

Paul Booth

En el trabajo creativo, los fans presentan posibilidades imaginativas que el texto original no permitía

Paul Booth, profesor de televisión y comunicación tecnológica en DePaul University, Chicago, Estados Unidos.

Paul Booth ha investigado extensamente sobre fenómenos fan ampliamente instaurados como *Doctor Who* o *Star Trek*. Su investigación se ha centrado en las actividades propias de *fandoms* longevos así como su participación en entornos digitales.

En la introducción a tu libro *Fan Phenomena: Doctor Who*, mencionas que esta obra trata sobre la multitud de *fandoms*, creaciones de los fans y discursos que la serie *Doctor Who* ha generado. Pero más importante, destacas el especial papel de las emociones: el apego emocional que estos seguidores pueden sentir por una serie de televisión. Para mí, esta es una idea crucial para explicar un fenómeno fan concreto. Teniendo esto en mente, ¿qué características crees que definen mejor a un fan respecto a su especial conexión emocional con la serie (*personal involvement*) y prácticas culturales (*social engagement*)?

Ser un fan de una serie de televisión hoy en día es en algunos aspectos muy similar a ser fan de una serie de televisión en el pasado, pero en otros aspectos es notablemente

diferente. Los fans de hoy en día tienen acceso a una multitud de nuevas tecnologías para interactuar con la serie y sus productores, para generar creaciones artísticas, para conocer a otros fans, y tomar conciencia de una mayor variedad de otros trabajos realizados por fans, más que nunca. Lo que esto significa es que los fans de hoy en día tienen un mayor acceso al *fandom*, de modo que los seguidores no solo están interactuando con el programa del que son fans, sino también con los diferentes públicos del propio *fandom*. Las prácticas específicas de una comunidad de fans (por ejemplo, haciendo vids, o la escritura de ficción, o la creación de conjuntos GIF) ahora están a menudo disponibles para cualquier comunidad de fans para ver, reconocer, o incluso emular. Hay un mayor intercambio dentro del *fandom* y de sus recursos, por lo que los fans de un programa (por ejemplo, el *Doctor Who*) pueden aprender acerca de los demás (por ejemplo, *Supernatural*) a través de creaciones de fans compartidos (como SuperWhoLock).

Los fenómenos fan han llegado a ser mucho más populares hoy en día, o al menos es más visible para las personas de fuera de las culturas del *fandom*. Agencias de noticias cubren convenciones de fans, programas de televisión incluyen fans como personalidades invitadas. Comic.Con es un importante negocio, y los seguidores están desarrollando algunas de las franquicias más rentables y culturalmente significativas en el negocio actualmente (incluyendo el Universo Cinematográfico de Marvel, *Star Trek*, *Star Wars*, y el *Doctor Who*, por nombrar solo algunos). Pero esto viene con consecuencias significativas: estas versiones del «fan profesional» solo revelan una porción de diferentes identidades de fans, y manifiestan solo un tipo de reacción de los fans. Es notable

que los principales fans profesionales de la industria hoy en día sean todos del sexo masculino, todos son blancos. Esto difícilmente pinta un retrato de *fandom* de hoy, que es más poliédrico en su identidad.

Todo lo cual me lleva de nuevo a mirar a la segunda parte de tu pregunta, ¿qué es lo que caracteriza a los fans respecto a la implicación personal o prácticas culturales? En cierto modo, esta es una pregunta que ha guiado mi investigación sobre *fandom* desde hace muchos años: ¿es *fandom* una identidad o un comportamiento? ¿Es lo que somos o lo que hacemos? Es evidente que estas dos cosas no pueden separarse fácilmente la una de la otra: lo que hacen los fans es la influencia de lo que los fans son, y viceversa. De hecho, en mi investigación he empezado a estudiar las prácticas específicas que podríamos definir como «de fans» sin necesidad de saber si los participantes son fans; por ejemplo, utilizando los sitios de medios sociales como Polyvore para crear trajes de personajes de televisión. Esta es sin duda una actividad que podríamos llamar propia de los fans, pero no sabemos si las personas que participan se llaman a sí mismos «fans». De manera opuesta, no estoy seguro de que podamos decir que todo lo que hacen los fans es propio de la participación del fenómeno fan. ¿Cómo se define el tipo de «productividad enunciativa» definida por Fiske (1992) cuando se escribe y se cuelga el material en la Red? ¿Es una productividad textual? ¿Es una productividad digital, como Matt Hills (2013) considera? ¿O es otra cosa?

