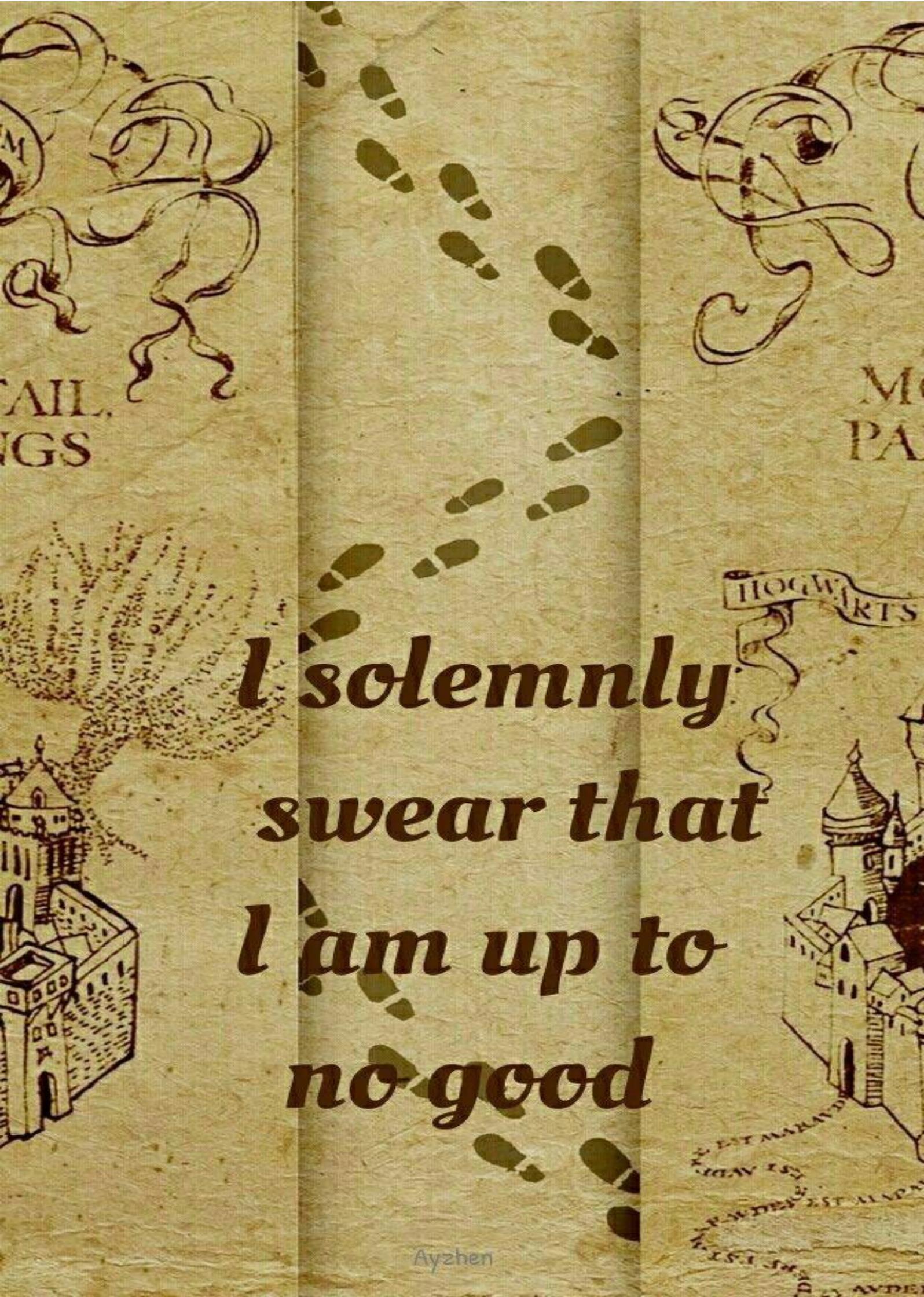


MAIL,  
IGS

MO  
PA

*I solemnly  
swear that  
I am up to  
no good*





---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2019-2020**

# **Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Canon *versus* fándom: trabajo ciberperiodístico sobre la narrativa transmedia en Harry Potter**

**Alumna: Helena Borge Ugidos**

**Tutoras: Dafne Calvo Miguel, Eva Campos Domínguez**

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad**

**Convocatoria: Primera**

# ÍNDICE

1. Introducción -----	Pág. 5
1.1. Justificación -----	Pág. 6
1.2. Objetivos -----	Pág. 7
2. Marco teórico -----	Pág. 8
2.1. Narrativa transmedia -----	Pág. 8
2.2. El fenómeno de Harry Potter -----	Pág. 16
3. Plan de trabajo -----	Pág. 20
3.1. Organización y documentación -----	Pág. 20
3.2. Diseño web -----	Pág. 20
3.3. Contacto con las fuentes -----	Pág. 21
3.4. Edición de los materiales audiovisuales -----	Pág. 23
3.5. Redacción y presentación de la web -----	Pág. 25
3.6. Presentación de la memoria del proyecto -----	Pág. 26
4. Conclusiones -----	Pág. 27
5. Bibliografía -----	Pág. 29
6. Anexos -----	Pág. 32

## **Canon vs fándom: trabajo ciberperiodístico sobre la narrativa transmedia en Harry Potter**

**Autora:** Helena Borge Ugidos

**Tutoras:** Dafne Calvo Miguel, Eva Campos Domínguez

**Resumen:** La narrativa transmedia es una realidad presente día a día en los medios de comunicación, pero, ¿existe realmente un marco teórico a cerca de lo que es y cuáles son sus implicaciones? Este reportaje multimedia pretende reflejar la importancia de la narrativa transmedia en la actualidad tomando como ejemplo la ficción creada por J. K. Rowling en su obra, *Harry Potter*. El objetivo no es tan solo conocer las manifestaciones llevadas a cabo por el canon en diferentes plataformas, sino abordar también las creadas por el fándom de la saga, los llamados *potterheads*. Con este trabajo profesional se pretende exponer las razones por las que Harry Potter constituye un perfecto ejemplo de éxito transmediático, y la importancia que ha tenido su comunidad en él.

**Palabras clave:** Periodismo, narrativa transmedia, canon, fándom, reportaje multimedia, Harry Potter.

## **Canon vs. Fandom: Cyberjournalistic project on transmedia narrative on Harry Potter**

**Abstract:** The transmedia narrative is presented in media daily. One may ask if there is a theoretical frame about what it is and what are their implications. This multimedia report aims to reflect the importance of transmedia narrative today, taking as an example the fiction created by J. K. Rowling in his work, *Harry Potter*. The objective is to know the manifestations carried out by the canon on different platforms and to approach those created by the saga's fandom, the so-called *potterheads*. This professional work aims to explain the reasons why Harry Potter is a perfect example of transmedia narrative and the importance its community has had in it.

**Key Words:** Journalism, transmedia narrative, canon, fandom, multimedia content, Harry Potter.

*«Son nuestras elecciones, Harry, las que muestran quienes somos realmente, mucho más que nuestras habilidades».*

Albus Dumbledore, *Harry Potter y la Cámara Secreta* (J. K. Rowling, 1998).

## **AGRADECIMIENTOS**

Todo este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo de mis tutoras. Muchas gracias a Dafne por no desesperarse cada vez que cometía alguno de mis despistes, y a Eva, quien tiene un depósito inagotable de energía.

Gracias a Omar por escuchar mis quejas durante todo el procedimiento, y darme el cariño que necesitaba.

Gracias a mis padres por apoyarme y darme ánimos incluso cuando no sabía explicarles lo que estaba haciendo.

Muchísimas gracias también a todos aquellos que han colaborado conmigo durante este trabajo: a todas las personas que, de manera desinteresada, respondieron a mi cuestionario por Twitter. Gracias a Ainhoa y a Javier por no perder la paciencia con los muchos quebraderos de cabeza que nos han dado los vídeos. Muchísimas gracias a Miguel por mandarme el suyo y quitarme trabajo de encima.

Gracias a David Yates por sacar un rato para contestar mis preguntas, a Daniel Resnich por esa conversación tan llena de sabiduría, y a Agustín Alonso por mostrarse tan abierto a ayudarme.

Gracias también a la Asociación de Quidditch de España por, pese a sus grandes ocupaciones, contestar tan amablemente a mis preguntas. A Beatriz Pullido, por dejar que Harry Potter Fans Spain tuviera voz en el trabajo, al Proyecto Patronus por contestar tan sinceramente, y a los chicos de Patronus Unplugged Podcast por no dejar que Harry Potter caiga en el olvido. Gracias a Jorge por sus fotografías que, aunque tarde, han hecho un poco más especial este trabajo.

Gracias a todos los que, de una manera u otra habéis inundado de magia mi trabajo de fin de grado. Varitas arriba, por todos vosotros.

# 1. INTRODUCCIÓN

Enlace del blog: <https://narrativatransmedi41.wixsite.com/website>

## 1.1 Justificación

La narrativa transmedia es algo que, en la actualidad, se encuentra presente en infinidad de aspectos de nuestro día a día como la publicidad, reportajes, cine, literatura... Algunos ejemplos son los reportajes *El Mapa de la Muerte*<sup>1</sup>, o *La Grieta*<sup>2</sup>, la campaña publicitaria *Why so Serious?*<sup>3</sup> De la película *El Caballero Oscuro*, o la película *Panzer Chocolates*<sup>4</sup>. Es por ello por lo que decidí realizar este trabajo a cerca de la narrativa transmedia. La idea de animar al espectador a salir de su confortable papel de consumidor y hacer que forme parte de la creación me parece, a todas luces, algo brillante, pero también muy arriesgado. Y J. K. Rowling se convirtió en un claro ejemplo de cómo puede resultar exitoso si se trata de la manera correcta.

