

LAS LLAMABAN HISTÉRICAS: MOVIMIENTO FAN DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Montserrat Salazar Rodríguez

Universidad de La Laguna

lyra_689@hotmail.com

RESUMEN

El propósito principal de este trabajo es arrojar luz sobre un tema escasamente estudiado desde el ámbito académico español: el movimiento fan. Centrándome en su interrelación con el género y mediante una aproximación teórica, abordaré la manera en que las mujeres participan en el movimiento fan, estudiando tres dimensiones que considero fundamentales. En un primer momento analizaré cómo se expresan las diferencias de género dentro del movimiento fan, seguidamente estudiaré de qué manera el movimiento puede servir de espacio de expresión y subversión de roles de género tradicionales y por último desarrollaré su relación con el desarrollo y la expresión de la identidad sexual femenina.

PALABRAS CLAVE: movimiento fan, género, roles de género, identidad sexual.

ABSTRACT

«They Called Them Hysterical Women». The main purpose of this article is shed light on an issue understudied in the Spanish academic world: fandom. Focusing in the interrelation with gender and using a theoretical approximation, I'll present how women take part in fandom, studying three dimensions which I consider to be fundamental. Initially, I'll analyze how gender differences can be expressed within the fandom, next I'll study how the fandom can serve as space for expression and subversion of traditional gender roles and finally I'll develop the relationship of fandom with the development and expression of the female sexual identity.

KEY WORDS: fandom, gender, gender roles, sexual identity.

INTRODUCCIÓN

El tema principal del presente artículo es estudiar el fenómeno fan, especialmente en su dimensión de género. El estudio del movimiento fan se enmarca dentro de los denominados *Fan Studies*, ámbito académico multidisciplinar (conjugando ramas como la sociología, las ciencias de la comunicación, etc.) escasamente desarrollado en España, que comenzó esencialmente como un estudio de los fans como receptores



pasivos, como audiencia, para ir cambiando el foco hacia los fans como protagonistas en los procesos de consumo y participación cultural. El investigador fundamental que ha vertebrado este nuevo enfoque es Henry Jenkins, especialmente con su obra *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992).

Son varios los principales motivos por los cuales resulta interesante esta cuestión. En primer lugar, su originalidad, dado que se trata de un objeto de estudio novedoso, especialmente en su relación con el género. En segundo lugar, la manera en que conjuga el género con los estudios culturales. Y, por último, el hecho de que a pesar de su aparente banalidad o frivolidad, se trate de un tema muy interesante desde muchos puntos de vista dentro de la sociología: para los ámbitos del consumo (por ejemplo, la importancia de los fans y de la audiencia para los procesos de consumo), de la cultura, de la juventud o del género, entre otros.

El propósito principal del trabajo es estudiar cómo es la participación de las mujeres en el movimiento fan desde múltiples puntos de vista que se concretan en los siguientes objetivos:

- Realizar un análisis tanto de la definición del fenómeno fan como de diferentes aproximaciones que ha tenido desde un ámbito académico.
- Determinar si hay diferencias sustanciales en los gustos y prácticas de los fans en base a su género y, de ser así, si son valoradas de distinta manera por la sociedad y el resto de los fans.
- Estudiar de qué manera el movimiento fan puede servir de espacio para subvertir los roles de género tradicionales.
- Analizar la relación entre el movimiento fan y la identidad sexual femenina (entendiendo que el deseo sexual pueda ser un aspecto fundamental del fenómeno, como espacio de expresión sexual o de rebeldía).

MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

El término *fan* no es un concepto fácil de definir por dos motivos fundamentales y relacionados entre sí: en primer lugar, por tratarse de una palabra utilizada de manera muy habitual, de forma coloquial, y que es fácilmente reconocible para todos; en segundo lugar, por todos los estereotipos asociados a ella que se nos vienen rápidamente a la cabeza. «Defining fandom has been no easy task, despite (or perhaps because of) the everydayness of the term» (Mat Hills, 2002, p. ix)¹. El concepto fan comenzó a utilizarse en la Inglaterra del siglo XVII como abreviación de «fanático» (haciendo referencia al fanatismo religioso) y se hizo popular un siglo después, en Estados Unidos, para hacer referencia a los espectadores de béisbol en primer lugar y, más tarde, para extenderse al público de películas o de música. Se trata de un

¹ «Definir el fandom no ha sido una tarea fácil, a pesar de (o quizás debido a) la cotidianidad del término» (traducción propia, a partir de ahora se indicará como TP).



término que se ha utilizado en muchos casos, incluso en el ámbito académico, con una connotación despectiva para hablar del fenómeno como una patología o para asociarle estereotipos negativos. Estos estereotipos relacionan a los fans, en muchos casos, con personas obsesivas o enfermizas. Así, acciones como las de John Hinckley (que intentó asesinar a Ronald Reagan por impresionar a Jodie Foster) o Mark David Chapman (asesino de John Lennon) se leen acordes a una concepción del fan como persona mentalmente inestable y peligrosa, que se mueve entre la admiración y el odio (Jenkins, 1992). Mientras la visión del fan como peligroso suele asociarse a un público masculino, el lado femenino del *fandom* se relaciona con el erotismo, con imágenes de *groupies* o de adolescentes que gritan o se desmayan ante sus ídolos. Ya en diciembre de 1942, se describía la escena de un concierto de Frank Sinatra de la siguiente manera:

Soon there were Sinatraddicts, adolescent bobby-soxers who wrote to him in lipstick I love you so bad it hurts. Do you think I should see a doctor? [...] the singer almost strangled by two girls who pulled at opposite ends of his bow-tie (Whitcomb, 1972, p. 202)².

Según John B. Thompson, el término actualmente sigue teniendo connotaciones de «fervor religioso, frenesí y posesión demoníaca transmitida por su derivación etimológica» (John B. Thompson, 1998, p. 288). De hecho, a pesar de que es cierto que el movimiento fan se ha hecho cada vez más popular y visible, algunos casos tales como el de la «*Bieber Fever*» (una supuesta histeria hacia el cantante Justin Bieber) hacen ver que el término sigue teniendo un estigma social.

Entonces, ¿de qué manera podríamos definir a un fan?

