

Seminario TIF:

La investigación sobre el fanatismo. Dinámicas comunicacionales y lógicas culturales de las sociedades contemporáneas

1. Justificación de la propuesta

“El problema es el fanatismo”. Esta es una idea que suele escucharse y leerse en diferentes ámbitos, proferida por distintas personas, desde participantes de medios tradicionales y digitales en rol de conductores, panelistas, movileros, entrevistados, cronistas, ensayistas, hasta usuarios que comentan. A grandes rasgos, se la enuncia como una suerte de diagnóstico sobre las sociedades contemporáneas en general, cuya potencialidad crítica se supone residiría en haber logrado identificar un núcleo al que se le adjudica la responsabilidad de males sociales de todo tipo: individualismo, sociopatía, adicción, trastornos obsesivos, amoralidad, intolerancia, discriminación, impaciencia, autoritarismo, manipulación, irracionalidad, exceso, violencia.

Resulta curioso que la persistencia de este modo patologizante de prefigurar el fanatismo como algo negativo en el discurso social coexiste con los sentidos más neutrales e incluso positivos que comenzaron a adjudicársele a la condición de ser fan en los últimos años. En efecto, la expansión semántica del término llevó a su utilización como sinónimo de gusto – por ejemplo, ser fan del alfajor, de Coca-Cola, del invierno o de los gatos– y hasta en formas de interpelación por parte de marcas, corporaciones, industrias del entretenimiento, sitios web, influencers o creadores de contenidos digitales, en tanto que modelo de consumidor o usuario ideal. Dichas cuestiones se vinculan con un proceso general de “fanificación” o “fanización” de las audiencias y el gran público.

Frente a este panorama, la hipótesis de trabajo que venimos poniendo a prueba en diversos proyectos desde hace una década consiste en que el fanatismo es un fenómeno sociocultural que implica procesos de construcción de identidades y de configuración de comunidades, cada vez más extendidos en las sociedades contemporáneas ante la crisis de representación que atraviesan referentes e instituciones tradicionales. En este sentido, se entiende que es una dimensión central en la vida de las personas, fuente de significados para la construcción de subjetividades, y que da lugar a actividades, actitudes, expectativas, modos de comunicación y formas de vinculación. Dichos aspectos se conceptualizan como propios de los fandoms –es decir, grupos o comunidades de fans en general–, regidos a su vez por lógicas de lo que se denomina como culturas fan. Asimismo, la irradiación actual del fenómeno y la proliferación exponencial de sus prácticas suelen explicarse como parte de dos procesos más amplios y cada vez más acentuados a nivel global: la mercantilización y la digitalización.

Para comprender los alcances y los límites de tales consideraciones, que serán desarrolladas y problematizadas a lo largo de este seminario, es necesaria una revisión de la trayectoria del campo de estudios sobre fans [*fan studies*] en el que se inscriben, la cual también será profundizada durante la cursada. A modo de síntesis, cabe señalar que los orígenes de este campo se remontan a principios de la década del noventa en la academia anglosajona, por lo que ya ha asistido a transformaciones tanto tecnológicas como socioculturales, propias de la convergencia, y a discusiones que complejizaron la perspectiva de su primera etapa celebratoria. En la mayoría de las investigaciones iniciales se argumenta que el fanatismo y sus

prácticas demuestran los altos grados de compromiso, socialización, participación, productividad y creatividad posibles a partir del consumo mediático, a su vez conceptualizados como fuente de alternatividad y resistencia. Por su parte, los trabajos actuales señalan la importancia de abordarlo como objeto contradictorio e incorporar múltiples miradas.

Respecto de la academia local, si bien hay cierto crecimiento del interés por la investigación de diversos tipos de fanatismos, todavía son trabajos escasos y, sobre todo, están dispersos y no tienden a dialogar entre sí, sino más bien a citar algunos referentes anglosajones del tema con una preeminencia de enfoques optimistas desde los que suelen aplicarse los mencionados argumentos y conceptos. La riqueza de estas miradas consiste en que, en un primer momento, son necesarias para problematizar las persistentes representaciones sociales y mediáticas que tienden a negarles a los fanatismos cualquier tipo de lógica o racionalidad. Pero, al mismo tiempo, es necesario complejizarlas reponiendo las jerarquías y desigualdades que atraviesan a las culturas fan. Después de todo, por más que se los prefigure de ese modo, los fandoms no son colectivos homogéneos ni completamente autónomos.