En el caso de la ficción el ejemplo se ve aún más claro, ya que cualquiera de nosotros hemos consumido algún tipo de contenido ofrecido en más de una plataforma: hemos leído un libro y más tarde hemos visto la película, hemos jugado a algún videojuego relacionado con algún deporte o película, o nos hemos comprado *merchandasing* de alguna serie que nos encante... Es por ello por lo que me decidí a realizar el trabajo sobre esta forma narrativa, me parecía muy interesante estudiar el alcance comunicativo y las implicaciones que pueden obtenerse de una narrativa multiplataforma.

En cuanto a por qué opté por Harry Potter la respuesta es sencilla: soy fan.

Recuerdo ver la primera película en su estreno (yo apenas tenía tres años) y pasarme la noche llorando al tener pesadillas con Fuffly, el perro de tres cabezas que custodia la trampilla que da acceso a la Piedra Filosofal. También está en mi memoria el jugar a los videojuegos en el ordenador de mi prima mayor (la culpable de que me guste tanto la saga) y pedirle ayuda ya que había niveles que me parecían demasiado difíciles. En cuanto tuve edad suficiente para leerme los libros, se los fui pidiendo a mi mejor amiga de la infancia, Mar, quien siempre ha sido una ávida lectora y no me dejaba de comentar una y otra vez que tenía que leerlos. Aunque he de reconocer que he realizado una relectura para la realización de este trabajo.

---

<sup>1</sup> Véase: <https://www.elpais.com.co/especiales/el-mapa-de-la-muerte/> Última consulta: 13 de junio de 2020.

<sup>2</sup> Véase: <https://graffica.info/tienda/la-grieta/> Última consulta: 13 de junio de 2020.

<sup>3</sup> Véase: <https://batman.wikibruce.com/Ibelieveinharveydent.com> Última consulta: 14 de junio de 2020.

<sup>4</sup> Véase: <https://www.filmaffinity.com/es/film585199.html> Última consulta: 14 de junio de 2020.

Ni decir tiene que, en cuanto se creó la web de Pottermore<sup>5</sup> yo fui una de esas personas que la revisaba día y noche, y que por supuesto ha realizado la prueba de las Casas (orgullosamente pertenezco a Hufflepuff). En definitiva, no me diferencio en absoluto de los fans a los que he entrevistado, y es por ello por lo que me interesé en explorar nuestro fándom. Un club de fans lleno de personas involucradas con la saga, que luchan porque El niño que sobrevivió no caiga en el olvido, que dedican parte de su vida a algo relacionado con Harry Potter y que utilizan alguno de sus elementos -vasos, bufandas, cojines- en su día a día.

Si a esto le sumamos las manifestaciones que construyen el universo transmedia de Harry Potter, entendemos el potencial que tenía esta investigación. Los productos del canon son múltiples, desde libros<sup>6</sup>, hasta un parque temático<sup>7</sup>. El niño que sobrevivió se ha convertido en un icono para multitud de generaciones. Desde los más pequeños hasta las personas con una edad más adulta conocen su historia. La saga ha sido traducida a más de 80 idiomas, superando los 500 millones de ejemplares en todo el mundo. Por su parte, las películas recaudaron más de 7,7 millones de dólares.

Pero el amplio abanico que posee Harry Potter no es algo que se haya hecho únicamente gracias a los contenidos creados por el canon. Las manifestaciones llevadas a cabo por el fándom, como *cosplays*, bares, campamentos, *fanficts*, *fanarts*, o incluso películas no oficiales, han aportado gran riqueza en la transmediación de Harry Potter. La comunidad que la saga presenta es una de las mayores del mundo. La llamada *pottermania* engloba desde *fanficts* hasta podcast, pasando por convecciones, debates, sitios webs... Por lo que resultaba imposible hablar sobre este universo mágico pasando por alto a sus fans. Con este Trabajo Fin de Grado he encontrado la oportunidad de hablar de una de mis sagas favoritas y de estudiar el porqué de su éxito transmediático.

Para la elaboración del trabajo me han sido verdaderamente útiles las asignaturas de Metodologías de Investigación, Ciberperiodismo, Redacción periodística, Diseño de páginas web e Innovaciones tecnológicas y Lenguaje Audiovisual, algunas de ellas impartidas por las tutoras de este Trabajo de Fin de Grado. Gracias a esta última, Lenguaje Audiovisual, he podido apreciar de una manera mucho más profesional las películas de Harry Potter, y entender la importancia de sus secuencias, planos y producción en general. Algo que no suele valorarse pese a la importancia cultural que posee el cine en nuestra sociedad actual. Sin estas asignaturas y el esfuerzo de sus profesoras no podría haber realizado esta investigación.

---

<sup>5</sup> Véase: <https://www.wizardingworld.com/> Última consulta: 17 de junio de 2020.

<sup>6</sup> Véase: [https://es.wikipedia.org/wiki/Quidditch\\_a\\_trav%C3%A9s\\_de\\_los\\_tiempos](https://es.wikipedia.org/wiki/Quidditch_a_trav%C3%A9s_de_los_tiempos) Última consulta: 9 de junio de 2020.

<sup>7</sup> El parque temático de Harry Potter se encuentra en Orlando y posee [su propia web](#) donde puedes obtener información y comprar las entradas. Última consulta: 10 de junio de 2020.

Este trabajo consta de dos partes: la primera, una pequeña fundamentación teórica a cerca de la narrativa transmedia, Harry Potter (HP), y las implicaciones de ésta en la saga; y la parte práctica, un reportaje transmedia volcado en una página web donde se muestran la investigación llevada a cabo, los conocimientos adquiridos y testimonios de distintas personas vinculadas a Harry Potter -fans, asociaciones, el director de algunas películas, etc.- La documentación previa a este trabajo era esencial, puesto que era estrictamente necesario exponer de manera concisa qué es la narrativa transmedia, sus características e implicaciones. Con el avance de la tecnología, la narrativa transmedia se ha convertido en una parte intrínseca de los medios de comunicación, y es de vital importancia que los periodistas, como expertos en comunicación, la conozcamos y la llevemos a cabo.

### **1.2 1. Objetivos**

#### **Objetivo general:**

Investigar y analizar la narrativa transmedia del universo de Harry Potter creada por el canon y por el fándom con el objetivo de conocer los elementos que han dado pie a su existencia y la evolución de estos. Trasladar todo este conocimiento a una página web con elementos multimedia e interactivos.

#### **Objetivos específicos:**

- Analizar qué es la narrativa transmedia, y sus extensiones en Harry Potter.
- Crear mi propia narrativa transmedia mediante el uso de una página web, colocando en ella infografías interactivas, vídeos y podcasts.

## **1. MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Narrativa Transmedia**

#### **1.1.2. Definición de narrativa transmedia**

La narrativa transmedia (NT) es la construcción de historias a través de diferentes plataformas como pueden ser libros, televisión, videojuegos, etc. Por tanto, es importante destacar que la característica principal de la NT es que cada plataforma ofrece una parte de la historia, lo que hace que el usuario deba de acceder a todas ellas para conocer las historias completas.

*Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmediática, cada medio hace lo que se le da mejor, de suerte que una historia puede presentarse en una película y difundirse a través de la televisión, las novelas y los cómics; su mundo puede explorarse en videojuegos o experimentarse en un*

*parque de atracciones. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo. La redundancia destruye el interés de los fans y provoca el fracaso de las franquicias. La oferta de nuevos niveles de conocimiento y experiencia refresca la franquicia y mantiene la fidelidad del consumidor (Jenkins, 2006:101).*

Debemos, por tanto, diferenciar entre contenido transmedia y adaptación. Mientras que la narrativa transmedia se basa en expandir la narración, ya sea mediante la invención de nuevos personajes, continuación de subtramas... La adaptación, por su parte, es reflejar aquello que aparece en un medio -como puede ser un libro-, en otro distinto -como una película- : “Las narrativas transmedia son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación. Pero no son la adaptación de un lenguaje a otro” (Jenkins, 2006:24).

Algunos *best sellers* como, por ejemplo, *El señor de los Anillos*, *Doctor Zhivago*, *Carrie* y, también, *Harry Potter*, han sido adaptados a la gran pantalla tratando de ser lo más fieles posibles a las lecturas, lo que las convertirían en adaptaciones o “traducciones intersemióticas”, un concepto que introduciría Roman Jakobson en los años 50, y que más tarde utilizarían otros expertos como el anteriormente citado Henry Jenkins, Carlos Scolari o Jeff Gómez. Sin embargo, en el caso de *Harry Potter*, el contenido no se limita a las películas, sino que se expande a través de nuevas plataformas, ofreciendo, tal y cómo explica Jenkins, una “disposición hipertextual”. Para el autor, es importantísimo poder diferenciar entre las distintas partes que forman el *storytelling*, es decir, la narración mediante lenguaje sensorial.

### 1.1.3. Principales características de las narrativas transmedia

Henry Jenkins (2011) afirma que existen siete rasgos característicos de la narrativa transmedia, lo que ha servido como pilar fundamental a la hora de hablar acerca de la NT. En la actualidad, la mayor parte de narrativas transmedia que se crean beben de estos principios, los cuales podemos encontrar también en el caso de *Harry Potter*.

#### 1) **Expansión (*Spreadability*) vs. Profundidad (*Drillability*):**

La **expansión** ocurre cuando el relato original da pie a generar contenido a partir de él. En el caso de HP, los libros dieron pie a crear las películas. Este contenido expansivo puede ser creado por el canon o por el fándom. La **profundidad** se da cuando el consumidor puede encontrar más contenido sobre

algo relacionado con el relato a través de sus expansiones. Así, leer *Quidditch a través de los tiempos* sería una manera de profundizar en el deporte estrella del universo mágico.

## 2) Continuidad (*Continuity*) vs. Multiplicidad (*Multiplicity*):

Para que exista una **continuidad**, todas las extensiones de la narrativa deben de ser coherentes y seguir el mismo código. Por ejemplo, sería cuanto menos extraño que Harry Potter fuese rubio a partir del segundo libro sin razón aparente. La **multiplicidad** exige que existan relatos alternativos sobre la historia central. En el caso de HP, podemos entender como relato alternativo *Animales Fantásticos*.