«A fan is a person with a relatively deep, positive emotional conviction about someone or something famous» (Cavicchi, 1998, p. 9)³. Es decir, un fan es aquella persona con una conexión positiva y emocional con un elemento de la cultura popular o un objeto de interés (ya sea una persona famosa, un grupo musical, una serie de televisión, etc.). Esto incluye a un amplio espectro de personas tales como *groupies*, coleccionistas, consumidores, acosadores de celebridades, etc. Además, ser fan puede conllevar una serie de actividades o prácticas. «Ser fan consiste en organizar la vida diaria de uno mismo de manera que el seguimiento de una determinada actividad, o el cultivo de una relación con determinados productos mediáticos o géneros, llega a constituirse como preocupación central del yo» (John B. Thompson, 1998, p. 288). Esas prácticas incluyen actividades tanto *online* (leer y escribir *fanfictions*, participar en foros o blogs, ver vídeos, etc.) como *offline* (asistir a convenciones, encuentros, conciertos, etc.). Incluye también actividades rutinarias como el coleccionismo y,

² «Pronto había “Sinatraddicts”, adolescentes que le escribían con pintalabios “Te quiero tanto que duele, ¿crees que debería ver a un médico?” [...] El cantante casi estrangulado por dos chicas que tiraban a cada lado de su pajarita» (TP).

³ «Un fan es una persona con una convicción emocionalmente positiva y relativamente profunda sobre alguien o algo famoso» (TP).



sobre todo, la interacción con otros individuos con quienes quizás solo comparten la ocasión de ser fan, lo cual les ofrece la posibilidad de integrarse en una comunidad con la que pueden implicarse a nivel personal o emocional. A veces el «ser fan» es también entendido como un *hobby*; sin embargo, esto obvia el papel del *fandom* para la identificación del individuo (con su «héroe» o el objeto de su interés) y como parte de su identidad personal.

Una confusión habitual, por la similitud en las prácticas, es equiparar los fans a simples consumidores, es más, a consumidores ideales: «Media fans resemble ideal brand consumers: they snap up the latest thing, buy extra merchandise, participate in promotions, join official fan clubs and build collections» (Cavicchi, 1998, p. 62)⁴. Esta confusión es errónea por varios motivos. En primer lugar, porque los fans son algo más que consumidores, ya que tienen una conexión emocional fuerte hacia sus «objetos de deseo», lo cual les hace, además, relacionarse con otras personas como ellos. Y más importante aún, porque en las teorías económicas clásicas se asume el consumo como algo separado de la producción, mientras que en el *fandom* es habitual que los individuos creen sus propios objetos tales como historietas, ilustraciones, muñecos, etc. En algunos casos estos objetos son vendidos; sin embargo, es habitual que simplemente sean compartidos con otros fans y esta naturaleza no comercial del *fandom* es una característica principal para muchos de ellos (Duffet, 2013).

Otra de las dificultades al abordar y estudiar el fenómeno fan es que no es del todo un objeto coherente y homogéneo, sino que, por el contrario, el *fandom* hacia diferentes producciones culturales implica actividades diversas y ocupa diferentes lugares en la imaginación pública. La etiqueta «fan» puede significar diferentes cosas en diferentes contextos. Frente a esta cuestión, algunos investigadores señalan el deber de estudiar el movimiento de forma separada, argumentando el peligro de equiparar el movimiento fan hacia diferentes objetos culturales; mientras que otros investigadores como Matt Hills señalan la importancia de una teoría general del *fandom*, remarcando la existencia de patrones de comportamiento o intereses comunes entre diferentes movimientos.

Como ya se puede deducir, algunas de las dimensiones desde las que puede explicarse el fenómeno fan son la práctica, la identidad y la comunidad. Desde un punto de vista enfocado a la práctica, el fanatismo podría medirse como un proceso frecuente, regular, de ver o escuchar o en definitiva consumir un producto determinado. El problema de este enfoque es que obvia, de alguna manera, una dimensión más importante como es la de la identidad (y la representación o *performance* de esa identidad, es decir, el *fandom* como una identidad adoptada públicamente). Según las investigadoras Cheryl Harrington y Denise Bielby:

We believe that this conceptualization of fan as doer obscures an important dimension of fanship, the acceptance and maintenance of a fan identity. One can do fan

⁴ «Los fans parecen consumidores de marca ideales: agotan las últimas novedades, compran merchandising extra, participan en promociones, se unen a clubs de fans oficiales y hacen colecciones» (TP).



activity without being a fan, and vice versa. Fanship is not merely about activity, it involves parallel processes of activity and identity (1995, 86-7)⁵.

Por último, el *fandom* se puede enfocar desde el punto de vista grupal y social, es decir, de qué manera una actividad en principio individual pasa a convertirse en una práctica cultural o a crear una comunidad en torno a ella. «This ability to transform personal reaction into social interaction, spectatorial culture into participatory culture, is one of the central characteristics of fandom». (Henry Jenkins, 2006, 41)⁶.

De cara a mi trabajo voy a partir principalmente de dos concepciones. Por un lado, teniendo en cuenta la visión patológica del *fandom* y los estereotipos negativos que le rodean, de cara a averiguar si son particularmente hostiles contra las mujeres dentro del movimiento. Por otro lado, me gustaría adoptar la visión popularizada por Henry Jenkins de los fans como «*textual poachers*» o piratas de textos, desarrollada en muchos de sus artículos y especialmente en su obra *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992). Esta perspectiva entiende a los fans como mucho más que espectadores o consumidores pasivos y se interesa por cómo estos se apropian de los objetos culturales y los reinterpretan, adaptándolos a su propia experiencia social (en muchas ocasiones silenciada por los medios originales), lo que pone en tela de juicio la capacidad de los productores de limitar la creación y los significados culturales. El término *fandom* surge de Michel de Certeau (1984), que hablaba de los lectores activos en contraposición al canon de lector pasivo que sirve simplemente de receptor de los significados del autor. Creo que este enfoque puede ser muy interesante de cara a ver el *fandom* como un espacio en el que las mujeres puedan mediante diversas prácticas reinterpretar los objetos culturales, en muchos casos más orientados al público masculino, y adaptarlos a sus experiencias, dar más voz a personajes femeninos o incluso subvertir roles tradicionales de género.

El planteamiento metodológico desde el que abordaré el estudio consistirá en la revisión bibliográfica, fundamentalmente de las obras *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (1992) y *Understanding Fandom* (2013) y diversos artículos centrados en *fandom* y género. El trabajo lo estructuraré en tres partes, las cuales desarrollarán las tres dimensiones fundamentales que he explicado anteriormente en mis objetivos: en primer lugar, las diferencias de género dentro del movimiento fan; en segundo lugar, las prácticas que pueden servir de vía para la subversión de roles de género tradicionales; y, por último, la conexión entre el movimiento fan y la identidad sexual femenina.

