

Fandom, perspectivas renovadas
Fandom, Renewed Prospects
Fandom, perspectivas renovadas

Mar Guerrero-Pico¹
María-José Establés²
Maria-Jose Masanet³

DOI: 10.5294/pacla.2017.20.4.1

La consolidación de la llamada cultura de la convergencia ha hecho visible la labor y actividad de los fans, un tipo de audiencia que se caracteriza, en general, por participar intensamente y producir a partir de los contenidos que consume en los medios de comunicación. Con una trayectoria que ya acumula más de treinta años, los *fan studies* están cobrando una gran relevancia en el actual panorama académico, especialmente en el ámbito anglosajón. En este contexto, cabe destacar la influencia de títulos como *Textual poachers: Television fans and participatory culture* (Jenkins, 1992), *Fan cultures* (Hills, 2002), *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: New essays* (Hellekson y Busse, 2006) y *Fandom: Identities and communities in a mediated world* (Gray, Sandvoss y Harrington, 2007) o el surgimiento en la última década de revistas especializadas como *Participations: International Journal of Audience Research*, *Journal of Transformative Works and Cultures* y *The Journal of Fandom Studies*. También es necesario mencionar la celebración de conferencias centradas exclusivamente en el fenómeno fan como la Fan Studies Network, que han servido para crear redes de trabajo y colaboración entre académicos y expertos. Todas estas iniciativas han sido vitales para el establecimiento y la reivindicación del fan y sus prácticas como un objeto de estudio válido y abierto a análisis rigurosos.

1 orcid.org/0000-0002-4887-2348. Universitat Pompeu Fabra, España. mariadelmar.guerrero@upf.edu

2 orcid.org/0000-0001-9674-3981. Universitat Pompeu Fabra, España. mariajose.estables@upf.edu

3 orcid.org/0000-0002-1217-9840. Universitat Pompeu Fabra, España. mjose.masanet@upf.edu

El *fandom* no ha disfrutado de la misma visibilidad en el contexto iberoamericano donde, a pesar de ser un ámbito de estudio en auge, todavía no se observan iniciativas similares a las llevadas a cabo en el ámbito anglosajón. El presente número de *Palabra Clave* pretende trabajar en esta línea y llenar un vacío necesario en los estudios de comunicación a través de la edición del primer monográfico iberoamericano centrado exclusivamente en el estudio del fenómeno fan desde distintas perspectivas. Se trata de un compendio de artículos que acerca a profesores y estudiantes de grado y posgrado a los conocimientos y posicionamientos críticos necesarios para abordar el *fandom* de los medios de comunicación (*media fandom*). Un ámbito de estudio que, desde la irrupción de la World Wide Web y en especial de las redes sociales, ha convertido a los fans en tema de discusión recurrente en los debates académicos y profesionales que circunvalan la nueva ecología de los medios. Conversaciones que requieren una mirada especializada y atenta a la compleja realidad del *fandom*, que va más allá de su catalogación histórica como nicho de audiencias activas y portadoras de mensajes progresistas e inclusivos (Stanfill, 2013; Jones, 2015) y de su adscripción a los textos y productos de la industria cultural anglosajona (Chin y Hitchcock, 2013; Kustritz, 2015).

Así, desde una postura pionera, deseamos potenciar la visibilidad de los *fan studies* en un ámbito, el nuestro, donde la literatura sobre las comunidades de fans es todavía un terreno fértil y necesitado de aproximaciones a fondo. Por ello, la colección de diez artículos inéditos en cuatro idiomas (español, portugués, inglés e italiano) y la reseña del libro *Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans*, de María del Mar Grandío (2016), que aquí presentamos, cubren una extensa gama de aproximaciones teóricas y prácticas, con las que no solo se repasan conceptos básicos para comprender la idiosincrasia del *media fandom*, sino que se ahonda en algunos de los temas y las problemáticas que copan la agenda de los estudiosos del área en estos momentos. Los estudios y las reflexiones que componen este monográfico giran en torno a la reconceptualización de la cultura fan y las comunidades de fans, el *fandom* transnacional, la educación mediática y el *fandom*, la representación de la discapacidad en los *fanworks*, las intersecciones entre *fandom* e industria, los mundos transmedia y el espacio de los fans en estos, el *fandom* desde la perspectiva de género y el *fandom* tóxico

o la historia del *media fandom*. A continuación, se aporta información sobre cada uno de los trabajos que forma parte de esta colección.