## 3) Inmersión (*Immersion*) vs. Extracción (*Extractability*):

Con la **inmersión** se consigue que los fans de la saga se consideren parte de la narración. Un ejemplo de esto es la realización del test de las casas. La **extracción**, por su parte, se consigue cuando se integran elementos del universo en la vida real de los fans, como por ejemplo mediante el *merchandasing*.

## 4) Construcción de mundos (*Worldbuilding*):

Ligada a las características anteriores, la construcción de mundos supone que todas las extensiones de la narrativa completen el universo creado por el autor. Por ejemplo, *Historias breves de Hogwarts: Poder, Política y Poltergeists Pesados* continúan con esa construcción ficticia del universo de Hogwarts.

## 5) Serialidad (*Seriality*):

Con la **serialidad**, los productos se mantienen en el tiempo mediante la publicación de diferentes entregas continuadas. Por ejemplo, en HP se fueron estrenando las películas a lo largo de los años, dividiendo incluso el contenido del último libro en dos.

## 6) Subjetividad (*Subjectivity*):

Con la **subjetividad** se pretende otorgar protagonismo a personajes (normalmente secundarios) con los objetivos de mostrar diversos puntos de vista y ampliar la narrativa. Así, en *Harry Potter y el Legado Maldito* se muestra la historia de Albus Severus, dejando a Harry en un segundo plano.

## 7) Realización (*Performance*):

La **participación invita** al usuario a crear su propio material, generando contenido propio. Un ejemplo de esto puede ser los *fanficts*.

Por su parte, Jeff Gómez (2007), CEO de Starlight Runner<sup>8</sup> es uno de los mayores productores y creadores de narrativa transmedia de la actualidad. Ha trabajado en proyectos transmedia tan ambiciosos como Piratas del Caribe, Coca-Cola o Avatar, aplicando sus propios principios transmediáticos a estas creaciones, expandiendo su narración. Estos son:

**1) El contenido es creado por uno o varios usuarios (o visionarios de la historia):**

La creación de la historia corre a cargo de un pequeño grupo de personas, quienes deben de mantener siempre el mismo hilo conductor y protegerlo. Si este grupo fuera más numeroso, sería importante la figura de un coordinador que unifique las aportaciones planteadas a través de una “lluvia de ideas”.

**2) Transmedia *storytelling* desde el inicio:**

Desde que la historia comience, se debe tener en cuenta su naturaleza transmediática. Aunque esto no siempre se cumple, pues existen muchos casos en los que la *transmedia storrtelling* aparecen después de que un producto haya sido exitoso. Aun así, la experiencia del usuario siempre debe de estar presente.

**3) Distribución del contenido en diferentes plataformas:**

El número mínimo de plataformas en las que debe de distribuirse el contenido transmedia deben de ser tres. De esta forma el proyecto será dotado con una mayor variedad y creatividad, lo que dará pie a que se difunda por más plataformas en un futuro.

**4) Contenido único y original en cada una de las plataformas de difusión:**

En cada plataforma, el contenido que se vuelque no debe de haber sido publicado anteriormente. Cada una de las plataformas debe de tener su propio contenido original y específico, acorde con el público objetivo de cada medio. Además, esto ayudará a la hora de mejorar la acción, o introducir nuevos personajes o giros argumentales.

**5) Visión unificada del mundo narrativo:**

El mundo narrativo debe de ser llevado a cabo por una única visión. El coordinador -anteriormente mencionado- es el encargado de unificar todas las ideas existentes como si fueran solo una.

**6) Las incongruencias en la narrativa... ¡No, por favor!:**

Como ya se ha explicado, unificar todas las ideas es algo vital en el *storytelling*. Así evitaremos las incongruencias o incoherencias. Aquellos que suelen detectarlas más rápido suelen ser las

---

<sup>8</sup> Para más información, véase: <https://starlightrunner.com/> Última consulta: 25 de mayo de 2020.

comunidades externas, como los fans, defensores de la marca y los detractores de esta. Al cometer incongruencias se puede estar destruyendo el universo creado.

### **7) Integración de los personajes... ¡Siempre!:**

Integrar a todos los actores o personales del proceso. El éxito de una historia transmedia o transmedia *storytelling* no depende únicamente del equipo que desarrolla la idea principal. En el proceso de esa historia intervienen otros actores como la producción, el patrocinio o la distribución del contenido (historia, datos, información). Hay que aprender a unificar todos los actores de forma vertical para que compartan el mismo objetivo y, claro está, la misma visión.

### **8) Participación de los usuarios:**

En la narrativa transmedia, el rol de la audiencia es una pieza clave. Es muy importante su participación para poder seguir creando una historia, u otras que surjan a partir de ella.

#### 1.1.4. Concepto de prosumidor y diferencias entre canon y fándom

En una conversación entre Jenkins y Scolari extraída libro *Narrativas Transmedia* (2013), Scolari pregunta a Jenkins dónde radica mayor importancia, en la cantidad de medios o plataformas, o en la participación de la audiencia, a lo que este responde:

*Para mí, lo esencial es que en la obra exista una intertextualidad radical -o sea, que las diferentes partes estén conectadas entre sí de algún modo-, lo cual tiene que ver con el concepto de multimodalidad y el hecho de ser diseñado para una cultura en red. Todas esas cosas vienen juntas. (Scolari, 2013:29).*

Entonces, ¿podría hablarse de la narrativa transmedia sin la figura del usuario? En opinión de los autores, no. Y es aquí donde radica la importancia de diferenciar entre canon y fándom. La propia página web de fándom de Harry Potter describe canon como “una palabra usada para describir una colección específica de textos e información verídica relacionados a una temática o serie determinada. Esta información ha sido verificada con referencias, y se considera oficial e indiscutible como perteneciente a la temática o serie de la cual forma parte”<sup>9</sup>. Asimismo, diferencia entre canon primario y canon secundario dentro del Universo de Harry Potter, como veremos más adelante<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Información extraída de: <https://n9.cl/66oo1> Última consulta: 4 de mayo de 2020.

<sup>10</sup> Véase: 2.2.4. Extensión del universo canónico.

A diferencia de esto, el fándom, es una palabra procedente de la contracción de la expresión inglesa “*Fan Kingdom*” (Reino Fan) con el que se nombra a todas las personas aficionados a algún pasatiempo, fenómeno o persona característica. Un término equivalente en español es “fanaticada”<sup>11</sup>.

Existen diferentes fándoms (cantantes, películas, actores...). Dependiendo del tema que traten, cada grupo contempla un nombre en específico, algunas veces creado por el propio artista/industria, y otras por los propios fanáticos. Para entenderlo mejor pondremos unos ejemplos: el fándom de la cantante Lady Gaga, se autodenomina “*little monsters*”<sup>12</sup>; el de Justin Bieber, “*beliebers*”<sup>13</sup>; el de Michael Jackson, “*moonwalkers*”<sup>14</sup>. En ficción encontramos diferentes nombres también, como los fans de Doctor Who, “*whovians*”<sup>15</sup>; o en el caso que nos concierne, los fans de Harry Potter, “*potterheads*”<sup>16</sup>. Actualmente, y con el auge que han vivido distintas plataformas online, este fenómeno fándom también se ha visto reflejado en los *Youtubers*: los fans del Rubius son “*criaturitas del Señor*”; los de DalasReview, “*pambisitos*”; o los de JaviOliveira son “*su chavalería*”.

Es importante destacar alguna de las características que poseen los fándoms. Así lo explica la web de fándom de k-pop Aminoapps<sup>17</sup> en su entrada “Cómo ser parte de un fándom”: “Primero que nada, tienes que tener algo que te llame la atención, algo que te guste mucho, hay que averiguar qué es lo que más te apasiona”. Como podemos apreciar, es necesario procesar un fuerte amor por ese algo, ya sea habiéndote leído todos sus libros, habiendo escuchado todas sus canciones, o habiendo visto todos los capítulos de una serie. La explicación continúa de la siguiente forma:

“Ser parte de un fándom significa que vas a estar con ese grupo en las buenas y en las malas, y a pesar de todo lo que pase vas a apoyar a tu banda sin importar que, hay veces en que nuestros *idols* cometen errores, pero no por eso les vas a dar la espalda, al contrario, cuando cometen un error hay que estar alentando y dándole mucho ánimo para que salga adelante, así como una mamá que siempre cuidará de su hijo sin importar qué”. Al leer esto, entendemos que existe un punto importante a tratar, y es la figura casi maternal con la que los fans tratan a sus ídolos, apoyándolos aunque se equivoquen, incluso si sacan al mercado productos con una calidad dudosa.

“Además, es muy importante que conozcas sobre la banda, que sepas sobre su trayectoria, logros, canciones, etc. esos datos que son de cajón. Pero tampoco quiere decir que tu vida debe girar en torno a

<sup>11</sup> Término extraído del Diccionario de americanismos, de la Asociación de Academias de la Lengua Española.

<sup>12</sup> Véase [https://ladygaga.fandom.com/wiki/Little\\_Monsters\\_\(fanbase\)](https://ladygaga.fandom.com/wiki/Little_Monsters_(fanbase)) Última consulta: 23 de mayo de 2020.

<sup>13</sup> Véase <https://sillypedia.fandom.com/es/wiki/Beliebers> Última consulta: 23 de mayo de 2020.

<sup>14</sup> Véase <https://michael-jackson.fandom.com/wiki/Moonwalker> Última consulta: 23 de mayo de 2020.

<sup>15</sup> Véase <https://tardis.fandom.com/wiki/Whovians> Última consulta: 24 de mayo de 2020.

<sup>16</sup> Véase <https://harrypotter.fandom.com/es/wiki/Potterhead> Última consulta: 24 de mayo de 2020.

<sup>17</sup> Información extraída de <https://n9.cl/gt61> Última consulta: 24 de mayo de 2020.

ellos”. Es decir, es necesario tener cierto conocimiento acerca de aquello de lo que queramos ser fans. No por haber escuchado una canción, o haber leído una entrevista vas a ser parte de él.