⁵ «Creemos que esta conceptualización del fan como persona que realiza algo oscurece una dimensión importante del movimiento fan, la aceptación y el mantenimiento de una identidad fan. Uno puede realizar una actividad fan sin serlo, y viceversa. El fanatismo no es simplemente actividad, sino que implica procesos paralelos de actividad e identidad» (TP).

⁶ «Esta habilidad para transformar una reacción personal en interacción social, cultura del espectador en cultura participativa, es una de las características centrales del fandom» (TP).



Las diferencias de género se expresan dentro del *fandom* en dos dimensiones fundamentales. Por un lado, se reproducen de tal manera que los gustos y las prácticas se distribuyen, en muchos casos, de manera desigual entre hombres y mujeres. Éstos no solo siguen diferentes tipos de productos culturales, o llevan a cabo diferentes tipos de prácticas, sino que además estas son valoradas en peor medida cuando son realizadas fundamentalmente por mujeres o cuando son asociadas con la feminidad. Es decir, incluso cuando hombres y mujeres practican comportamientos similares (por ejemplo, el histerismo de las fans de música pop y el de los hinchas de deportes), no son rechazados socialmente de la misma manera. Por otro lado, a pesar de todo ello, el *fandom* demuestra ser un espacio en el que los roles y las expectativas de género se pueden subvertir e incluso romper, de igual manera que se invierte, en general, la relación objeto-sujeto. El *fandom* es un lugar en el que los lectores o consumidores pasan a ser sujetos activos que además escriben y crean y donde los productos a priori terminados son reformulados y manipulados por los fans. Esto, como veremos más adelante, puede ser una herramienta para que las mujeres actúen como sujetos activos, para que expresen sus deseos o reajusten los productos culturales a su antojo.

Como distinción primaria, el *fandom* femenino se encuentra más asociado al *mainstream* o lo comercial (por ejemplo, a la música popular) debido a que este está más relacionado con un público de masas, que se comporta de manera pasiva. Esto a su vez se enlaza con el estereotipo asociado a la feminidad como menos racional, más vulnerable a la seducción y por tanto más pasivo como espectador y fácilmente manipulable por los *mass media*. Mientras, aquellos géneros que se sitúan fuera de lo *mainstream*, que se podrían denominar de culto o independientes, se relacionan con lo masculino y a su vez, por tanto, también sus seguidores son mayoritariamente hombres. Algunos de estos géneros pueden ser el cine «*exploitation*» (cine en general de baja calidad, contenido violento, escabroso o sexual, etc.), la música esotérica, el cine de terror, etc. (Duffet, 2013).

La investigadora Brigid Cherry (2002), en una investigación sobre el cine de terror, sugiere que dentro de este género, aquellos seguidores del tipo más violento de cine (aquel que utiliza el *gore* o la violencia sexual, por ejemplo, para provocar repulsión en el espectador) es seguido mayoritariamente por fans masculinos o por aquellos que tienen gustos o nociones estereotípicamente masculinas, como la idea de retarse a uno mismo a aguantar ese tipo de películas como una prueba de honor o valentía.

Esta división de género en los gustos o en las prácticas provoca, además, que aquellas personas que se sitúan por fuera de ellas sean consideradas anormales o invisibilizadas. En la misma investigación, Brigid Cherry concluyó que las fans femeninas del cine de terror eran excluidas de dos maneras: por un lado, de manera externa, por el hecho de que las convenciones o encuentros se orientaban más a los fans masculinos; y, segundo, por sí mismas al percibir lo que hacían como algo extraño, lo que conllevaba evitar ese tipo de encuentros o tratar de invisibilizar su fanatismo.



En muchos casos la cuestión no consiste tanto en invisibilizarse como fan sino específicamente como fan femenina o *fangirl*. En el libro *Chicks Who Dig Time Lords*, que recoge diversos testimonios sobre fans femeninas de la serie *Doctor Who*, una de ellas afirma que

many female fans are keen to dissociate themselves from fangirl behavior, and not just because they see it as adolescent. In *Cyberspace of Their Own: Female Fandoms Online*, Rhiannon Bury writes that members of the David Duchovny Estrogen Brigade would play down their association with the group to avoid ridicule and to be taken seriously —by male fans (Orman, 2010, 44)⁷.

A pesar de que el término *fangirl* podría definir, simplemente, a una chica que es fan (si tomamos su significado de manera literal), se trata normalmente de un concepto atravesado por múltiples connotaciones negativas, que deriva de considerar que cualquier fan, especialmente si es adolescente, lo es solo por cuestiones superficiales (el atractivo de los miembros de un grupo, una historia de romance en una serie de televisión, etc.) (VanCant, 2014). Además de por la superficialidad, lo que distingue comúnmente a los fans de las *fangirls* es el grado de intensidad o de obsesión por su objeto de interés, considerando que se trata de un comportamiento extremo, que se pasa de la raya. Pamela Wojcik lo explica de esta manera en su artículo «The Cultural Lives of Doctor Who: Doctor Whose Fandom?»:

The dismissal of fangirls is familiar to those of us who study pop culture as a stereotypical denigration of feminized mass culture in opposition to masculine art. It assumes that female fans are an add-on, derivative, and lesser than male fandom, which is assumed to be motivated by more serious interests (e.g., the vagaries of time travel vs the appeal of TV stars) (Wojcik, 2013)⁸.

En el caso de la serie televisiva *Doctor Who*, que puede generalizarse al *fandom* en general, se crea una división entre los «fans» y las «*fangirls*», que a su vez crea una diferenciación equivalente entre el verdadero fan (masculino) y la que no lo es (la *fangirl*). El argumento principal es que estas últimas siguen la serie únicamente por el atractivo físico del protagonista o por la trama amorosa. «A true fan would be geeky men who are deeply invested in the shows elements (time travel, historical information, story developments) while fangirls are just little girls who

⁷ «Muchas fans femeninas se esfuerzan en diferenciarse a sí mismas del comportamiento *fangirl*, y no solo porque lo vean de adolescentes. En “*Cyberspace of Their Own: Female Fandoms Online*”, Rhiannon Bury escribe que miembros de la “*David Duchovny Estrogen Brigade*” le restaban importancia a su asociación con el grupo para evitar el ridículo y para ser tomadas en serio por los fans masculinos» (TP).