“Reconceptualización de la cultura y las comunidades de fans”. Matt Hills presenta una revisión del debate sobre los conceptos de *cultura y comunidades de fans* y toda la controversia que existe entre las dos corrientes teóricas que actualmente están iluminando el camino de los *fan studies*: el *fandom* “tradicional” y el *fandom* “de marcas o centrado en la industria”. Inspirándose en los trabajos previos sobre los mundos del arte de Becker (2008) y Jenkins en *Textual poachers: Television fans and participatory culture* (1992), Hills plantea el concepto de *fan worlds* o “mundos de fans”. El autor destaca que existe una amplia gama de agentes que pueden contribuir a la formación de dichos mundos de fans. Este nuevo concepto deja de lado el tradicional desarrollo hiperdiegético de construcción de un mundo narrativo que suele centrarse en cómo los fans se relacionan con los mundos imaginarios de las franquicias mediáticas. En lugar de plantear la creación del mundo puramente como una derivación cocreativa de la práctica industrial, Hills relaciona las teorías de creación de mundos con el *fandom* en sí mismo, preguntándose qué modelos ya establecidos en las culturas o comunidades de fans pueden ser oscurecidos o excluidos de esas nomenclaturas, y cómo el concepto de *mundos de fans* podría iluminar y matizar el debate teórico sobre los *fandoms* contemporáneos.

“*Fandom* transnacional”. En una investigación derivada de su tesis doctoral, Clarice Greco estudia la comunidad de fans en línea de la telenovela brasileña *Avenida do Brasil*, con el objetivo de actualizar el concepto de televisión “de culto”, normalmente asociado a productos que aglutinan un colectivo de fans fieles, que apelan a la nostalgia, presentan innovaciones tanto en la forma como en el contenido y no se encuentran entre los más populares en índices de audiencias. A través de una metodología que combina análisis de tuits, un cuestionario en línea y *focus groups*, Greco demuestra cómo un género situado, de entrada, en las antípodas de la televisión “de culto”, como es el de las telenovelas, puede ser catalogado como tal gracias al *engagement* de sus fans. Asimismo, reivindica un “culto” popular que conecta con las preferencias mayoritarias de las audiencias iberoamericanas frente a las perspectivas anglocéntricas.

“La competencia digital del espectador fan”. Javier Lozano, Paula Herrero-Diz, Andrés del Toro y Milagrosa Sánchez-Martín exploran y comparan las competencias digitales del espectador fan y no fan español. Con el objetivo de observar si existe correlación entre el hecho de ser fan y el nivel de competencia digital, los autores realizan un estudio cuantitativo a través de la administración de 1300 cuestionarios a consumidores de ficción fans y no fans. Los resultados desvelan que los fans tienen una mayor competencia digital, y que esta está relacionada con el número de productos que consumen. Estos datos los llevan a concluir que el entrenamiento de las competencias digitales hace que estas mejoren y, por tanto, aquellos espectadores más activos (los fans), los que ejercitan y ponen en práctica su actividad digital, serán los más competentes. Además, el ejercicio y la práctica conllevan también un empoderamiento del fan, a través de su capacidad de producir contenidos.

“Representación de la discapacidad en los *fanworks*”. Nohemí Lugo, María Elena Melón y María Concepción Castillo retoman la cualidad del *fan fiction* para hacer visibles y explorar situaciones que no tienen cabida en los discursos hegemónicos, con el fin de indagar sobre la representación del trastorno del espectro autista. Las autoras cuestionan las representaciones estereotípicas, entre mitificadas y negativas, que los medios de comunicación han venido elaborando sobre el autismo desde el descubrimiento de esta condición en 1943 y se preguntan cuál es el tratamiento que recibe en plataformas dedicadas a la difusión de *fics* como *Fanfiction.net*. Combinando métodos cuantitativos y cualitativos, y tendiendo puentes con los estudios sobre discapacidad, las autoras defienden el potencial de los espacios de afinidad creados en torno al *fan fiction* y sus convenciones genéricas en cuanto a vehículos de inclusión y negociación de sentido para las personas que lidian día a día con el autismo y otras discapacidades infrarrepresentadas.

“Intersecciones entre *fandom* e industria”. Antoni Roig reflexiona sobre el papel que desempeñan las películas realizadas por fans, las también llamadas *fan films*. El autor argumenta que, mientras otras prácticas fan de carácter audiovisual, como los *remixes*, *re-cuts*, *machinimas* o *vids*, se ajustan bien a la teorización dentro de los *fan studies*, en el caso de los *fan films* las

dos líneas de debate académico oscilan entre la tensión ideológica en relación con los textos del canon y las prácticas de autoproducción que pueden ser una entrada de los fans en las industrias culturales. En este contexto, Roig analiza a fondo el fenómeno de los *fan films* en su conjunto, atendiendo las continuidades y diferencias en relación con algunas características de las creaciones de los fans y las motivaciones de estos respecto de la autoproducción audiovisual.