Véanse a continuación algunos ejemplos gráficos:

## Los fans de Maluma defienden al cantante ante las críticas por machista

El cantante de reguetón ofreció este jueves un concierto en el Palacio de los Deportes de Madrid



Ilustración 1 Portada de *Diario de Navarra*, el día 7 de septiembre de 2018.

## Paddington 2 es catalogada como una película sobrevalorada y los fans la defienden

La película que recibió una calificación perfecta de la crítica, entró en una lista de los filmes más sobrevalorados de la década y el Internet no podría estar en mayor desacuerdo



Ilustración 2 Portada de *Tomatazos*, el 1 de enero de 2020.

Pero, además de seguir a sus ídolos, los fans crean diferentes contenidos en relación con ellos. Es aquí donde diferenciaremos tipos de *fanficts*, *crossovers*, páginas webs, podcasts, *cosplays*, convecciones, juegos de rol...

*Si los viejos consumidores se suponían pasivos, los nuevos consumidores son activos. Si los viejos consumidores eran predecibles y permanecían donde les decías que se quedasen, los nuevos consumidores son migratorios y muestran una lealtad hacia las cadenas, las redes y los medios. Si los viejos consumidores eran individuos aislados, los nuevos consumidores están más conectados socialmente. Si el trabajo de los consumidores mediáticos fue antaño silencioso e invisible, los nuevos consumidores son hoy ruidosos y públicos (Jenkins, 2006:29).*

Es por ello, que, al convertirse en creadores de contenido, además de consumirlo, se convierten en prosumidores. Algunas de las técnicas de Contenido Generado por el Usuario (CGU) son las sincronizaciones, donde el usuario recrean momentos de la historia original editando los vídeos mediante multipantallas; recapitulaciones, donde se resumen episodios o temporadas; parodias, montajes con fines humorísticos; falsos avances, videos editados que anuncian una película que no existe o cambian el sentido de su argumento; falsos *openings*, donde se modifica el comienzo del episodio como si se tratase de un programa de los 60 o los 80; *mashups*, mezcla de fragmentos o escenas de diferentes producciones; y adaptaciones, donde se cuenta una escena mediante otro lenguaje.

Y si estas creaciones -o recreaciones- se pueden llevar a cabo, en muchos casos es debido a las lagunas o inconexiones que existen en las propias tramas canónicas. Tal y como lo explica Jenkins, “estas lagunas y excesos brindan oportunidades a las múltiples y diversas comunidades de conocimientos que surgen alrededor de estas películas de culto para exhibir su pericia, bucear en sus bibliotecas y escudriñar un texto que promete un pozo insondable de secretos,” (Jenkins, 2006:100).

Es aquí donde se debe recalcar la importancia de los nuevos medios de comunicación, los diferentes soportes e interfaces. Ya no se utiliza el papel físico, ni las cintas de vídeo. Hoy en día, un ordenador es el mayor elemento físico que utilizan tanto creadores como consumidores de contenido. Tal y como explica Manovich en su obra *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (2011), actualmente nos encontramos en una nueva revolución comunicativa al igual que, antaño, nuestros antepasados la vivieron con la invención de la imprenta, el teléfono o la cámara fotográfica. Sin embargo, si algo diferencia a nuestra revolución de la que pudo ser, por ejemplo, la de la fotografía, es la cantidad de manifestaciones que abarca.

Mientras que la fotografía afectaba tan solo a la comunicación cultural, en cuanto a la existencia de imágenes fijas, la revolución actual de los medios tecnológicos implica un cambio en todas las fases de la comunicación. “Abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución; así como afecta también a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales” (Manovich, 2011:4).

Internet ha potenciado el mundo de los *fanfacts*, tanto para componer estas obras como para compartirlas. Incluso aquellos que se dedican a dibujar, actualmente lo hacen mediante programas digitales y tabletas gráficas. Atrás quedaron las cartas enviadas por correo postal a las casas de los actores o cantantes -aunque los más románticos lo siguen haciendo-, utilizando en su lugar Twitter o Instagram, donde, innegablemente, es mucho más fácil conseguir ese *feedback* tan esperado. Pueden observarse en las imágenes 3 y 4 una ejemplificación de esto.



Ilustración 3 Harry Styles hablando con una fan por Twitter



Ilustración 4 Conversación por Instagram de Taylor Swift y una fan

Gracias a estas nuevas formas comunicativas, el papel del usuario (tanto del que crea contenido como del que únicamente lo consume) se ha vuelto crucial para las empresas. El *engagement*, la figura de los *community managers*, y la necesidad de interacción son temas que ocupan el foco de las empresas hoy en día. Pero esto no es algo que suceda únicamente en el ámbito comunicativo. Tal y como explica Jenkins en su libro *Convergence Culture* (2006), cada vez más instituciones tienen en cuenta las opiniones populares: la publicidad, los militares, los juristas, etc. “En cada uno de estos casos, las instituciones poderosas intentan establecer conexiones más consistentes con sus bases y los consumidores aplican al trabajo, la educación y la política las destrezas adquiridas como fans y jugadores” (2006:32).

## 1.2. El fenómeno de Harry Potter

### 2.2.1. J. K. Rowling

Hoy en día, “Harry Potter” es un nombre mundialmente conocido. Es difícil encontrar a alguien que no haya oído el nombre del famoso mago. Pero el camino a su popularidad no fue fácil. J. K. Rowling, cuyo nombre real es Joanne Rowling, adoptó el nombre de su abuela, Katherin, para conseguir una firma más llamativa. A pesar de estar segura de querer dedicarse a ser novelista, estudió doble grado en filología francesa y clásica en la Universidad de Exeter. Después se mudó a Londres para trabajar como investigadora y secretaria bilingüe en Amnistía Internacional. Es en 1990, cuando, durante un retraso en un viaje hacia Manchester viene a su cabeza la historia del joven mago, que continuaría escribiendo a su vuelta a Londres. Durante este tiempo, la madre de la escritora y su principal apoyo moriría tras años de lucha contra la esclerosis múltiple, dejando un profundo vacío en ella: “Estaba escribiendo *Harry Potter* en el momento en que mi madre murió. Jamás pude hablarle sobre *Harry Potter*” (J. K. Rowling, 2006).

Tras este suceso, Rowling se mudó a Oporto para trabajar como profesora de inglés, donde contraería matrimonio con el periodista Jorge Arantes, aunque esta unión no duraría mucho. Tras su divorcio, se mudó a Edimburgo junto a su hija. Durante todo este proceso, la británica sufrió una depresión clínica, llegando incluso a plantearse el suicidio, pero se aferró a su hija Jessica para que esto no ocurriese. De los sentimientos que soportó durante esta época nació la idea de los *dementores*, unas criaturas del universo mágico de Harry Potter capaces de arrebatar toda la felicidad existente a su alrededor, dejando a las personas una sensación de vacío y profunda tristeza. Siguió escribiendo su novela mientras cuidaba de su hija, a la que normalmente sacaba a pasear ya que esto hacía que se durmiera con mayor facilidad. Es por eso por lo que gran parte de Harry Potter fue escrito en cafeterías.

### 1.2.2. Los libros

En 1995, Rowling terminó su manuscrito de *Harry Potter y la Piedra filosofal*, y la agencia Christopher Little Literary Agents se encomendó en la misión de buscarle un agente literario para su publicación. Las doce editoriales que lo recibieron lo rechazaron, y no fue hasta 1996 cuando el editor de Bloomsbury, Barry Cunningham, decidió publicarlo después de que la hija de ocho años del presidente de la editorial hubiera pedido una segunda parte tras haber leído encantada el manuscrito. Al año siguiente, Rowling recibiría una beca por parte del Scottish Art Council para continuar con su labor de novelista.

En la siguiente primavera, se llevaría a cabo una subasta en Estados Unidos por los derechos para publicar el primer libro, ganada por Scholastic Inc., quien pujaría 105.000 dólares americanos. *Harry Potter y la Piedra Filosofar* ganó el Premio de Libros para Niños Nestlé, el Premio en la categoría Libro Infantil del Año y el Premio al Mejor Libro Infantil. En 1998, la segunda parte, *Harry Potter y la Cámara Secreta*, vería la luz. En 1999, lo haría *Harry Potter y el Prisionero de Azkaban*.

La escritora decidió retrasar la cuarta entrega para dar tiempo así a los lectores a disfrutar de los otros tomos. *Harry Potter y el Cáliz de Fuego* sería publicado finalmente el 8 de julio del año 2000, siendo su publicación simultánea tanto en Estados Unidos como en Reino Unido. Pasaron tres años hasta que los fans del joven mago pudieron disfrutar del quinto libro de la saga, *Harry Potter y la Orden del Fénix*. Durante este tiempo, se dijo que la escritora había sufrido un bloqueo de escritor, algo que ella negó en numerosas ocasiones: “Dejé en claro el verano pasado que quería tomarme el tiempo para asegurarme de que el libro cinco no se desvaneciera para cumplir con un plazo. No hay bloqueo de escritor, por el contrario, estoy escribiendo muy felizmente” (J. K. Rowling, 2001).

En 2005, *Harry Potter y el Misterio del Príncipe* saldría a la venta batiendo récords: se vendieron más de nueve millones de ejemplares en sus primeras 24 horas en el mercado. El séptimo y último libro se publicaría al año siguiente. *Harry Potter y las Reliquias de la Muerte* batió el récord de ser el libro que más rápido se había agotado en todos los tiempos<sup>18</sup>. De esta manera Harry Potter se convertiría en una marca registrada globalmente valorada en alrededor de 7.000 millones de libras.

