, C y Pardo Kuklinski, H. (2007) *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona/México DF, UVic/Flacso México
- Comba, Toledo y otros (2013) “Comunicación, consumo y producción de contenidos en los nuevos medios” en *Mediatizaciones en foco*. UNR Editoria. Rosario
- Denzin, Norman y Lincoln, Yvonna (2011) *Manual de la investigación cualitativa. Volumen I: El campo de la investigación cualitativa*. Gedisa Editorial. Barcelona
- Hine, Christine. (2004) *Etnografía virtual*. Ed. UOC. Barcelona
- Jenkins, H. (2008) *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona.
- Jenkins, H. (2010) *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Ed. Paidós. Barcelona.
- Jenkins, H. (2011) *Si no se expande está muerto (Parte 1). Virus y memes de los medios de comunicación*.
- La Calle, J.E (2007) “Lección 6: Investigación Exploratoria, Descriptiva, Correlacional y Explicativa” en *Modulo de introducción a la Psicología*. Universidad de Jaen, España
(http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100104/100104_EXE/leccin_6_investigacin_exploratoria_descriptiva_correlacional_y_explicativa.html)
- Martinez Carazo, P (2006) *El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica*. Barranquilla
- Stein, Joel (2013) *Millennials: La generación del yo yo yo*, en <http://articulando.com.uy/2013/09/06/millennials-la-generacion-del-yo-yo-yo/>
- Verón, Eliseo (2006) “Regreso al futuro de la Comunicación” en *Cuadernos de Comunicación. Tecnologías/identidades/culturas*. Editado por el Postítulo en Periodismo y Comunicación y la Escuela de Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.