⁸ «El rechazo a las *fangirls* está relacionado para todos aquellos que estudian la cultura pop como una denigración estereotipada de la cultura de masas feminizada en oposición al arte masculino. Asume que las fans femeninas son un accesorio derivado e inferior del fandom masculino, el cual se asume que está motivado por intereses más serios (por ejemplo, los viajes en el tiempo contra el atractivo de las estrellas de televisión)» (TP).



were just pornographically enjoying the series because of how good looking Smith and Tennant are» (VanCant, 2014, p. 16)⁹.

Cuando un nuevo protagonista llegó a la serie, un actor menos atractivo, muchos fans (principalmente hombres) se alegraron de que no encajara en el perfil de hombre joven y atractivo, alegando que, de esa manera, se produciría una diáspora de *fangirls* y estas se alejarían por fin de la serie.

Este desprecio al *fandom* cuando es protagonizado por mujeres va mucho más allá del caso concreto de *Doctor Who*. Se produce también en el caso de las seguidoras de música pop, específicamente en las seguidoras de *boybands* (grupos musicales masculinos, tales como One Direction, Backstreet Boys, Take That, etc.), que son mayoritariamente adolescentes y de las que se asume que siguen dichos grupos únicamente por motivos superficiales, por su atractivo físico, y que tienen en general un comportamiento obsesivo, inmaduro, etc. «The intelligence of an individual based on their fandom is something that fangirls are criticized for by regular ‘fans’ and people outside fandom. Calling them fangirls is used as an attack, only seeing their actions as obsessive» (VanCant, 2014, p. 18)¹⁰.

Son varios los motivos por los que se puede considerar que una *fangirl* no es fan a la manera «correcta» de serlo. Ashley Chervinski, en su artículo «Fangirls, Stay Away From Tumblr» (2012), ejemplifica varias de las críticas habituales que se realizan a las *fangirls* y que las sitúa en un lado u otro del comportamiento ejemplar. La primera crítica es hacia aquellas que no están obsesionadas por los motivos correctos: «They need to stop focusing on what shoes their favorite actor is wearing, and remember why they became a fan»¹¹. En el caso de los verdaderos fans, sin embargo, «their obsession is based on what we should be obsessing about —how genuinely good something is, and for them, it’s meaningful»¹². El segundo motivo de crítica es hacia la intensidad de la obsesión, entendiéndola que cruzada una línea va más allá del *fandom* para convertirse en una competición: «These fangirls aren’t fans anymore; it’s a race to be the most obsessive, and it isn’t genuine or fair to actual fans on the website»¹³.

Sin embargo, el término puede usarse también de manera positiva. Incluso reconociendo que implica un comportamiento que se acerca al comportamiento

⁹ «Un verdadero fan sería un hombre que está profundamente dedicado a los elementos del *show* (viajes en el tiempo, información histórica, desarrollo de la historia) mientras que las *fangirls* son adolescentes que simplemente disfrutan pornográficamente de las series debido a lo atractivos que son Smith y Tennant» (TP).

¹⁰ «La inteligencia de una persona basada en su fanatismo es un motivo de crítica por los fans “normales” y por las personas ajenas al *fandom*. Llamarlas *fangirls* es usado como un ataque, viendo sus acciones simplemente como obsesivas» (TP).

¹¹ «Necesitan parar de centrarse en qué zapatos utiliza su actor favorito y recordar por qué se convirtieron en una fan» (TP).

¹² «Su obsesión se basa en aquello por lo que deberíamos obsesionarnos – cómo de genuinamente bueno es algo y, para ellos, es algo significativo» (TP).

¹³ «Estas *fangirls* ya no son fans; es una carrera para ser la más obsesiva, y eso no es genuino ni justo para las fans reales del sitio web» (TP).



obsesivo, se destaca positivamente el sentimiento de pertenencia a un grupo, a una comunidad, en la que se apoyan unas a otras y pueden compartir un aspecto muy importante de sus vidas. Además, se convierte también en una vía de expresión de sentimientos tales como el amor o el despertar sexual de las adolescentes, cuestiones que no pueden expresar abiertamente en la sociedad. Así, lo que podría pasar por una motivación superficial es realmente una vía para expresar su sexualidad, para comenzar a entender sus propios sentimientos, para liberarse de la cotidianidad, etc. (VanCant, 2014, p. 20).

PRÁCTICAS DE SUBVERSIÓN

Si hablamos de las prácticas, debemos recordar que un fan puede realizar todo tipo de actividades en relación con su objeto de interés, desde escribir *fanfiction* (relatos de ficción escritos por fans que involucran a personajes, situaciones o ambientes de la historia original a partir de los cuales se desarrollan nuevas situaciones o relaciones entre ellos), disfrazarse, coleccionar objetos, participar en discusiones con otros seguidores, etc. Es una manera de participar activamente que va más allá de simplemente disfrutar el contenido, modificándolo, expandiéndolo. Se trata, en muchos casos, de un esfuerzo colectivo, una forma de inteligencia colectiva. Este tipo de actividades, cuando es llevado a cabo por *fangirls*, especialmente en el ámbito de la música, puede entenderse negativamente como una manera de violar la privacidad de sus ídolos, como una forma de acoso o simplemente puede ser criticado por poner demasiado esfuerzo en algo superficial, en este caso en conocer cada vez más acerca de sus ídolos o de la música que hacen, lo cual puede ser entendido como algo obsesivo (VanCant, 2014, p. 21).

This is probably the hardest part about the job. As a fangirl, it is your duty to know your stuff. A fangirl has memorized every possible fun fact about her idol. [...] When give the chance, test a fangirl. You'll be shocked at her knowledge! (Reyes, 2014)¹⁴.

En general, existe una clara diferenciación entre las prácticas y su correspondiente consideración social. Por ejemplo, el rodaje de vídeos (*film-making*) es eminentemente masculino mientras que los escritores y lectores de *fanfiction* son, en su mayoría, mujeres. Esta última práctica está considerada de peor nivel, especialmente cuando los relatos que se escriben son de tipo erótico o *slash* (erótico entre personas del mismo sexo).