Por lo tanto, en pos de aportar a la conformación y consolidación del campo de estudios sobre fans a nivel local, y reconociendo el peso de sus referentes anglosajones –razón por la cual en este seminario se recurre a una cantidad considerable de traducciones de bibliografía en idioma inglés–, aquí se recupera gran parte de las investigaciones desarrolladas en estas latitudes, desde una perspectiva analítica comunicacional y socioantropológica, para construir un diálogo entre ellas. En un sentido similar, la propuesta también apunta a impulsar entre los estudiantes el abordaje académico de fenómenos fan, temática poco explorada, cuya indagación permite reflexionar sobre dimensiones asociadas con los reconocimientos, las motivaciones y la actividad de las audiencias, una de las preocupaciones de las Ciencias de la Comunicación.

De este modo se pretende avanzar en una articulación dialógica aún pendiente entre las inquietudes, los interrogantes, los problemas, los conceptos y los procedimientos de los *fan studies* y los estudios de recepción. Puesta en diálogo que puede sostenerse sobre una perspectiva teórica transdisciplinaria y la articulación flexible de herramientas metodológicas para analizar posibilidades de exploración identitaria, modos de configuración comunitaria, condicionamientos ideológicos, dinámicas comunicacionales y lógicas culturales que atraviesan la compleja relación de las audiencias entre sí y con sus ídolos, contenidos favoritos o sectores de la industria cultural. Estos serán los ejes orientativos a trabajar y que permitirán que los estudiantes sistematicen conocimientos incorporados en otras asignaturas de la carrera. La clave de lectura será la adopción de una mirada crítica y atenta a las diferentes maneras en que se manifiesta el fanatismo en la actualidad, sus racionalidades, sus tensiones y las problemáticas de género, sexualidad, edad, nacionalidad, raza y clase que ilustra según el caso.

En estas líneas de trabajo se busca proponer un enfoque general sobre múltiples espacios, objetos, sujetos, prácticas y casos concretos atravesados por el fanatismo: músicos, bandas, programas o series, películas, sagas literarias, figuras televisivas, organización y asistencia a convenciones o juntadas, cosplay, administración de sitios web y cuentas de redes sociales; pero también arte, deportes, periodismo, publicidad, educación, política, interacción en plataformas digitales y canales de streaming, creación de fanart, fansubbing y fandubbing, vidding y fanfilms, producciones de memes, escritura y lectura de fan fiction.

2. Modalidad de la asignatura: Seminario

3. Carga horaria semanal: 4hs

4. Carga horaria total: 64hs

5. Metodología de enseñanza: Clases teórico-prácticas. Durante la cursada se indagará la relación entre los conceptos teóricos y las empirias que les estudiantes irán observando como parte del recorte de un corpus para el trabajo final de investigación. En este sentido, los textos de la bibliografía serán utilizados como disparadores a contrastar con los hallazgos propios que vayan encontrando a medida que avancen con las etapas descriptivas y analíticas, sobre las cuales se irá dialogando en los encuentros mediante intercambios colectivos y personalizados. En la medida en que se propone que investiguen sobre objetos y problemáticas de su elección, dentro del campo de los estudios sobre fans, también se trabajará con bibliografía específica que se definirá en función de su relación con sus intereses personales.

6. Cuatrimestre de dictado: Primer cuatrimestre de 2026

7. Objetivos generales y objetivos específicos

7.1. Generales

- Presentar un estado de la cuestión actualizado en relación con los diferentes tipos de abordaje, las distintas categorías y los diversos objetos de las culturas fan estudiados desde la academia tanto anglosajona como latinoamericana.
- Revisar críticamente la trayectoria histórica del campo de los estudios sobre fans y visibilizar su producción académica actual generada desde nuestro país.
- Subrayar la importancia del fanatismo como fenómeno sociocultural cuyo análisis permite comprender aspectos y problemáticas de las dinámicas comunicacionales y de los procesos simbólicos del mundo contemporáneo en general.
- Debatir las posibilidades y los límites de una teoría general sobre los fanatismos a partir de la consideración de los condicionamientos que se estructuran en variables como el género, la sexualidad, la edad, la nacionalidad, la raza y la clase.
- Reflexionar sobre la necesidad de avanzar en una articulación todavía pendiente entre los estudios sobre fans y los estudios de recepción para enriquecer la interpretación de los vínculos entre medios y audiencias y las lógicas actuales del consumo mediático-cultural en particular, abordados en otras zonas del Plan de Estudios de la Carrera.
- Brindar herramientas teórico-metodológicas para analizar objetos, representaciones y prácticas de las culturas fan, contribuyendo así a la elaboración de trabajos de graduación en el marco del TIF.