“Mundos transmedia”. Carlos A. Scolari y María-José Establés abordan el análisis de *El Ministerio del Tiempo* (2015-), una de las series de televisión más destacadas de la industria cultural española actual. Tras realizar un mapeo por los principales contenidos que forman su mundo narrativo, los autores se centran en dos aspectos fundamentales para entender las dinámicas que ha generado la estrategia transmedia de la serie. Por un lado, se exploran las tensiones que se han producido entre productores y fans a causa de las bajas audiencias televisivas de la serie, datos que se han visto contrarrestados por una frenética actividad de los fans en las redes sociales. Este conflicto nos alerta de la necesidad de revisar las formas de medición de audiencia en la era del *post-broadcasting*. Y por otro lado, se explora el fenómeno emergente que surge a causa de *El Ministerio del Tiempo*: una incipiente profesionalización de los fans, que se evidencia, por ejemplo, en la venta de productos de *fanart* en el portal web de la cadena que emite la serie.

“Perspectiva de género y *fandom*”. Desde una perspectiva de género, Suzanne Scott realiza un análisis textual de la franquicia transmedia del Universo Cinemático Marvel (MCU) a través del protagonista de la serie de ABC *Agents of S.H.I.E.L.D.*, el agente Phil Coulson. Del análisis se desprende que el personaje de Coulson se posiciona dentro del texto como un lector modelo del MCU que guía el consumo transmedia del texto y premia las formas de participación que son más beneficiosas para la industria mediática. De esta manera, el MCU acaba trabajando en la construcción de un *everyfan* aprobado por la industria que se caracteriza por ser un ávido consumidor del canon, en concreto, un coleccionista. Este tipo de fan está marcado por las diferencias de género, ya que apoya modelos de participación estereotipadamente masculinos y desalienta otros modelos de

intervención creativa históricamente femeninos, como la expansión narrativa a través de la escritura de *fan fiction*.

Sin abandonar la perspectiva de género, Bethan Jones aborda la problemática de la representación sexista de las mujeres en el mundo del cómic analizando la campaña de *crowdfunding* del cómic *My So-Called Secret Identity*, creado por el académico Will Brooker con el objetivo de combatir la misoginia que caracteriza esta industria. Con el trabajo de Gérard Genette y Jonathan Gray como referentes, y desde el punto de vista explícito de una *aca-fan*, Jones detiene su mirada en los paratextos que conforman la campaña y el particular proceso de *branding* de género, o feminista, que estos ponen en marcha para atraer a las lectoras de cómics. La autora llega a la conclusión de que aquellos paratextos “editorializantes” por parte de Brooker, un hombre, que buscan la construcción del público del cómic fracasan a la hora de conectar con el capital cultural de las lectoras más expertas.

“Fandom tóxico”. Por su parte, William Proctor reflexiona sobre la problemática del *fandom* tóxico a través del estudio de caso del *reboot* de *Los Cazafantasmas* (2016), protagonizado exclusivamente por mujeres. Proctor se centra en las demandas de algunos *fanboys* de la primera saga de películas que declararon, a través de foros y redes sociales, que la nueva película les había arruinado su infancia y no dudaron en realizar insultos misóginos y sexistas a las actrices y los creadores del film. En este sentido, el autor se basa en trabajos sobre las “autonarrativas” y las “narraciones nostálgicas”, realizadas en el campo de la psicología, para argumentar que no es simplemente toxicidad lo que impulsa a estos fans a defender el texto canónico inicial, sino que se trataría de una forma de proteccionismo centrada en una relación afectiva con un texto, inicialmente forjada en la primera infancia de estos individuos. Por ello, Proctor introduce el concepto de *nostalgia totémica* para explicar la situación presentada.

“Historia del media fandom”. Paolo Bertetti analiza, a través del estudio de la literatura y la investigación en archivos, la industria cultural y el nacimiento del *fandom* de ciencia ficción en los Estados Unidos, que sería

precursor de las prácticas culturales que darían lugar al *media fandom* en la década de 1960. Bertetti destaca el papel que desempeñó a partir de la década de 1920 Hugo Gernsback, editor de *Amazing Stories*, la primera revista de ciencia ficción en el mundo, en el nacimiento de ese *fandom* estadounidense. En su ensayo, el autor hace un repaso a las prácticas que Gernsback llevó a cabo para incentivar la promoción de la ciencia ficción, por ejemplo, la publicación de las direcciones de los lectores para que pudieran ponerse en contacto entre ellos y así difundir noticias e información de reuniones y clubes, con el objetivo de afianzar el *fandom*. También se destaca la promoción de la creación de la Science Fiction League, que contó con oficinas en ciudades de los Estados Unidos e Inglaterra.