### 1.2.3 Las películas

En octubre de 1998, Warner Bros decidió comprar los derechos de las dos primeras novelas y adaptarlas en la gran pantalla, ambas con el mismo título que su libro. *Harry Potter y la Piedra Filosofal* vería la luz el 16 de noviembre de 2001 en Estados Unidos. El 15 de noviembre del año siguiente se estrenaría *Harry Potter y la Cámara Secreta*. En junio de 2004 saldría la adaptación del

---

<sup>18</sup> Para más información, visitar [https://es.wikipedia.org/wiki/Harry\\_Potter\\_y\\_las\\_reliquias\\_de\\_la\\_muerte](https://es.wikipedia.org/wiki/Harry_Potter_y_las_reliquias_de_la_muerte) Última consulta: 29 de mayo de 2020.

tercer libro, tres años más tarde, la del cuarto, y en 2009 las salas de cines proyectarían *Harry Potter y el Misterio del Príncipe*. En 2010, Warner Bros haría un gran anuncio: el último tomo de la saga, *Harry Potter y las Reliquias de la Muerte*, sería dividido en dos películas: la primera de ellas en noviembre de 2010, y la segunda en julio de 2011.

A diferencia de, por ejemplo, *El Señor de los Anillos*, en esta saga de películas no hubo un único director. El encargado para dirigir *Harry Potter y la Piedra Filosofal* y *Harry Potter y la Cámara Secreta* fue Chris Columbus. Alfonso Cuarón dirigió *Harry Potter y el Prisionero de Azkaban*, y las demás entregas serían dirigidas por David Yates, quien ha estado al cargo también de las dos entregas de *Animales Fantásticos*. Como dato a resaltar, el actor que interpretaba a Albus Dumbledore - Richard Harris- también fue sustituido -por Michael Gambon- ya que fallecería en 2002, a pocos días del estreno de la segunda película<sup>19</sup>.

Otro dato que destacar sobre las filmaciones es la cláusula del contrato donde J. K. Rowling estipulaba que tanto los actores como los escenarios, debían ser completamente británicos. Además de esto, la escritora participó activamente en otras actividades del rodaje, tales como la audición de los actores, la exigencia al principal proveedor de las películas -Coca Cola- sobre donar 18 millones de dólares a la fundación Reading is Fundamental, su asistencia a los procesos de creación de los libretos, etc. Las películas de Harry Potter fueron un éxito mundial en taquilla, logrando superar los 7700 millones de dólares.

#### 2.2.4 Extensión del universo canónico

Pero el universo de Harry Potter no se limita tan solo a los libros ni las películas, sino que existen multitud de extensiones. Para entenderlas, podemos dividir el canon entre primario y secundario<sup>20</sup>. En el canon primario encontraríamos los siete libros de Harry Potter, otras obras literarias como pueden ser *Quidditch a través de los tiempos* o *Los Cuentos de Beddle el Bardo*, la serie literaria *Pottermore Presenta*, las películas y los guiones de *Animales Fantásticos*, la web oficial de J. K. Rowling<sup>21</sup>, las entrevistas donde Harry Potter sea el tema principal, la obra de teatro *Harry Potter y el Legado Maldito* y la página web WIZARDING WORD<sup>22</sup>. Por su parte, las extensiones pertenecientes al canon secundario serían las ocho adaptaciones cinematográficas de *Harry Potter* y de *Animales Fantásticos*, los videojuegos, el juego de cartas *Harry Potter Trading Card Game*, y toda la información facilitada por Warner Bros, la Editorial Bloomsbury o la Editorial Salamandra.

<sup>19</sup> Para más información, visitar: <https://de10.com.mx/top-10/los-actores-que-dieron-vida-dumbledore-en-harry-potter> Última consulta: 3 de junio de 2020.

<sup>20</sup> Información extraída de <https://harrypotter.fandom.com/es/wiki/Canon> Última consulta: 6 de mayo de 2020.

<sup>21</sup> Véase: <https://www.jkrowling.com/> Última consulta: 6 de junio de 2020.

<sup>22</sup> Véase: <https://www.wizardingworld.com/> Última consulta: 6 de junio de 2020.

En resumen, Harry Potter es un gran ejemplo de narrativa transmedia. Los aclamados libros, películas, precuelas, y la existencia de innumerable *merchandising* o el parque de atracciones, entre otros, son pruebas de ello. También la gran comunidad formada a partir de la historia y sus creaciones evidencian este éxito. De esta información parte el trabajo profesional de mi investigación, que se trata de una página web donde se vuelcan todas las extensiones transmediáticas no solo por parte del canon, sino también del fándom de Harry Potter. El proceso llevado a cabo se explica en los siguientes epígrafes.

## **2. PLAN DE TRABAJO**

### **2.1. Organización y documentación.**

Llevar a cabo un trabajo de esta envergadura no resulta sencillo sin una adecuada planificación. Si bien es cierto que durante todo el grado de Periodismo la investigación está presente en casi todas las asignaturas: Periodismo de Investigación, Metodologías de Investigación, Periodismo especializado, etc., me sentí algo perdida a la hora de comenzar a trabajar en ello, por ello lo primero que hice fue un esquema sobre las ideas principales del proyecto y, mis tutoras y yo, descubrimos que sería muy interesante hablar sobre el fándom de Harry Potter dado su tamaño, su importancia y todas las actividades que llevan a cabo. Tras seleccionar el caso específico a partir de cual trabajará la narrativa transmedia, improvisamos una suerte de organigrama con todos los pasos que debería de seguir hasta la entrega final (véase: Anexo I).

Tras esto, comencé el proceso de investigación, elaborando el marco teórico mostrado anteriormente. Para ello consulté los apuntes que tenía de Ciberperiodismo y Metodologías de Investigación, y comencé con las lecturas de Jenkis y Scolari, ya que son dos de los mayores expertos en narrativa transmedia. Lo principal era dejar claro qué es la narrativa transmedia y sus características, ya que sin tener clara esta parte sería imposible continuar con el trabajo.

Lo siguiente recabar información sobre cómo esta narrativa transmedia se manifestaba en Harry Potter: datos sobre la autora, la saga, cómo se llevaron a cabo las películas, sus directores, y otras extensiones como los videojuegos, tiendas, página web, parque de atracciones, etc. También me informaría acerca de qué es el fándom y las implicaciones de este en la narrativa transmedia del universo fantástico: *fanficts*, *fanarts*, obras de teatro, películas, series, redes sociales tributo, etc. Todo aquello que los *potterheads* hubieran creado para expandir esa realidad mágica (Véase Anexo II).

## 2.2. Diseño web

En los días siguiente comencé a realizar prototipos del diseño de la web. Ya había hablado con mis tutoras sobre la posible organización de esta, por lo que lo primero que hice fue plasmarlo todo en una hoja dibujando un primer boceto (véase Anexo III). En él añadí los posibles menús, la distribución del contenido y la estética que tendría la web. A la hora de plasmarlo en la página real, decidí que Wix sería un buen servidor, ya que ofrecía grandes posibilidades en su versión gratuita. Además, su uso es muy intuitivo y de fácil edición.

## 2.3. Contacto con las fuentes

Una vez creada la web, era el momento de completarla con información. Lo primero que tenía que hacer estaba claro según mi organigrama: comenzar a mandar correos electrónicos para ponerme en contacto con personas que aportarían un extra en mi trabajo. Al ser el tema principal Harry Potter, debía intentar contactar con J. K. Rowling, por lo que decidí mandarle un correo. He de reconocer que supuse que no me contestaría, pero para mí sorpresa sí lo hizo. La respuesta fue algo similar a la siguiente: “En estos momentos J. K. no puede contestar a sus preguntas debido a la gran cantidad de trabajo que tiene. Agradecemos su mensaje. Entre en la página oficial de Wizarding World<sup>23</sup> para conocer las últimas novedades sobre JK”. Si bien era una respuesta esperada, era parte de mi ejercicio como futura periodista intentarlo (Véase Anexo V.)

Las siguientes personas a las que consideré que sería interesante entrevistar eran las encargadas de las editoriales Bloomsbury Publishing<sup>24</sup>, en Inglaterra, y Salamandra<sup>25</sup>, en España, ya que fueron las encargadas de publicar las novelas. Desgraciadamente no encontré respuesta de ninguna de ellas. Seguí tratando de ponerme en contacto con cualquier persona que tuviese alguna relación con el canon de Harry Potter, así que mandé también correos a todos los directores de las películas: Chris Columbus, Mike Newell, Alfonso Cuarón y David Yates, de los cuales, y para mi sorpresa, obtuve respuesta del último (puede leerse la entrevista completa en el Anexo VI). También traté de contactar con los protagonistas de la saga mediante sus representantes, sin obtener respuesta.

Por supuesto, era de vital importancia contactar con expertos en transmedia. Envié correos electrónicos a varios de los mayores concedores de esta narrativa: Jeff Gómez<sup>26</sup> (cuya respuesta fue positiva en un principio, pero más tarde le fue imposible por trastorno de horarios relacionado con la epidemia sanitaria); Román Zabal<sup>27</sup> (el cual me dijo que estaría encantado y cuando le comenté una fecha para realizar una videoconferencia no me llegó ningún tipo de respuesta por su parte, pese a mi

<sup>23</sup> Véase: <https://www.wizardingworld.com> última consulta: 10 de mayo de 2020.

<sup>24</sup> Véase: <https://www.bloomsbury.com/uk/> última consulta: 10 de mayo de 2020.

<sup>25</sup> Véase: <https://www.salamandra.info/> Última consulta: 10 de mayo de 2020.

<sup>26</sup> Véase: <https://starlightrunner.com/> Última consulta: 23 de mayo de 2020.

<sup>27</sup> Véase: <https://cookiebox.es/author/roman-zabal/> Última consulta: 23 de mayo de 2020.

insistencia); Carlos Scolari<sup>28</sup> (sin respuesta); Daniel Resnich<sup>29</sup> (cuyas preguntas pueden leerse en el Anexo VII), Agustín Alonso (véase las preguntas en el Anexo VIII) y también con Sergio García, integrante de la Agencia Fándom<sup>30</sup>. Además, este último caso era muy interesante ya que había realizado su tesis sobre el caso de las narraciones transmedia de no ficción, más concretamente sobre Kony 2012<sup>31</sup>.