Otro de los aspectos más interesantes en lo que se refiere a las prácticas guarda relación con la importancia, que comentamos al comienzo del trabajo, de los intercambios simbólicos y altruistas, sin compensación económica y, en gene-

¹⁴ «Esta es probablemente la parte más dura del trabajo. Como fangirl, es tu deber conocer tus cosas. Una fangirl ha memorizado cada hecho curioso acerca de su ídolo. [...] Cuando tengas la oportunidad, pon a prueba a una fangirl. ¡Te sorprenderás de sus conocimientos!» (TP).



ral, el rechazo a la mercantilización dentro del movimiento fan. Este es uno de los rasgos más característicos en la práctica del *fanfiction*, siendo el principal motivo el miedo acerca de las posibles repercusiones legales por la utilización de personajes registrados con *copyright*, además del hecho de que gran parte de su producción sea sexualmente explícita y no-heteronormativa, lo cual lo convierte en un producto a priori poco comercializable y que, además, de mercantilizarse podría estar más sujeto a algún tipo de control social. Pero el motivo más relevante es la noción de regalo, fundamental para entender el funcionamiento de estos grupos, regalos que pueden ser cualquier tipo de creación artística tales como *fanfics*, videomontajes, etc. y que tienen como valor fundamental crear y mantener una estructura social propia cuyos miembros son fundamentalmente mujeres (Hellekson, 2009). En un ámbito en el que los objetos se intercambian sin ningún propósito económico, el beneficio principal que resulta es la cohesión social, y de esta manera las mujeres que participan en este tipo de grupo crean un nuevo tipo de espacio en el que se repudia el modelo monetario (relacionado, principalmente, con la masculinidad). «Fandom might best be understood as part of what is traditionally the women's sphere: the social, rather than the economic» (Hellekson, 2009, p. 116)¹⁵.

Un ejemplo claro de este rechazo a la intervención desde fuera del grupo fue el estrepitoso fracaso de «FanLib», que representó un intento del capitalismo (masculino) de aprovecharse y beneficiarse económicamente de la producción artística de las fans (femeninas). FanLib fue una plataforma lanzada en 2007 con el propósito de crear un archivo de *fanfics*, en el que se animaba a las escritoras a compartir sus creaciones a cambio de premios o de contactos con productores de series de televisión. La página web cerró un año después demostrando el error de intentar cambiar el valor de los intercambios entre fans, de puramente simbólico a económico. Tal y como Henry Jenkins entendió, «they simply hadn't really listened to, talked with, or respected the existing grassroots community which surrounded the production and distribution of fan fiction» (Jenkins, 2007)¹⁶.

Esta férrea concepción del *fanfiction* y del intercambio alrededor de él como gratuito provoca que precisamente esta comunidad, principalmente femenina, sea una de las pocas en no recibir ninguna compensación por el trabajo que realizan dentro del movimiento. Contrasta, por ejemplo, con el caso de los *film-makers* y los *modders* (personas que realizan modificaciones en videojuegos, añadiéndoles objetos, paisajes, diálogos, etc.), que han ido transformando su trabajo incorporándose cada vez más a las compañías. En su artículo «Should Fan Fiction Be Free?» (2009), Abigail De Kosnik se pregunta por qué precisamente esta comunidad es tan reacia a la mercantilización y muestra su preocupación acerca de un posible futuro en el que compañías o páginas webs reciban beneficios económicos por el trabajo altruista

¹⁵ «El *fandom* puede ser entendido como parte de lo que es tradicionalmente la esfera femenina: lo social, más que lo económico» (TP).

¹⁶ «Ellos simplemente no escucharon de verdad, o hablaron con, o respetaron la existente base comunitaria que rodea la producción y la distribución del *fanfiction*» (TP).



de las escritoras, es decir, que finalmente la actividad se comercialice y sin embargo sigan siendo las mujeres las que no reciban una compensación a cambio.

Además de servir como espacio de cohesión social entre mujeres, el *fanfiction* como práctica permite a las mujeres reinterpretar y reelaborar un objeto cultural de muchas maneras. Henry Jenkins, en su capítulo «Strangers No More: We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community», habla de cómo las escritoras de *fanfiction* sobre *Star Trek* pueden cambiar el foco de la acción hacia las relaciones entre personajes, pueden dar protagonismo a personajes femeninos marginados en la serie original de manera que traten el tipo de problemáticas a las que una mujer puede enfrentarse o pueden explorar aspectos eróticos (especialmente de índole homosexual). «Fan writing, then, can be characterized as a type of textual «poaching», as a strategy for appropriating materials produced by the dominant culture industry and reworking them into terms which better serve subordinate or subcultural interests» (Henry Jenkins, 1992)¹⁷.

La apropiación de objetos culturales no es siempre bien recibida por los productores, que pueden estar celosos ante las posibles creaciones de sus fans e intentar que se produzcan bajo su supervisión. En 1981, la compañía Lucasfilm, dueña de *Star Wars*, trató de perseguir aquellos trabajos que violaban los valores familiares asociados a las películas originales, en concreto aquellas creaciones con tintes eróticos o directamente pornográficos. La respuesta de Slaysu, un fanzine con publicaciones eróticas/feministas, no se hizo esperar:

Lucasfilm is saying, «you must enjoy the characters of the Star Wars universe for male reasons. Your sexuality must be correct and proper by my (male) definition». I am not male. I do not want to be. I refuse to be a poor imitation, or worse, of someone's idiotic ideal of femininity. Lucasfilm has said, in essence, «This is what we see in the Star Wars films and we are telling you that this is what you will see (Siebert, 1982, 44)¹⁸.

A la hora de explicar por qué el *fanfiction* es eminentemente femenino (se ha estimado que más del 90% de escritores son mujeres), Henry Jenkins se basa en la idea, tomada de Teresa de Lauretis, de que los personajes femeninos solamente existen en los márgenes, mientras el hombre se sitúa en el centro de las narrativas. De esta manera, las mujeres han estado forzadas en muchos casos a identificarse con el papel masculino para conseguir disfrutar de la historia o bien a ir más allá

¹⁷ «La escritura por parte de los fans, por tanto, puede ser caracterizada como un tipo de «apropiación» textual, como una estrategia para apropiarse de materiales producidos por la industria dominante de la cultura y reelaborarlos entonces en términos que sirvan mejor a los intereses sub-culturales o subordinados» (TP).

¹⁸ «Lucasfilm está diciendo, «tienes que disfrutar de los personajes del universo de Star Wars por razones masculinas. Tu sexualidad debe ser correcta y adecuada por mi (masculina) definición». Yo no soy un hombre. No quiero serlo. Rechazo ser una imitación pobre, o peor, del estúpido ideal de feminidad de alguien. Lucasfilm ha dicho, en esencia, «esto es lo que vemos en las películas de Star Wars y te estamos diciendo que esto es lo que verás» (TP).



del texto, mediante especulaciones, para poner en juego sus propias experiencias (Jenkins, 1988).