Los diez artículos que conforman este monográfico son solo una pequeña muestra de los temas que han sobrevolado (y continúan sobrevolando) las conversaciones de los *fan studies* en los últimos cinco años. Estos debates han estado marcados por el cuestionamiento de bases teóricas, epistemológicas y éticas ampliamente aceptadas, y por la exploración de los límites y las ambivalencias del *fandom* cuando se confronta de igual a igual con factores colindantes e inevitables a su desarrollo como son la evolución de la industria mediática, el valor económico del trabajo afectivo que realizan los fans o la percepción que los fans tienen de sí mismos y de otros compañeros (Larsen y Zubernis, 2012; Zubernis y Larsen, 2012). En este sentido, y ante un horizonte mediático cada vez más complejo, es vital que los investigadores del área sigamos preguntándonos cómo se relaciona el *fandom* con cuestiones clave como la clase social y el capital económico de sus miembros, sobre todo, si se tiene en cuenta que una parte de la actividad de los fans, o incluso de su consideración como tal, depende de su capacidad para coleccionar objetos derivados del texto mediático que admiran (Attfield, 2017). De igual manera, la raza y cómo esta se negocia dentro de unas comunidades normalmente orientadas y gestionadas desde un punto de vista caucásico (Pande, 2017), o la orientación sexual en comunidades gestionadas desde un punto de vista heterosexual (Ng, 2017), son temas que constituyen otro apartado ineludible, dada la creciente preocupación por una representación justa en

la industria mediática. Solo arriesgándose, los *fan studies* se asegurarán una “larga vida y prosperidad”, como señalaban en aquella serie a la que tanto le deben: *Star Trek*.

Agradecimientos

Agradecemos al editor de la revista, Sergio Roncallo Dow, por la confianza depositada para el lanzamiento de este número especial de *Palabra Clave*, a los autores participantes, por sus inestimables contribuciones, y a los investigadores que amablemente accedieron a revisar los artículos seleccionados: Lori Hitchcock Morimoto, Lucy Bennett, Jordi Sánchez Navarro, Mélanie Bourdaa, Romana Andò, Enrique Uribe Jongbloed, Mercè Oliva, Fernanda Pires De Sá, Katuska Manzur y María del Mar Rubio Hernández.

Referencias

- Attfield, S. (2017). Don't question my fandom because I'm poor. Ponencia presentada en *Fan Studies Network 2017 Conference*, Huddersfield, University of Huddersfield.
- Becker, H. S. (2008). *Art worlds: Updated and revised 25th anniversary edition*. Berkeley y Londres: University of California Press.
- Chin, B. y Hitchcock Morimoto, L. (2013). Towards a theory of trans-cultural fandom. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 10(1), 92-108. Recuperado de <http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>
- Gray, J., Sandvoss, C. y Lee Harrington, C. (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. Nueva York: NYU Press.
- Hellekson, K. y Busse, K. (eds.) (2006). *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: New essays*. Jefferson, NC: McFarland.

- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londres: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Londres: Routledge.
- Jones, B. (2015). My little pony, tolerance is magic: Gender policing and bronny anti-fandom. *The Journal of Popular Television*, 3(1), 119-125. doi: http://dx.doi.org/10.1386/jptv.3.1.119_1
- Kustritz, A. (2015). Transnationalism, localization, and translation in European fandom: Fan studies as global media and audience studies. *Transformative Works and Cultures*, 19. doi: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2015.0682>
- Larsen, K. y Zubernis, L. (eds.) (2012). *Fan culture: Theory/practice*. Newcastle upon Tyne (Reino Unido): Cambridge Scholars Publishing.
- Ng, E. (2017). Queerbaiting and the Contemporary Media Landscape in *Rizzoli & Isles* and *The 100*. *Transformative Works and Cultures*, 24. doi: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2017.917>
- Pande, R. (2017). *Squee from the margins: Investigating the operations of racial/cultural/ethnic identity in media fandom* (Tesis de doctorado, University of Western Australia, Perth, Australia).
- Stanfill, M. (2013). "They're losers, but I know better": Intra-fandom stereotyping and the normalization of the fan subject. *Critical Studies in Media Communication*, 30(2), 117-134. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/15295036.2012.755053>
- Zubernis, L. y Larsen, K. (2012). *Fandom at the crossroads: Celebration, shame and fan/producer relationships*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.