Creo que la mayor parte de los investigadores de los fenómenos fan estudian sobre todo su producción cultural; es lo que ha guiado la investigación de los estudios de fans las últimas tres décadas. Sin embargo, una vuelta a los estudios

de la identidad personal sería muy justificada en investigaciones sobre los fans. Se han realizado algunos estudios ya. Sandvoss (2005) y Zubernis y Larsen (2012) han analizado el *fandom* como un tipo de identidad personal, y creo que hay un valor real en la exploración de estas diferentes formas de conceptualizar el *fandom*. Un *fandom* se vuelve más *mainstream*, y más popular, y más aceptado, y creo que más personas están identificando a los fans sin participar necesariamente en los comportamientos tradicionales que los estudios del *fandom* tradicionalmente han asumido.

Dicho esto, en mi investigación he tratado de buscar fuera de esta relación (identidad/comportamiento), ya que cualquier discusión binaria termina limitando el alcance del análisis. He tratado de «pensar de otra manera» (Gunkel, 2012). El *fandom* es a la vez más de una identidad y más de un comportamiento, y enfoques temáticos fuera de esta estructura reduccionista permitirán una investigación más productiva.

***Doctor Who* y *Star Trek* son dos fenómenos transmedia que han durado más de cincuenta años. ¿Qué añade el tiempo en la configuración de una identidad en el fan?**

El marco temporal de un programa en particular puede afectar significativamente al *fandom* como una identidad en comunidad y como individuo. Los programas de televisión que tienen una larga historia, más de cincuenta años, en el caso de *Doctor Who* y *Star Trek*—, poseen un *fandom* nostálgico, así como familiar. En mi investigación, he encontrado que los fans a menudo se introducen en *Doctor Who* a través de su familia: un padre o un hermano mayor que amaba la serie cuando eran más jóvenes, y son ellos quienes los convierten en un fan. Yo mismo he sido introducido en muchas series de las

que soy fan a través de algún familiar. La afición se convierte en generacional; en este caso, padres, abuelos y niños pueden todos estar unidos por una misma serie y creo que también contribuye a una sensación más familiar en las convenciones. Los fans interactúan como si fueran una familia –como con otros fans de la serie–. Los fans se vuelven como una familia.

También hay un cierto aire nostálgico en estas series de larga ejecución. Obviamente, los programas de televisión cambian con el tiempo, y así ver un episodio de *Doctor Who* de la década de 1960 es muy diferente de ver uno hoy –es un estilo completamente diferente de hacer televisión, actuación, antecedentes culturales, etc.–. En el *fandom* de *Doctor Who* hay un dicho tomado del exproductor John Nathan-Turner: «la memoria engaña» ya que la nostalgia puede desempeñar un papel en el entendimiento del apego de los fans. ¿Son los episodios tan buenos como los recordamos del pasado? Probablemente no, pero eso no significa que uno no tenga un vínculo emocional con ellos también. Creo que cada fan de una serie tiene un episodio en particular que le encanta, pero esto no está muy bien considerado dentro del propio *fandom*; la belleza de fans nostálgicos es que podemos reflexionar sobre nuestra conexión emocional con las series desde épocas pasadas.

Pero también existe una dificultad inherente en ser un fan de una serie televisión de larga duración, y es ponerse al día con la historia. Muchos fans nuevos que he entrevistado sobre *Doctor Who* y *Star Trek*, e incluso de series como *Supernatural*, han comentado la difícil tarea de tratar de «ponerse al día» en los episodios antiguos. Esto se hace aún más difícil con el *Doctor Who*, ya que muchos de los episodios más antiguos no existen ya (o, más bien, existen en forma de audio). En una era en la que estamos más propensos a ver

el maratón de una temporada completa en unos pocos días, puede parecer imposible ponerse al día con cincuenta años de historia. Pero aquí es donde la afición se vuelve muy importantes: los fans pueden ayudar a otros seguidores a negociar este terreno complicado, ya que diferentes episodios se vuelven más valiosos para ver y experimentar que otros. Los fans pueden recomendar algunos episodios que deben ver y cuales pueden omitir.