Asimismo, era importantísimo hablar con personas que pertenecieran al fándom de Harry Potter. Lo primero que hice fue anunciar por Twitter mi necesidad de hablar con ellos, y gracias a los retweets de algunos de mis seguidores (entre ellas, Dafne), varias personas se pusieron en contacto conmigo para ayudarme. (Véase Anexo IX). Pensé que una forma sencilla para preguntarles a cerca de Harry Potter sería hacerles un cuestionario con preguntas tanto abiertas como cerradas, por lo que me puse manos a la obra con ello y lo publiqué en un formulario de Google (véase Anexo X). Luego se lo pasé a aquellos que me habían hablado para colaborar conmigo y también lo tuiteé con la esperanza de que más personas se animasen a colaborar.

Después de esto pregunté a algunas de las personas que me habían ayudado si estarían dispuestas a grabar algún vídeo contestando a varias preguntas más (algunas eran las mismas que aparecían en el cuestionario). De esta forma pensé que sería algo más personal y entretenido, además de contar con otra forma de narrativa transmedia. Javier Velázquez y Miguel Ramos no tenían ningún problema en grabarse, por lo que, tras darles algunas indicaciones (tales como tratar de mostrar algo de *merchandasing*, intentar contar con buena iluminación o utilizar un trípode si fuera posible) y enviarles las preguntas solo me quedaba esperar a sus contestaciones (Véase Anexo XI.)

Mientras tanto, me puse en contacto con otro tipo de personas que igualmente tuviesen relación con el fándom. Una de ellas era Ainhoa Jiménez, también estudiante de Periodismo en la UVa que, si bien no se consideraba *potterhead*, me confesó que había realizado *fanfacts* desde los 14 años, por lo que le pregunté si podría grabarse contestando a algunas preguntas relacionadas con los *fanfacts* y su respuesta fue positiva (Véase Anexo XII.)

Khay Cosplay fue otra de las personas que se mostró abierta a ayudarme. Como ella es *cosplayer*, me parecía una gran oportunidad para hablar sobre esta afición y mostrársela a quienes no la conocieran, así que le escribí unas preguntas y le pregunté si podría grabarse en vídeo (a ser posible con alguno de sus trajes) al contestarlas. Desgraciadamente su respuesta fue negativa, ya que, según me dijo, no se

<sup>28</sup> Véase: <https://hipermediaciones.com/autor/> Última consulta: 23 de mayo de 2020.

<sup>29</sup> Véase: <https://www.inesdi.com/profesores-inesdi/daniel-resnich/> Última consulta: 24 de mayo de 2020.

<sup>30</sup> Para más información, véase: <https://agenciafandom.com/> Última consulta: 24 de mayo de 2020.

<sup>31</sup> Para más información, véase: [https://es.wikipedia.org/wiki/Kony\\_2012](https://es.wikipedia.org/wiki/Kony_2012) última consulta: 24 de mayo de 2020.

sentía cómoda expresándose delante de una cámara, por lo que su entrevista sería escrita, a fin de que el medio multimedia no fuera impedimento para que la entrevistada se encontrara segura durante la entrevista (véase Anexo XIII.) Por supuesto, también me puse en contacto con asociaciones o distintos grupos vinculados a Harry Potter: Harry Potter Fans Spain<sup>32</sup>, la Asociación de Quidditch de España<sup>33</sup>, el Proyecto Patronus<sup>34</sup>, y el podcast Patronus Unplugged<sup>35</sup>. Ninguno de ellos tuvo ningún problema en responder a mis preguntas, aunque todas ellas tuvieron que ser por escrito (véase Anexo XIV).

#### 2.4. Edición de los materiales audiovisuales

Después de haber mandado multitud de emails, y mientras esperaba las respuestas, no dejaba de darle vueltas a cómo mostrar todo este contenido en la web. Debido a la crisis por la COVID-19 tenía muchos menos testimonios en vídeo de los que me gustaría, y tenía claro que no quería que la página tuviera un exceso de texto, ya que esto la haría mucho menos atractiva, así que decidí que las infografías serían la mejor forma de expresar toda la información recopilada hasta el momento.

Para la realización de ellas contaba con varias herramientas: Canva<sup>36</sup>, Genially<sup>37</sup>, Timeline<sup>38</sup>, Maphub<sup>39</sup> y el propio Photoshop. Me decanté por Genially porque sus plantillas fueron las que más me gustaron, además de que la inserción por HTML quedaba mucho más estética que en el caso de Canva. El orden por el que hice las infografías fue el mismo que el que se muestra en la web: comencé por la que mostraba qué era la narrativa transmedia, más tarde por las que informaban a cerca de Harry Potter (sobre J. K., Rowling, otra sobre Harry Potter y la última donde se muestra la narrativa transmedia en Harry Potter), luego hice aquellas relacionadas con el fándom (sobre el vocabulario que utilizan los fándoms y sobre webs donde aquellos que elaboran *fanfictions* suben sus creaciones), y por último realicé las infografías con el contenido de las entrevistas que había planeado, según los entrevistados me iban pasando las respuestas.

Siempre me ha gustado plasmar la información de esa manera, ya que me parece un buen equilibrio entre conocimiento y estética, además del plus de la interactividad del usuario. Si bien es cierto que la mayoría de las asociaciones prefirieron responderme por escrito, los profesionales de la NT se animaron a hacerlo de una manera más personal. Por una parte, en el caso de Daniel Resnich tuve una pequeña videoconferencia de la cual pude grabar el audio para mostrarlo tal cual en la web. Por otra parte, Agustín Alonso decidió contestar a las preguntas que le mandé en un Word mediante audios de

<sup>32</sup> Para más información, consultar: <http://www.harrypotterfansspain.es/> Última consulta: 3 de mayo de 2020.

<sup>33</sup> Para más información, consultar: <https://www.aqe.es/> Última consulta: 3 de mayo de 2020.

<sup>34</sup> Para más información, visitar: <https://www.youtube.com/channel/UC5S5OwX6WPSTgyAiGMJsgtw> Última consulta: 6 de mayo de 2020.

<sup>35</sup> Para más información, consultar: <https://twitter.com/patronusunplug?lang=es> Última consulta: 7 de mayo de 2020.

<sup>36</sup> Visitar: <https://www.canva.com/q/pro-signup/> Última consulta: 7 de mayo de 2020.

<sup>37</sup> Visitar: <https://app.genial.ly/> Última consulta: 6 de mayo de 2020.

<sup>38</sup> Visitar: <https://timeline.knightlab.com/#make> Última consulta: 4 de junio de 2020.

<sup>39</sup> Visitar: <https://maphub.net/> Última consulta: 5 de junio de 2020.

Whatsapp. Es algo que creo que le da un punto muy positivo al trabajo y lo distingue de otros, además de favorecer ese aspecto multimedia que quería reflejar en el proyecto. Una vez tuve los audios lo único que hice fue subirlos a SoundCloud<sup>40</sup> y enlazarlos mediante dos posts a la web.

Aun así, seguía habiendo una gran parte de mis contactos que habían decidido responderme a las preguntas mediante un documento de texto. Como no me parecía buena idea llenar toda la web de infografías, ya que ser haría pesado, decidí que la entrevista a David Yates y la de Khay Cosplay se mostraran como un post básico de texto. El último paso era editar los vídeos que me habían mandado. Por fortuna, Miguel Ramos me envió su vídeo, ya editado, mediante un WeTransfer, así que no hubo ningún problema.

En el caso de Javier Velázquez la cosa fue muy distinta. El primer problema surgió cuando, al ir a mandarme los vídeos, hubo un error inesperado debido al excesivo peso de los documentos, por lo que tuvo que dividirlo en dos partes. Me los trató de pasar por Google Drive, esta alternativa tampoco funcionó. Y lo mismo pasó con WeTransfer. Decidimos que lo mejor era que me lo mandase por WhatsApp. Con la primera mitad de vídeo no hubo ningún problema, pero tuve serias dificultades a la hora de descargar la segunda parte. Ninguna de nuestras ideas daba resultado.

Finalmente, Javier consiguió pasarme en un Drive la segunda parte del vídeo. Descargué todo en el ordenador y comencé a editarlo con el Sony Vegas, que me dio algún que otro error y se cerró de forma inesperada sin guardarme los cambios, pero finalmente conseguí editarlo y subirlo a la web. Con el vídeo de Nhoa también tuve algún que otro percance. Por alguna razón no podía descargarlo de WeTransfer, por lo que tuvo que subirlo varias veces hasta que, finalmente, dio resultado.

Posteriormente, me dispuse a editarlo, también con el Sony Vegas, pero, al ser un archivo de vídeo procedente de un iPad, el programa no lo aceptaba. Tuve que buscar en internet programas gratuitos online que cambiaran el formato del vídeo, ya que yo no disponía de ninguno. Después de una larga búsqueda, encontré un cambiador de formato online que no me ponía pegas con el tamaño del vídeo. Cuál fue mi sorpresa cuando observé que, pese a que el formato ya se encontraba en MP4, el audio se oía distorsionado y, por lo tanto, imposible de entender.

Después de reiniciar el ordenador, volver a descargar los vídeos e intentar cualquier cosa que se me ocurriera, decidí que tendría que pasar los videos a mp3 para guardar solo los audios (sin sobrescribir el mp4 que ya tenía), silenciar el audio de los vídeos y montar el nuevo encima del anterior, a fin de

---

<sup>40</sup> Visitar: <https://soundcloud.com/discover> Última consulta: 5 de junio de 2020.

que se oyese en condiciones. Por fortuna el plan funcionó. Rendericé el vídeo y lo subí a la web junto a los demás.

## 2.5. Redacción y presentación de la web

Siendo francos, el primer borrador de la web precisaba de mucha mejora. Es cierto que tenía todos los contenidos transferidos, pero eso no servía de nada dada la inconexión y la falta de contextualización que presentaban. A simple vista, si se entraba en la web, era extremadamente difícil aclararse y sacar algo en claro de ella. Necesitaba de manera urgente una corrección. Tras esta revisión, cambié todo aquello que dificultaba gravemente la navegación, además de añadir algún que otro pequeño detalle que la hacían mucho más estética (Véase Anexo IV).