7.2. Específicos

Que los estudiantes:

- tomen distancia de los preconceptos en los que suelen sostenerse las representaciones sociales y mediáticas sobre el fanatismo;

- discutan críticamente las perspectivas y teorizaciones académicas alrededor del fenómeno;
- incorporen una sistematización de la diversidad de representaciones y prácticas fan que pueden desplegarse sobre la base de consumos mediáticos compartidos, mediante una aproximación a ellas y una problematización de las jerarquías y desigualdades que las atraviesan;
- logren una comprensión de las distintas dinámicas comunicacionales y de las diferentes lógicas culturales que pueden atravesar tales representaciones y prácticas en toda su complejidad (identitarias, comunitarias, creativas, resistentes, reproductivas, placenteras, lúdicas, entre otras);
- puedan indagar comparativamente las transformaciones y las continuidades entre las culturas fan frente al escenario mediático tradicional del broadcasting y al contexto actual de convergencia y plataformas digitales, así como los diferentes tipos de relaciones que los fandoms entablan con la industria cultural;
- adquieran instrumentos conceptuales y procedimentales para la elaboración de sus trabajos finales de investigación, enmarcados en diversos objetos y problemáticas concernientes a los fanatismos.

8. Contenidos desglosados por unidades

Unidad 1: Audiencias fanificadas

Estudios culturales, consumo mediático y modalidades de recepción contemporáneas. La tradición histórica de los estudios sobre fans: tres líneas de investigación, de la celebración a la problematización y de la marginación a la normalización, pasando por el foco en las jerarquías. ¿Qué es un fan hoy? Representaciones: ¿del estigma al emblema? En busca de las lógicas de las prácticas fan: entre las identidades personales y colectivas, lo efímero y lo perdurable, la proximidad emocional y la distancia crítica, la reciprocidad y la monetización, lo ético y lo estético, lo territorial y lo digital, la productividad creativa y el placer escapista, las tácticas y las estrategias, lo amateur y lo profesional. El fanatismo como fenómeno sociocultural complejo: múltiples objetos y enfoques teórico-metodológicos posibles.

Unidad 2: Culturas fan

Objetos clásicos: fans de ficciones cinematográficas y televisivas. ¿Cómo abordar el universo simbólico de un fandom? La preeminencia de las perspectivas etnográficas, sea en su versión clásica o virtual. Debates epistemológicos y discusiones procedimentales: la importancia de la reflexividad y el riesgo del “aca-fan”. Convergencia y participación: viejos problemas y nuevos desafíos para el estudio de las audiencias fanificadas en un contexto de digitalización. Revisiones conceptuales: límites y posibilidades del “prosumo” y de las narrativas transmedia. Problematizaciones de las interacciones colaborativas y los espacios de pertenencia: las preguntas por las relaciones de poder entre fans e industria o generadores de contenidos, así como por desigualdades de género, sexualidad, edad, nacionalidad, raza y clase.

Unidad 3: Fanatismos y prácticas de consumo entre ayer, hoy y mañana

Procesos de identificación y diferenciación a partir de intereses comunes: las “subculturas”, los “fantagonismos” y los “anti-fans”. El riesgo de la homogeneización de las culturas fan. ¿Todo objeto, actividad y modo de comunicación se significa de la misma manera y tiene los mismos valores dentro de un fandom específico? Facetas armoniosas y conflictivas de la socialización fan: las inversiones afectivas y la toxicidad. El fan, ¿solo un cliente? La nostalgia, ¿solo un negocio? El problema de la alternatividad y la resistencia como orientaciones al teorizar sobre los fanatismos en tanto que fuentes de poder, usos desviados y activismo. Compromisos y especializaciones. Negociaciones y contradicciones. Dimensiones performativas. Entonces, ¿es posible una teoría general sobre el fanatismo?

Unidad transversal: Lista de temas y casos, abierta y a voluntad de elección

Ciencia ficción. Fantasía (*Crepúsculo*, potterheads). Cómics y universos cinematográficos (Marvel, DC). Franquicias transmediáticas (GOT). Manga y animé (otakus). Eventos, convenciones, juntadas. Cosplay. Coleccionismo. Deportes. Aspectos religiosos del fanatismo mediático-cultural (revelación, conversión, evangelización, peregrinación, sacralización). Hallyu (k-dramas, k-pop, fandancers). Telenovelas. Música (rock, pop, trap, cumbia, metal, ópera). Karaoke y covers. Crowdfunding. Fan pages, wikis, redes sociales. Fanworks y explotación. Fanzines. Fanart. Memes. Fansubbing. Fandubbing. Vidding. Fan fiction. Perfiles y posteos en plataformas digitales. Podcasts y programas de streaming. Fanatismos y política.