Al mismo tiempo, la naturaleza transmedial de muchos de estos textos de larga duración también presenta desafíos y oportunidades únicas. ¿Qué hacen los fans cuando se enfrentan no solo a cincuenta años de programa de televisión, pero también a una gran cantidad de novelas, cómics, DVD, extras, películas, juegos y muchos otros elementos que han sido puestos a la venta? En muchos casos, es casi imposible ponerse al día con todos estos elementos atrasados. Pero esto también significa que cada fan abraza su propio *fandom* de una serie desde una variedad de orígenes. Son muchas las maneras de «entrar en» una serie, y siempre hay la oportunidad de compartir esto con otros fans.

El tiempo juega otro papel importante en el *fandom* de series de televisión, y es el tiempo que dedican a mostrar su *fandom*. Esto está relacionado con la pregunta anterior. Pero la tecnología digital ha hecho el «tiempo» de ser un fan mucho más fácil de negociar —no se necesita mucho tiempo para buscar algunas ideas u opiniones de fans en Tumblr o Storify, por ejemplo—. Pero la devoción de los fans se puede medir de muchas maneras, y el tiempo que se necesita para crear memes o GIF originales, o viajar a convenciones para estar con los aficionados más jóvenes tiene un efecto en el mundo de los fans también.

La ciencia-ficción en televisión ha desarrollado grandes e intensos *fandoms* como *Doctor Who*, *Star Trek* o *Battlestar Galactica*. ¿Por qué crees que este género es tan proclive en generar fenómenos fan tan profundos?

Hay muchas teorías sobre por qué la ciencia ficción desarrolla fuertes audiencias de culto. Matt Hills, por ejemplo, sostiene que la ciencia-ficción tiende a tener una «hiperdiégesis», o una gran narrativa demasiado grande como para ser representada únicamente dentro de los límites de un solo texto mediático. Piensa en *Star Wars* con su universo de planetas y la historia política que se extiende mucho más allá de las siete (y seguimos contando) películas. O *Star Trek*, con una historia detallada tan vasta que es difícil de conceptualizar. Siguiendo a lo largo e indagando sobre los matices de su «hiperdiégesis», los espectadores se implican en la serie, y esta implicación genera un *fandom*.

Sara Gwenllian-Jones ofrece otra explicación de por qué estas series tienden a generar audiencias y fenómenos fan, y es la realidad virtual que se crea en la ciencia-ficción: tiende a mostrarnos un mundo que es como el nuestro pero diferente en su manera interpretativa. Que los fans vean este mundo como «posible» significa que pueden imaginarse a sí mismos allí, y luego pueden identificarse con ese mundo y generar contenido. Por supuesto, no se trata solo de que la ciencia-ficción pueda ser conceptualizada como la construcción de «realidades virtuales», pero la ciencia-ficción es conocida por este tipo de construcción narrativa.

Hay otras consideraciones importantes de la ciencia-ficción también. La ciencia-ficción se centra en la relación entre la tecnología y la humanidad, y para los fans a menudo es esta una preocupación central. Pero lo más importante, creo que

los mensajes subyacentes de la ciencia-ficción, la importancia de la humanidad en un mundo siempre cambiante y el papel fundamental que la ética, la moral y la emoción pueden jugar en nuestro futuro apelan al sentido individual del fan en el mundo.

Para mí, creo que los fans y las series de televisión de ciencia-ficción trabajan bien juntos, ya que ambos están haciendo cosas similares. En sus mejores expresiones, la ciencia-ficción trata de imaginar diferentes posibilidades. Nos habla de nuestro mundo a través de la lente de la convergencia tecnológica. ¿Nos dirigimos en la dirección correcta o en la dirección equivocada? ¿De qué manera nuestras decisiones afectan a las consecuencias de nuestras vidas? ¿Quiénes somos en un mundo de cambio en las concepciones profundas de lo «humano»? La ciencia-ficción nos presenta un mundo que refleja la posibilidad y la imaginación. Creo que los fenómenos fan hacen esto también, y es lo que ha sido investigado durante los últimos treinta años. Participar en el *fandom* nos permite ver posibilidades dentro de los textos televisivos que no habíamos considerado; escribir *fan fiction* nos permite hacer realidad esas posibilidades. No quiero decir que todo el *fandom* es feliz y despreocupado, de color de rosa y alegre. Lejos de ello, los fans pueden ser argumentativos y mostrarse enojados y antagónicos entre ellos. Pero en el momento de la comunión y la conexión con otras personas, los fenómenos nos muestra la comunicación humana; y en el trabajo creativo de los fans, los fans presentan posibilidades imaginativas que el texto original no permitía.