Por una parte, cambié el menú para que este se mantuviera fijo a lo largo de toda la navegación y así el usuario supiera en todo momento en qué sección de la página se encontraba. También cambié la tipografía y el tamaño, agrandándola. Como pequeño detalle, cambié el nombre de algunas secciones por algo cercano al universo *potterhead* con el que me encontraba trabajando, a modo de guiño hacia Harry Potter.

En cuanto al contenido, decidí añadir texto explicativo en todas las entradas para que el usuario comprendiera qué estaba viendo en cada momento, y existiera una conexión entre unos posts y otros. También cambie el diseño de algunas infografías y de las entrevistas, empequeñeciendo las imágenes que se mostraban y dándole más peso al texto.

Amplíé información acerca de algunos aspectos de Harry Potter, como por ejemplo sobre las Casas, y sumé algún que otro contenido interactivo como el propio test de las casas. Esta prueba es vital en cuanto a inmersión se refiere, ya que con ella los fans de la saga se sienten más identificados aún con el universo mágico. En los libros y las películas, la ceremonia de selección la lleva a cabo el Sombrero Seleccionador, quien es colocado en la cabeza de los alumnos de primer año y, basándose en sus pensamientos y sentimientos, elige si el alumno pertenece a Hufflepuff, Slytherin, Gryffindor o Ravenclaw. Desgraciadamente, en el mundo real no existe tal ceremonia, pero una manera de acercarse a ella es realizando un test como el que diseñé y añadí en la web. Mediante este, el usuario va respondiendo a preguntas -qué asignatura prefiere tener, qué adjetivo le define mejor o en qué sala prefiere pasar el rato- y, en base a sus respuestas obtiene un resultado. Considero que este plus de interactividad es importante, puesto que de esta manera el usuario siente que forma parte también de la web, y a partir de los resultados que obtenga podrá identificarse con algunos de los elementos reflejados.

## **2.6. Presentación de la memoria del proyecto**

Además de la realización de este documento donde se muestran los pasos que di a la hora de llevar a cabo la elaboración de este TFG, me pareció una buena idea incluir un apartado de “*making-off*” en la web. Bajo el título “Memoria de una merodeadora”, en alusión a Harry Potter, creé una entrada donde se plasmase todo el trabajo realizado por orden cronológico, expresado de manera más informal.

Creo que esto es una buena idea ya que puede ayudar a futuros estudiantes que tengan en mente realizar un trabajo similar. También es útil para todos aquellos curiosos que suelen preguntarse cómo se hacen las cosas, y por supuesto para que quienes tengan que corregir este trabajo tengan más a mano su memoria.

### 3. CONCLUSIONES

La realización de este Trabajo de Fin de Grado no ha sido algo sencillo. Pese a haberlo realizado sobre una saga que me ha acompañado toda la vida y que forma parte de mí, como es Harry Potter, abarcar algo tan extenso como sus extensiones transmedia ha resultado complejo. Tras haber estudiado y analizado qué es la narrativa transmedia, me ha quedado claro que se trata de una forma de comunicación con la que convivimos día a día, y que, sin embargo, resulta completamente desconocida. Desconocida en el sentido teórico, pues la mayoría de las personas no conocen su terminología. Pese a eso, los fans no dudan en criticar las incongruencias existentes en una narración que se expande a varias plataformas -como por ejemplo el cambio de carácter de Ron Weasley de las historias originales a la obra de teatro-, consumen los productos que tengan que ver con la saga -tazas, bufandas, pósteres, etc.- y creaban sus propias historias basadas en Harry Potter -*fanfictions*, obras audiovisuales, pinturas, etc.-. Es decir, forman parte de la narrativa transmedia sin saberlo.

Respecto a mí, he de confesar que, si antes ya me parecía complicado crear una narrativa de este tipo, tras toda esta investigación puedo afirmar que es un trabajo de locos. No puedo evitar sentirme algo frustrada al pensar que, cuando hablamos de Harry Potter, a todos nos viene a la cabeza la figura de J. K. Rowling, pero no tenemos en cuenta la cantidad de personas que están detrás del éxito de esta historia. Por supuesto, su creadora es un pilar fundamental, ya que sin ella Harry Potter nunca hubiera nacido, pero, tal y como afirma Jeff Gómez, es necesario que un grupo de grandes profesionales trabajen como si fueran una única persona si se quieren obtener resultados como este. Todo el proceso es algo muy complicado de llevar a cabo, y es una de las cosas que he aprendido durante la realización del trabajo.

Con relación a esto, me ha resultado muy interesante hablar con expertos en la materia para saber su opinión sobre cuáles son los puntos indispensables para que una narrativa transmedia triunfe, y que me digan su opinión acerca de las razones por las que Harry Potter ha tenido tanto éxito. Gracias a este trabajo he descubierto que una de las piezas fundamentales de cualquier historia multiplataforma es ser fiel a los mismos códigos durante todo el proceso, algo que no en todas las ocasiones se respeta y que, como consecuencia, conduce a la narración al fracaso.

También he aprendido mucho a cerca de los fándoms. Es muy emocionante conocer las razones por las que la saga une a tantísimas personas, aunque también me ha entristecido conocer que muchos de los fans encontraban en el mundo mágico una vía de escape a la que acudir para olvidar el acoso escolar al que se veían sometidos. Sin embargo, el amor que procesan algunos de estos *potterheads* hacia la creación de J. K. Rowling es tan grande, que han dedicado su vida a algo relacionado con

ello: o bien montando tiendas, o creando proyectos audiovisuales, e incluso formando alguna organización. Todo ello como consecuencia de un relato exitoso. Un relato que ha salvado vidas.

No obstante, resulta sorprendente la apatía de quienes forman parte del canon respecto a las creaciones del fándom. A pesar de que existan creaciones con una gran producción detrás, como es el caso de la película no oficial *Voldemort, los orígenes del heredero*<sup>41</sup>, ni J. K. Rowling ni su empresa parecen interesados en la figura del prosumidor. De hecho, en más de una ocasión la autora se ha mostrado molesta con la creación de alguno de los *fanficts* existentes. Algo que no logro comprender teniendo en cuenta que son precisamente sus fans los que han dado pie a este éxito multitudinario.

La narrativa transmedia es el futuro del periodismo, y de la comunicación en general. Todos los profesionales de la comunicación deberíamos de entender su funcionamiento y tendríamos que ser capaces de crear una narración en distintas plataformas. Además de eso, la interactividad de los usuarios es algo esencial. Como ejemplo de esto encontramos el test de las casas en Pottermore, que da pie a que el usuario sienta que pertenece aún más a esa fantasía y, además, le da pie a que consuma más información o productos sobre la casa que le haya tocado. También es muy normal escuchar a los fans pronunciar conjuros de la saga en algún que otro momento, como por ejemplo decir *alohomora* al querer abrir una puerta, ya que este es el hechizo mágico que se utiliza para abrir cerraduras, o pronunciar *lumos* si se quiere iluminar una habitación. Es habitual también que los fans llamen a quienes no son fans “*muggles*”, utilizado como forma de insulto, ya que los *muggles* son las personas no mágicas. Por supuesto, los *potterheads* no se cansan de esperar su carta de Hogwarts, ya que saben que, de un momento a otro, les será entregada como forma de admisión en el colegio mágico.

A pesar de que este trabajo está basado en el estudio de una narrativa de ficción, la narrativa transmedia puede aplicarse también en la no ficción. En el caso del periodismo, los reportajes son, en mi opinión, el género periodístico que más se presta a ello. Esta sería una buena manera de ensalzar de nuevo la figura de la prensa en papel, ya que el lector podría encontrar en ella informaciones complementarias a las de la web, o la de las redes sociales. Además, de esta manera podría aumentarse el target de la prensa escrita, ya que la sed de información de quienes consuman internet (sobre todo personas jóvenes), haría que adquiriesen estos “suplementos analógicos”.

Sin duda, J. K.. Rowling ha sabido cómo explotar la creación de un universo nacido en la silla de una cafetería. Lo único que podemos preguntarnos ahora es, ¿qué pasará después de *Animales Fantásticos*? ¿El universo mágico seguirá creciendo, o nos toparemos con el final? Probablemente salgan a la luz otras extensiones canónicas como videojuegos -como el RPG ya anunciado-, los guiones oficiales de las demás películas, y contenido nuevo en la web. Sólo nos queda esperar.

---

<sup>41</sup> Para más información, véase: <https://www.youtube.com/watch?v=vVHS18MK2Eg> Última consulta: 5 de junio de 2020.