9. Bibliografía provisoria general y específica

Según se consignó en el punto 5. Metodología de enseñanza, este listado ofrece un panorama general de los temas tratados en todo el programa y de investigaciones posibles, de modo que se realizarán discusiones y recomendaciones bibliográficas particulares en función de los objetos de estudio que construyan los estudiantes. Asimismo, se facilitarán traducciones propias de los textos en inglés y portugués.

Álvarez Gandolfi, Federico (2017). “¿Más allá de ‘subcultura’? Apuntes sobre el fanatismo por la animación japonesa a partir de los planteos de Dick Hebdige”, en *Cuestiones de Sociología*; 17, pp. 1-19. Disponible en:

<https://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/view/CSe044/9181>

Álvarez Gandolfi, Federico (2021). “Fanificación y conectividad en las sociedades hipermediatizadas. Un estudio de caso seleccionado de la plataforma YouTube”, en *Inmediaciones de la Comunicación*, 16(2), pp. 181-206. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/5897/589773672007/html/>

Álvarez Gandolfi, Federico (2021). “Epílogo: más allá y más acá de los estudios sobre fans”, en Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi (Comp.) *Fanatismos. Prácticas de consumo de la cultura de masas*. Buenos Aires: Prometeo, pp. 299-304.

Álvarez Gandolfi, Federico (2024). *Otakus. Por qué nos fascina tanto la cultura de masas japonesa*. Buenos Aires: Prometeo.

Amaral, Adriana, Mombach, Bruna Andrezza y Muller, Stephanie Feldmann (2022). “Estudos de fãs no Brasil: levantamento de artigos publicados em periódicos na área de Comunicação”, en *Temática*, 18(12), pp. 185-200. Disponible en: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/64861/36409>

Atarama Rojas y Mönckeberg Díaz, Margarita (2021). “Los fans en un contexto de audiencias líquidas. Aportes para recuperar un sentido de comunidad en la cultura de medios”, en *Inmediaciones de la Comunicación*, 16(2), pp. 157-179. Disponible en: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-86262021000200157

Benzecry, Claudio (2012). *El fanático de la ópera. Etnografía de una obsesión*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Bennet, Lucy y Booth, Paul (Ed.) (2016). *Seeing Fans. Representations of Fandom in Media and Popular Culture*. Nueva York: Bloomsbury.

Borda, Libertad (2008). “Fan fiction: entre el desvío y el límite”, en Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (Org.) *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires: Paidós, pp. 233-257.

Borda, Libertad (2015). “Fanatismo y redes de reciprocidad”, en *La Trama de la Comunicación*, 19, pp. 67-87. Disponible en: <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/515/397>

Borda, Libertad (2021). “Introducción”, en Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi (Comp.) *Fanatismos. Prácticas de consumo de la cultura de masas*. Buenos Aires: Prometeo, pp. 13-23.

Borda, Libertad y Álvarez Gandolfi, Federico (2014). “El silencio de los otakus. Estereotipos mediáticos y contra-estrategias de representación”, en *Papeles de Trabajo*, 8(14), pp. 50-76. Disponible en: <https://revistasacademicas.unsam.edu.ar/index.php/papdetrab/article/view/612/559>

Borda, Libertad y Trovarelli, Carla (2021). “Relatos en Wattpad: ¿es posible una fanfiction sin fanatismo?”, en *Fanatismos. Prácticas de consumo de la cultura de masas*. Buenos Aires: Prometeo, pp. 251-576.

Borges, Gabriela, Sigiliano, Daiana y Lima, Cecília (2024). “#FandomsPeloVoto: activismo de los fans para la participación de los votantes jóvenes en las elecciones brasileñas de 2022”, en *Palabra Clave*, 26(4), pp. 1-28. Disponible en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/21879/7903>

Calzado, Mercedes (2024). “Audiencias”, en Diego de Charras, Larisa Kejval y Silvia Hernández (Coord.) *Vocabulario crítica de las Ciencias de la Comunicación*. Buenos Aires: Taurus, pp. 54-57.