Un subgénero particularmente femenino es el *slash*, que consiste en unir a personajes masculinos en una relación homosexual. Además de servir, tal y como lo hace el *fanfiction* de manera general, para reelaborar los contenidos y adaptarlos a la experiencia femenina (en este caso, para explorar sus fantasías o expresar sus intereses sexuales en los hombres mediante el *voyeurismo*), el *slash* en particular ofrece una crítica indirecta a la rigidez de la masculinidad y permite reescribir el concepto de virilidad (Jenkins, 1992, p. 219). De esta manera su atractivo principal no sería únicamente el sexual, sino la capacidad de jugar con los roles de género y proporcionar un enfoque más libre sobre las relaciones masculinas (Brooker, 2002, p. 136).

Una de las prácticas en las que más claramente podemos ver una oportunidad para subvertir los roles de género tradicionales es la denominada «*vidding*», que podríamos traducir como montaje de vídeos. Es una técnica también fundamentalmente femenina, que consiste en seleccionar fragmentos de televisión o películas y ponerles música de tal forma que cuenten una historia. Es una técnica que permite, por ejemplo, crear historias de amor entre personajes del mismo sexo. De manera más general, los avances en la tecnología de montaje de vídeos han facilitado a las mujeres la capacidad de juzgar los contenidos, seleccionarlos, editarlos y manipularlos según sus deseos para luego compartirllos con otras fans. Lo principalmente importante de esta actividad es que pone en el foco la mirada femenina, da el control a la mujer y le permite divertirse mirando en lugar de ser mirada, y deseando o expresando sus fetiches sin tener que ser el objeto de deseo, de tal forma que subvierte su rol tradicional más pasivo y la mirada masculina que domina, de manera general, la industria cultural (Levin Russo, 2009).

EL FANDOM Y LA IDENTIDAD SEXUAL

El ámbito de la identidad sexual es uno de los espacios en los que el *fandom* puede ser una experiencia relevante, especialmente para las mujeres, y particularmente si hablamos en términos de despertar sexual o de la capacidad de las jóvenes para expresar ese tipo de emociones en una sociedad que no las predispone a ello.

Una de las primeras manifestaciones es lo que Tonya Anderson, en su artículo «Still kissing their posters goodnight: Female fandom and the politics of popular music» (2012) denomina la «*bedroom culture*» o cultura del dormitorio, que consiste en la afición de las fans por llenar su dormitorio de pósteres de sus ídolos y, en general, de todo tipo de objetos relacionados con él. Una de las fans entrevistadas en su artículo afirmaba que

when you say 'bedroom culture', I know exactly what that means [*sic*]... The mags, music, posters, prints, articles, pictures, folders, cards, quips, videos, TV appear-



ances, everything and anything I could get with my pocket money (Anderson, 2012, p. 243)¹⁹.

Esto permite a las adolescentes tener el poder de objetivizar a la figura masculina, de ser ellas las que miran, revirtiendo su papel en la sociedad de manera similar al caso del *vidding* (montaje de vídeos). Además, actúa como forma de expresión de su sexualidad emergente: «The pictures which adorn bedroom walls invite these girls to look, even stare at length, at male images (many of which emphasise the whole masculine physique, especially the crotch)»²⁰. (McRobbie, 1991, p. 23). Se trata de un acercamiento a la sexualidad seguro, que resulta atrayente para las adolescentes porque evita los traumas de la sexualidad adolescente y sus peligros.

Otra de las maneras de expresar su deseo, en este caso de manera colectiva, es asistir a conciertos de música. En ellos pueden expresar una identidad colectiva y realizar comportamientos que en cualquier otro momento o lugar resultarían inaceptables o vergonzosos (o incluso en el contexto de un concierto). En diversos estudios realizados durante los años ochenta y noventa por feministas como Dorothy Hobson, Janice Radway, Ann Gray, Ian Ang o Charlotte Brunson se afirmaba que el placer de las mujeres era considerado, no solo banal, sino que además se percibía como un problema, como una adicción.

Most of us scream ourselves silly at least once, although many refuse to admit it later, because like a lot of female experience, our teen infatuations have been trivialized, dismissed, and so silenced. (Garratt, 1990, p. 400)²¹.

Uno de los episodios más relevantes en lo que se refiere a este tema fue, sin lugar a dudas, la beatlemania. No fue, desde luego, el primer movimiento fan «masivo» (previamente se podría destacar a Frank Sinatra o Elvis, por ejemplo) pero sí fue el más notorio, sobre todo para las mujeres, al tratarse de la primera «revolución» de los sesenta en incorporar a las mujeres. En su ensayo «*Beatlemania: Girls Just Want To Have Fun*» (1992), Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess y Gloria Jacobs argumentan cómo la beatlemania, permitiendo a las chicas perder el control (gritar, desmayarse, etc.) sirvió como protesta, aunque no de manera intencionada, contra la represión sexual y la doble moral sexual de la cultura adolescente: «Teen and preteen girls were expected to be not only good and pure but to be the enforcers of purity

¹⁹ «Cuando dices “cultura de dormitorio”, sé exactamente lo que significa... Las revistas, música, posters, ilustraciones, artículos, imágenes, carpetas, cartas, vídeos, apariciones en televisión, cualquier cosa que pudiera conseguir con mi dinero de bolsillo» (TP).

²⁰ «Las imágenes que adornan las paredes del dormitorio invitan a estas chicas a mirar, incluso a clavar su mirada, a imágenes masculinas (muchas de las cuales enfatizan todo el físico masculino, especialmente la entrepierna)» (TP).

²¹ «La mayoría de nosotras hemos gritado tontamente al menos una vez, aunque muchas rehúsan admitirlo luego, porque como mucha de la experiencia femenina, nuestros deseos adolescentes han sido trivializados, rechazados y silenciados» (TP).



within their teen society —drawing the line for overeager boys and ostracizing girls who failed in this responsibility» (p. 85).

Así, una dimensión fundamental de la beatlemania fue permitir la expresión de la sexualidad de las adolescentes. En un artículo titulado «Beatles Reaction Puzzles Even Psychologists» (1994), un psicólogo explicaba cómo los adolescentes pasaban por un periodo de crecimiento físico y emocional que les provocaba una necesidad de expresarse, especialmente a las chicas. Lo más revolucionario no era solamente que las adolescentes expresaran su sexualidad, sino que fuesen parte activa de la atracción sexual, de manera que los Beatles eran el objeto de deseo y ellas las que deseaban. Era una subversión de lo que se denomina «*male gaze*» (traducido literalmente, la mirada masculina), término creado por Laura Mulvey (1975) cuyo origen se relaciona con la teoría del cine pero que se aplica comúnmente a la cultura y los medios de comunicación en general. El «*male gaze*» hace referencia a que las artes visuales se estructuran desde la mirada masculina, desde su punto de vista, de tal forma que las mujeres son típicamente el objeto de deseo, lo mirado, mientras que los hombres son habitualmente los que miran y por tanto la parte activa. De esta manera, la beatlemania se puede entender como la primera mirada femenina masiva (Zeisler, 2008).