Dicho todo esto, es importante reflexionar que hay muchos fans por ahí que no son fans de la ciencia-ficción, y muchos de los espectadores de la ciencia-ficción que pueden

no considerarse a sí mismos fans por lo que es imposible ver esto como un simple ecuación.

Respecto *Doctor Who*, has discutido en tu ensayo «The changing faces of *Doctor Who* fandom: New fans, new technologies, old practices?» que las prácticas digitales pueden influir pero no monopolizar las prácticas de los fans. ¿Qué aspectos de sus prácticas digitales son relevantes? ¿Por qué las actividades offline de los fans son todavía importantes para generar una identidad propia de grupo en la cultura de la convergencia actual?

Para ese artículo, que escribí junto a Peter Kelly, entrevistamos a más de cien fans en una convención local en Chicago de *Doctor Who* para averiguar cómo las prácticas de los fans de hoy podrían diferir de las prácticas en el pasado. Teníamos curiosidad para investigar si ser fan hoy era diferente a ser fan en el pasado. Lo que era útil sobre este estudio de caso fue que *Doctor Who* es un programa de larga duración de televisión y a la convención asiste gente de todas las edades. La convención, Chicago TARDIS, cuenta con más de mil personas, desde jóvenes que solo acaban de comenzar viendo las últimas series con Matt Smith o Peter Capaldi a personas que han existido desde el principio. La mayoría de los asistentes más experimentados se crio en Estados Unidos, por lo que su primera exposición a la serie realmente se produjo en la década de 1970 cuando se emitió en PBS.

Lo que nuestra investigación demostró fue que la mayoría de los fans —jóvenes o mayores, hombres o mujeres— continuó la práctica de actividades de los fans offline más a menudo de lo que practican actividades de fans online. O,

más bien, que utilizan la tecnología digital para aumentar sus prácticas participativas, en lugar de confiar únicamente en ellas. Esto fue sorprendente para nosotros, ya que una suposición común entre muchos estudiosos (no solo de los fans, sino de los medios de comunicación en general) es que las personas se han desplazado a la utilización de la tecnología digital en exclusiva. Lo que nuestra investigación demostró es que los fans todavía se conocen en persona, utilizan *fanzines* y DVD, todavía tienen discusiones y todavía ven los episodios de la serie con los demás. Ellos pueden usar los medios sociales para organizar eventos o crear encuentros, pero la tecnología siempre estuvo subordinada a la fuerza del cara a cara real.

Aunque en nuestro artículo en realidad no lo discutimos mucho, creo que la razón por la que las actividades offline son tan importantes para la generación de identidades de grupo de los fans se debe a que la interacción social es muy importante para las comunidades de fans en general. Ciertamente, uno puede ser un fan solo, hay muchos aficionados de salón que pueden ver los episodios por su cuenta y en realidad nunca discutir con otros. Pero *fandom*, es decir, la comunidad de personas que se unen para compartir la emoción y las prácticas de su programa de televisión favorito, por definición tiene que ser social. Los fans se quieren reunir en formas más íntimas de las que permite la tecnología. Esto no quiere decir que la tecnología digital no sea abrazada por los seguidores y especialmente los fans que no tienen posibilidades de movilidad para verse en un cara a cara. La tecnología digital ha abierto realmente el mundo del *fandom* (como he discutido en *Digital Fandom*). Sin embargo, para muchos fans, el cara a cara es la mejor manera de interactuar con los demás acerca de su serie favorita.

Por último, me gustaría añadir que para muchos fans de una serie, el fenómeno fan sigue siendo algo que se oculta. Mientras que la cultura dominante puede haber abrazado algunos aspectos de los fenómenos fan, todavía hay muchos grupos de fans y *fandoms* que continúan siendo ridiculizados: grupos de fans femeninos, grupos de fans con comportamiento femeninos, *fandom* de textos de culto no convencionales, *fandom* de los textos culturalmente inapropiados, o *fandom* de textos tabú. El *slash fandom*,¹ por ejemplo, rara vez es aceptado en la cultura *mainstrain* y, a menudo, puede ser considerado como inadecuado. Los fans de este tipo de textos y prácticas difamadas pueden tener muy buenas razones para querer conocerse en persona. Se puede crear un espacio seguro para su *fandom* en lugar de hacerlo público.

1 Género de *fan fiction* en el cual se incluyen relaciones entre personajes de ficción del mismo sexo.