Camacho Peredo, Lea Nathalia (2022). “Un ejército en Twitter: El fenómeno interactivo del fandom ARMY-Bolivia, en la cuenta de Twitter @TEAMBO7 de septiembre a octubre del 2021”, en *Punto Cero*, 27(45), pp. 71-87. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762022000200071

Camacho Quiroz, Nadiezhda (2023). “Mi norte tiene superpoderes: Construyendo modelos de conducta a partir de la cultura friki”, en *Comunicación y Sociedad*, 20, pp. 1-25. Disponible en: <https://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e8416/6546>

Chin, Bertha y Morimoto, Lori (2013). “Towards a Theory of Transcultural Fandom”, en *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 10(1), pp. 92-108. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/269763199_Towards_a_Theory_of_Transcultural_Fandom

Duffet, Mark (2013). *Understanding Fandom. An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Nueva York: Bloomsbury

Evans, Adrienne y Stasi, Mafalda (2014). “Desperately Seeking Methodology: New Directions in Fan Studies Research”, en *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 11(2), pp. 4-23. Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/274704869_Desperately_seeking_methodology_New_directions_in_fan_studies_research

Félix, Diana (2019). “Ha hablado Dross. Rutinas y rituales de un grupo de fans peruanos del youtuber DrossRotzank”, en *Anthropologica del Departamento de Ciencias Sociales*, 37(42), pp. 57-79. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/886/88662614005/>

Greco, Clarice (2017). “Noveleiros online: como os fãs podem transformar uma novela em cult”, en *Palabra Clave*, 20(4), pp. 884-916. Disponible en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/884/pdf>

Hijos, Nemesia (2017). “Fanáticos y fanatizados: un análisis comparativo sobre las prácticas de consumo y fidelización entre hinchas de un club de fútbol y un grupo de runners”, en *Revista del Museo de Antropología*, 10(2), pp. 183-192. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-48262017000200019

Hills, Matt (2013). “Fiske’s ‘textual productivity’ and digital fandom. Web 2.0 democratization versus fan distinction?”, en *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 10(1), pp. 130-153. Disponible en: https://www.academia.edu/101081731/Fiskes_textual_productivity_and_digital_fandom_Web_2_0_democratization_versus_fan_distinction

Hills, Matt (2015). “El fanatismo como objeto y los objetos del fanatismo”, en *Matrizes*, 9(1), pp. 147-163. Disponible en: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100678/99411>

Hills, Matt (2017). “From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom”, en *Palabra Clave*, 20(4), pp. 856-883. Disponible en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/856/pdf>

Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, Henry (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, Henry, Ford, Sam y Green, Joshua (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.

Livingstone, Sonia (2019). “Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research”, en *Television & New Media*, 20(2), pp. 1-14. Disponible en: https://eprints.lse.ac.uk/90467/1/Livingstone_Audiences_in_an_age_of_datafication.pdf

Martínez Sala, Alba-María, Barrientos-Báez, Almudena y Caldevilla-Domínguez, David (2021). “Fandom televisivo. Estudio de su impacto en la estrategia de comunicación en redes sociales de Netflix”, en *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, pp. 57-80. Disponible en: <https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/689/1491>

Orozco Gómez, Guillermo (2018). “La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación”, en *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 11(1), pp. 13-25. Disponible en: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/6274>

Proctor, William (2017). ““Bitches Ain’t Gonna Hunt No Ghosts’: Totemic Nostalgia, Toxic Fandom and the Ghostbusters Platonic”, en *Palabra Clave*, 20(4), pp. 1105-1141. Disponible en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1105/pdf>

Sandvoss, Cornel, Gray, Jonathan, y Harrington, C. Lee (2017). “Introduction: Why Still Study Fans?”, en *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. Nueva York: NYU Press, pp. 1-26.

Scolari, Carlos (Ed.) (2018). *Teens, Media and Collaborative Cultures. Exploiting Teens’ Transmedia Skills in the Classroom*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Scott, Suzanne (2017). “Modeling the Marvel Everyfan: Agent Coulson and/as Transmedia Fan Culture”, en *Palabra Clave*, 20(4), pp. 1042-1072. Disponible en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1042/pdf>

Stanfill, Mel (2011). “Doing Fandom, (Mis)doing Whiteness: Heteronormativity, Racialization, and the Discursive Construction of Fandom”, en *Transformative Works and Cultures*, 8. Disponible en: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/256/243>

10. Régimen de evaluación y promoción

De acuerdo con los requisitos establecidos en el Reglamento Académico de la Facultad (Res. CD N° 3683/12), los estudiantes tendrán que alcanzar un 75% de asistencia a los encuentros del Seminario en pos de lograr la condición de regulares. Asimismo, para su aprobación deberán presentar un trabajo final de investigación en formato de artículo relacionado con temas y problemáticas de los fanatismos, sobre cuya realización se irá avanzando a partir de consignas durante la cursada, y defenderlo en instancia de coloquio, según los criterios estipulados en el Reglamento de TIF.

11. Modalidad de aprobación: Examen final obligatorio.

12. Docente a cargo

Dr. Federico Álvarez Gandolfi, DNI 34.814.763