El miedo a las masas descontroladas de adolescentes, que se puede ejemplificar con el reparo de los padres a que sus hijas asistan a ese tipo de conciertos, se basa entonces, principalmente, en una condena a este tipo de comportamientos básicamente por aquello que los motiva: la sexualidad femenina, y de manera más problemática para la sociedad, la sexualidad adolescente (Anderson, 2012). Un asunto que resultaba tabú en la década de los sesenta pero que continúa siéndolo en la actualidad, manteniéndose una lectura del *fandom* como algo patológico o enfermizo. En un artículo del 2012 del periódico *Wall Street Journal*, por ejemplo, se describía a las fans de Justin Bieber de la siguiente manera:

The symptoms include uncontrollable screaming, swooning and spending hours on Twitter and Facebook. It primarily affects preteen and teen girls, yet it is highly contagious and can infect mothers, too. In severe cases, sufferers camp out on sidewalks for days [...] By disease standards, “Bieber Fever” is approaching a global pandemic. (Beck, 2012)²².

El comportamiento de las fans se estigmatiza describiéndolo, de manera evidente, como si de una enfermedad se tratara.

Una de las consecuencias de que se relacione, de manera inmediata, el movimiento fan de la música popular con las adolescentes (y por tanto, con todo aquello que se les asume característico, como la inmadurez) es que margina a aque-

²² «Los síntomas incluyen gritar incontroladamente, perder el conocimiento y gastar horas en Twitter y Facebook. Afecta principalmente a chicas preadolescentes y adolescentes, aunque es altamente contagioso y puede infectar a las madres también. En casos severos, las víctimas acampan en las aceras durante días [...] Según las normas sanitarias, la “Bieber Fever” se acerca a una pandemia global».



llas mujeres que, ya entradas en la edad adulta, continúan siguiendo a los grupos que les gustaban en la adolescencia. El trabajo fundamental del artículo de Tonya Anderson es, precisamente, estudiar cómo viven las mujeres adultas su fanatismo (en este caso por el grupo Duran Duran). Una de las experiencias la recoge del artículo de Cheryl Cline «Essays from Bitch: The Women's Rock Newsletter with Bite», en el que describe el reto de ser fan de Van Halen durante la vida adulta:

A lot of junk has been written about the teenage crush, and almost as much junk on the middle-aged matron-crush, but between these two periods of hormonal lunacy (adolescence and menopause), women are supposed to give up their crushes on famous people —especially rock stars. It's a sign of maturity to pack up the posters, photos, magazines, scrapbooks, and unauthorized biographies you so lovingly collected and shove them in the back of the closet. If you're a rock fan, you're careful to discuss bands in terms of their artistic merits, and if you privately think Elvis Costello is better looking than Graham Parker, you keep this opinion strictly to yourself (Cline, 1992, pp. 70-71)²³.

En este párrafo podemos ver además, de nuevo, la insistente separación entre el interés tipificado como correcto (aquel basado en los aspectos más formales, serios o profundos, como los méritos artísticos de un grupo el desarrollo de una serie de televisión, por ejemplo) y aquel que se considera banal o frívolo, que se basa generalmente en el aspecto físico y que las mujeres deben silenciar para ser tomadas en serio:

If you admit to lusting after Bono or David Byrne, that's still no good, because U2 and Talking Heads are serious bands, and women who happen to notice that David Byrne is an anatomically correct male are misguided at best (Cline, 1992, pp. 70-71)²⁴.

Uno de los tópicos referentes al *fandom* femenino hacia la música es la figura de la *groupie*. Una *groupie* es, en esencia, una mujer que busca relacionarse afectiva o sexualmente con un músico, que le sigue incondicionalmente, etc. Pero el término se ha confundido de tal forma que en muchos casos se utiliza simplemente como sinónimo de fan o para sospechar de aquellas mujeres que trabajan en la industria de la música rock. Vivien Goldman, una periodista británica, escribe: «It's another

²³ «Se ha escrito mucha basura sobre el deseo adolescente, y casi tanta basura sobre el deseo de la mediana edad, pero entre estos dos periodos de locura hormonal (adolescencia y menopausia), se supone que las mujeres deben abandonar sus flechazos sobre famosos —especialmente estrellas de rock. Es un signo de madurez empaquetar los pósteres, fotos, revistas, recortes y las biografías no autorizadas que coleccionaste con cariño y empujarlas al fondo del armario. Si eres fan del rock, tienes que tener cuidado de discutir sobre grupos en términos de sus méritos artísticos, y si piensas en privado que Elvis Costello es más atractivo que Graham Parker, te guardas tu opinión estrictamente para ti» (TP).

²⁴ «Si admites desear sexualmente a Bono o David Byrne, eso no es bueno, porque U2 y Talking Heads son grupos serios, y las mujeres que notan que David Byrne es un hombre anatómicamente correcto están equivocadas, en el mejor de los casos» (TP).



way that guys will use to trivialize your work. They will use any excuse to say you're only in it because you're a groupie» (Cline, 1992, p. 79)²⁵.

CONCLUSIONES

Una vez analizadas las tres dimensiones fundamentales que he decidido abordar en este artículo, la conclusión principal al mismo es que el movimiento fan no es un espacio uniforme para las mujeres que forman parte de él. Se trata de un espacio en el que conviven, simultáneamente, aspectos favorables para ellas con connotaciones negativas, especialmente por parte del resto de fans o de aquellos que están fuera del movimiento.

Como aspectos positivos fundamentales se destaca la capacidad de crear grupos en torno a sus intereses y el modo en que el *fandom* les permite expresarse de maneras que se escapan al rol tradicional femenino, fundamentalmente en lo que concierne a su sexualidad. Es cierto que vivimos en una sociedad hipersexualizada en la que el ideal sexual y de belleza corresponde, precisamente, a la juventud; sin embargo, la sexualidad activa de las adolescentes es silenciada, trivializada o denigrada. El movimiento fan les permite así expresar sus deseos (sean estos, en el fondo, sexuales o no) y experimentar con sus emociones.