## BIBLIOGRAFÍA

- Antevenio (2018, 5 diciembre). ¿Qué es marketing transmedia? Guía práctica. *Antevenio*. Recuperado de <https://www.antevenio.com/blog/2018/12/marketing-transmedia/>, consultado el 10 de febrero de 2020.
- Arias, M. (2019, 16 julio). Harry Potter: 9 increíbles teorías de fans confirmadas y 9 que debieron serlo. *Alfabetajuega*. Recuperado de <https://www.alfabetajuega.com/cine/harry-potter-libros-peliculas-mejores-teorias-fans-confirmadas>, consultado el 12 de marzo de 2020.
- Arjona, M. (2019, 11 julio). Quidditch, el deporte de Harry Potter que va camino de convertirse en uno de los más importantes del mundo en la vida real. *Menzig*. Recuperado de <https://www.menzig.es/a/quidditch-espana-vida-real/>, consultado el 24 de febrero de 2020.
- BBC, Potter author denies «writer's block». (2001, 8 agosto). Potter author denies «writer's block». *BBC*. Recuperado de <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1481229.stm>, consultado el 4 de marzo de 2020.
- Blog Hogwarts (2016, 9 febrero). Fanfics de Harry Potter. *Blog Hogwarts*. Recuperado de <http://www.bloghogwarts.com/fanfics-de-harry-potter/>, consultado el 8 de marzo de 2020.
- Castillo, L. (2017, 14 marzo). Harry Potter, una narrativa transmedia. *Prezi*. Recuperado de [https://prezi.com/vw86otvh\\_8rp/harry-potter-una-narrativa-transmedia/](https://prezi.com/vw86otvh_8rp/harry-potter-una-narrativa-transmedia/), consultado el 25 de marzo de 2020.
- Delibrosyfanfics (s. f.). Top 10 fanfics de Harry Potter en español. *Delibrosyfanfics*. Recuperado de <http://delibrosyfanfics.blogspot.com/2015/10/top-10-fanfics-de-harry-potter-en.html>, consultado el 13 de marzo de 2020.
- Diario de Navarra (2018, 7 septiembre). Los fans de Maluma defienden al cantante ante las críticas por machista. *Diario de Navarra*. Recuperado de <https://www.diariodenavarra.es/noticias/magazine/sociedad/2018/09/07/los-fans-maluma-defienden-cantante-ante-las-criticas-por-machista-609455-1035.html>, consultado el 13 de febrero de 2020.
- Frikitrip. (s. f.). Potter Camp Summer, el Campamento de Harry Potter en Madrid. *Frikitrip*. Recuperado de [https://www.frikitrip.com/es/potter-camp-summer-madrid\\_p9304314.htm#tabc-2](https://www.frikitrip.com/es/potter-camp-summer-madrid_p9304314.htm#tabc-2), consultado el 16 de abril de 2020.
- Gomez, J. (2010, 18 octubre). TEDxTransmedia - Jeff Gomez - DAREtoCHANGE [Archivo de vídeo]. *YouTube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=p9SIVedmnw4&feature=youtu.be>, consultado el 28 de marzo de 2020.
- Greig, G. (2006, 10 enero). 2006: Accio Quote!, the largest archive of J. K.. Rowling interviews on the web. Recuperado de <http://www.accio-quote.org/articles/2006/0110-tatler-grieg.html>, consultado el 4 de marzo de 2020.

- Harry Potter Wiki (s. f.). Canon. *Harry Potter Wiki*. Recuperado de <https://harrypotter.fandom.com/es/wiki/Canon>, consultado el 13 de marzo de 2020.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura de convergencia*. Nueva York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2011, 24 junio). Three Reasons Why Pottermore Matters. *HenryJenkins*. Recuperado de [http://henryjenkins.org/2011/06/three\\_reasons\\_why\\_pottermore\\_m.html](http://henryjenkins.org/2011/06/three_reasons_why_pottermore_m.html), consultado el 15 de marzo de 2020.
- Red Harry Latino.Potterfiecs (s. f.). Potterfics, tu versión de la historia. // Fanfictions (fanfics) de Harry Potter y mucho más. *Red Harry Latino.Potterfiecs*. Recuperado de <https://www.potterfics.com/>, consultado el 6 de marzo de 2020.
- Pottermore (2016a, febrero 10). Exciting publishing programme from J. K.. Rowling's Wizarding World. *Pottermore*. Recuperado de <https://www.wizardingworld.com/news/ww-publishing-cursed-child-script-book-announcement>, consultado el 6 de febrero de 2020.
- Pottermore (2016b, abril 26). J. K.. Rowling's Fantastic Beasts and Where to Find Them screenplay to be published. *Pottermore*. Recuperado de <https://www.wizardingworld.com/news/fantastic-beasts-and-where-to-find-them-screenplay-announcement>, consultado el 2 de abril de 2020.
- Rowling, A. (2016, 17 noviembre). Mis FANFICS de HARRY POTTER | Parte 2 [Archivo de vídeo]. *YouTube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=psybycFlvU>, consultado el 12 de marzo de 2020.
- Sánchez, L. (2017, 9 noviembre). ¿Qué es la narrativa transmedia y cómo aplicarla a tu estrategia de contenidos digital? *Wearemarketing*. Recuperado de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/que-es-la-narrativa-transmedia-y-como-aplicarla-a-tu-estrategia-de-contenidos-digital.html>, consultado el 20 de febrero de 2020.
- Scolari, C. (2014). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Silva, M. (2020, 1 enero). Paddington 2 es catalogada como una película sobrevalorada y los fans la defienden. *Tomatazos*. Recuperado de <https://www.tomatazos.com/noticias/411288/Paddington-2-es-catalogada-como-una-pelicula-sobrevalorada-y-los-fans-la-defienden>, consultado el 9 de febrero de 2020.
- Soriano, D. (2016, 25 noviembre). 8 proyectos fan de Harry Potter que tienes que ver. *IGN*. Recuperado de <https://es.ign.com/harry-potter/111371/feature/8-proyectos-fan-de-harry-potter-que-tienes-que-ver>, consultado el 13 de marzo de 2020.
- Torquemada, A. (2019, 3 septiembre). Conoce el Campamento de Harry Potter que llega este otoño a la sierra de Madrid. *La Sexta*. Recuperado de [https://www.lasexta.com/viajestic/escapadas/conoce+campamento-harry-potter-que-llega-este-otono-sierra-madrid\\_201909025d6cc74b0cf25f0fb48643fb.html](https://www.lasexta.com/viajestic/escapadas/conoce+campamento-harry-potter-que-llega-este-otono-sierra-madrid_201909025d6cc74b0cf25f0fb48643fb.html), consultado el 6 de marzo de 2020.

Wattpad (2018, 16 diciembre). Fanfic de Harry Potter (recomendaciones). *Wattpad*. Recuperado de <https://www.wattpad.com/702908727-fanfic-de-harry-hotter-recomendaciones-1>, consultado el 6 de marzo de 2020.

WikiMitologia (s. f.). Fandom. *Wiki Mitología*. Recuperado de <https://mitologia.fandom.com/es/wiki/Portada>, consultado el 3 de abril de 2020.

Wikipedia (2020, 27 mayo). Fandom (website). *Wikipedia*. Recuperado de <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikia>, consultado el 28 de abril de 2020.

## 4. ANEXOS

### Anexo I

Organigrama con la periodización de la elaboración del TFG. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/10BzoOslxQGmnBfl9-OYi5R0ss7Km01WI/view>

### Anexo II

Marco teórico inicial que me sirvió, además, como índice del trabajo. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1RkMR5uWYGfz0PJqCbsqqztx34NtPnRV/view>

### Anexo III

Primer boceto del web realizado a lápiz sobre una hoja de papel. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1juEEVlipf-uOmiNeK9EsJJKcorj55uUv/view>

### Anexo IV

Algunas capturas de pantalla del primer diseño de la web. Pueden consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

[https://drive.google.com/drive/folders/1zvKMSf4GXU\\_FtjUc34ht-nBFs2icv2sJ?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1zvKMSf4GXU_FtjUc34ht-nBFs2icv2sJ?usp=sharing)

### Anexo V

Correo electrónico recibido como respuesta al que le envié a la oficina de J. K. Rowling. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1NP9ItcvBWKQKJFTdua2GkoJMnZjK-NBm/view?usp=sharing>

### Anexo VI

Documento de texto con las preguntas y respuestas a David Yates. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

[https://drive.google.com/file/d/1ZwPY8TSt\\_eyeEb3b8\\_UnBXGuoWij7fJw/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1ZwPY8TSt_eyeEb3b8_UnBXGuoWij7fJw/view?usp=sharing)

### Anexo VII

Audio de la conversación con Daniel Resnich. Puede oírse en el siguiente enlace:

<https://soundcloud.com/helena-borge/charla-daniel-resnich>

#### Anexo VIII

Audio con las respuestas de Agustín Alonso. Puede oírse en el siguiente enlace:

<https://soundcloud.com/helena-borge/entrevista-agustin-alonso>

#### Anexo IX

Captura del tweet donde pedía colaboradores para que me respondieran al cuestionario. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/file/d/1waAIRcYty1bY1b9DLAgOSKcJZ5bFLGti/view?usp=sharing>

#### Anexo X

Cuestionario realizado a los fans de Harry Potter. Puede consultarse en el siguiente enlace:

[https://docs.google.com/forms/d/1ubg2InZ8oGEsdVnO6oj4LSO1XY3ZpqIXs1oRIVpkmrg/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1ubg2InZ8oGEsdVnO6oj4LSO1XY3ZpqIXs1oRIVpkmrg/viewform?edit_requested=true)

#### Anexo XI

Documento de texto con las preguntas<sup>42</sup> realizadas a Javier Velázquez y a Miguel Ramos Pueden consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

[https://docs.google.com/document/d/17GVR\\_kfR19Z9s\\_onW-MNSAUXCSFfztuXCkzBW8RXBYs/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/17GVR_kfR19Z9s_onW-MNSAUXCSFfztuXCkzBW8RXBYs/edit?usp=sharing)

#### Anexo XII

Documento de texto con las preguntas<sup>43</sup> realizadas a Ainhoa Jiménez. Pueden consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

[https://docs.google.com/document/d/1XvuHnfq66Z4fskyPDz-4ez-XbJ0UvI8T\\_Iglp56WX8U/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1XvuHnfq66Z4fskyPDz-4ez-XbJ0UvI8T_Iglp56WX8U/edit?usp=sharing)

#### Anexo XIII

Documento de texto con las preguntas y las respuestas de Khay Cosplay. Pueden consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

[https://drive.google.com/file/d/197sGzl25jp11DSXKpR1tTX\\_6V4IPkx95/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/197sGzl25jp11DSXKpR1tTX_6V4IPkx95/view?usp=sharing)

#### Anexo XIV

---

<sup>42</sup> Las respuestas pueden observarse en el vídeo subido a la página web, en el apartado *Potterheads*.

<sup>43</sup> Las respuestas pueden observarse en el vídeo subido a la página web, en el apartado *Accio Fándom*.

Carpeta con los documentos de texto de las preguntas y respuestas realizadas a Harry Potter Fans Spain, Asociación de Quidditch de España, Proyecto Patronus y Patronus Unplugged Podcast. Puede consultarse y descargarse en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1z58sfbeecChEC-Rv17Fj9mXRZRWNyXQZ?usp=sharing>

Mischief

Managed