La sociedad produce, además, productos culturales creados generalmente desde un punto de vista masculino y para un público masculino (heterosexual), lo que supone que las mujeres ocupen mayoritariamente el lugar de «objeto de deseo» y que los protagonistas sean, en general, hombres, dificultando que las mujeres puedan identificarse o reconocer sus propias experiencias en las historiales originales. Una de las conclusiones más enriquecedoras respecto al *fandom* es cómo puede servir de herramienta feminista para que las mujeres, apropiándose de los objetos culturales, ganen protagonismo como sujetos activos, ya sea subvirtiendo el rol de objeto de deseo, ya sea reelaborando historias para dar más voz a las mujeres y a sus experiencias. Yendo un poco más allá, la apropiación (lo que Henry Jenkins denomina *textual poaching*) puede servir no solamente para las mujeres sino para todos aquellos grupos que se encuentran, en mayor o menor medida, invisibilizados por los medios.

Como contraparte negativa se destaca la consideración banal de sus gustos y la ridiculización general de sus expresiones. La percepción de que muchas chicas son fans por los motivos equivocados está generalizada, y esto provoca rechazo especialmente por parte del resto de fans que se consideran mejores o más auténticos. Mientras colectivos mayormente masculinos (o más asociados a la masculinidad, en definitiva), como los seguidores de fútbol, realizan comportamientos similares a las fans (es decir, siguen fielmente a sus ídolos, conocen todo o mucho sobre ellos, asisten a partidos, acuden a hoteles y aeropuertos, gritan y llevan *merchandising* de

²⁵ «Es una manera más que los hombres usarán para trivializar tu trabajo. Usarán cualquier excusa para decir que solamente estás en esto porque eres una groupie».



sus equipos, etc.), estos no son valorados socialmente de manera peyorativa como lo son en el caso de las fans, a las que se tacha de obsesivas, inmaduras y en el mayor de los casos histéricas.

Mi propuesta final es, en definitiva, aumentar el foco sobre el potencial del movimiento fan como ámbito de estudio para la sociología, valorando especialmente su importancia para los estudios de género y para el feminismo.

Enviado: 16/11/2015

Aceptado: 2/12/2015

BIBLIOGRAFÍA

- A. LEWIS, Lisa (1992). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Londres: Routledge.
- ANDERSON, Tonya (2012). «Still kissing their posters goodnight: Female fandom and the politics of popular music». *Participations*, 9 (2), 239-264.
- BECK, Melinda (2012). *Inside the Brains of Bieber Fans*. <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303640804577488681925950866>.
- BIELBY, D. y HARRINGTON, C. (1995). *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Filadelfia: Temple University Press.
- BROOKER, Will (2002). *Using the Force: Creativity, Community and Star Wars Fans*. Nueva York: Continuum.
- CAVICCHI, Daniel (1998). *Tramps Like Us: Music and Meaning Among Springsteen Fans*. Oxford: Oxford University Press.
- CHERRY, Brigid (2002). «Screaming for Release: Femininity and Horror Film Fandom in Britain». En S. CHIBNALL y J. PETLEY, *British Horror Cinema* (pp. 42-57). Londres: Routledge.
- CHERVINSKI, Ashley (2012). *Fangirls, Stay Away from Tumblr*. <http://www.newschoolfreepress.com/2012/05/11/fangirls-stay-away-from-tumblr/>.
- CLINE, Cheryl (1992). «Essays from Bitch: The Women's Rock Newsletter with Bite». En L. LEWIS, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Londres: Routledge.
- COPPA, Francesca (2009). «A Fannish Taxonomy of Hotness». *Cinema Journal*, 4, 107-113.
- DE CERTEAU, Michel (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- DE KOSNIK, Abigail (2009). «Should Fan Fiction Be Free?». *Cinema Journal*, 4, 118-124.
- DUFFETT, Mark (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. Londres: Bloomsbury.
- EHRENREICH, B., HESS, E. y JACOBS, G. (1992). «Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun». En L. LEWIS, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Londres: Routledge.
- GARRAT, Sheryl (1990). «Teenage Dreams». En S. FRITH y A. GOODWIN, *On Record: Rock, Pop & the Written Word*. Londres: Routledge.
- HELLEKSON, Karen (2009). «A Fannish Field of Value: Online Fan Gift Culture». *Cinema Journal*, 4, 113-118.
- HILLS, Matt (2002). *Fan Cultures*. Londres: Routledge.



- JENKINS, Henry (1992). *Textual Poachers*. Londres: Routledge.
- (1992). «Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community». En L. LEWIS, *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Londres: Routledge.
- (1988). «Stark Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching». *Critical Studies in Mass Communication*, 5 (2), 85-107.
- (2006). *Fans, Bloggers, Gamers*. Nueva York: Nueva York University Press.
- (2007). *Transforming Fan Culture into User-Generated Content: The Case of Fanlib*. URL: http://henryjenkins.org/2007/05/transforming_fan_culture_into.html.
- MCRROBBIE, Angela (1991). *Feminism and Youth Culture*. Londres: McMillan Education.
- MULVEY, Laura (1975). «Visual Pleasure and Narrative Cinema». *Screen*, 16.3, 6-18.
- ORMAN, Kate (2010). «If I can't Squee, I Don't Want to be Part of Your Revolution: Crone-ology of an Aging Fangirl». En L. THOMAS y T. O'SHEA, *Chicks Who Dig Timelords: A Celebration of Doctor Who by the Women Who Love It*. Des Moines: Mad Norwegian Press.
- REYES, Bianca (2014). *6 Things You Should Know About Being a Fangirl*. URL: <http://fremdeng.ning.com/profiles/blogs/6-things-you-should-know-about-being-a-fangirl>.
- THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- VANCANT, Brianna (2014). *Whovians and Directioners: Challenging the Fangirl Identity* (tesis inédita). Department of Humanities, History and Social Sciences. Columbia College Chicago.
- WHITCOMB, Ian (1972). *After the Ball: Pop Music from Rag to Rock*. Londres: Penguin.
- WOJCIK, Pamela (2013). *The Cultural Lives of Doctor Who: Doctor Whose Fandom?* URL: <http://blog.comarts.wisc.edu/2013/12/10/the-cultural-lives-of-doctor-who-whose-fantasy/>.
- ZEISLER, Andi (2008). *Feminism and Pop Culture: Seal Studies*. California: Seal Press.

