
Nuevos modos de expresión en la web: el feminismo en el *fandom* de Harry Potter

New discourses on the web: feminism in Harry Potter fandom

Marta Prego Nieto (1)

(1) Máster en Gestión de Información en las Organizaciones. Universidad de Murcia.
martapregonieto@gmail.com

Resumen

Las comunidades fan, o *fandom*, utilizan la web para crear nuevos contenidos a partir de productos mediáticos. En algunas ocasiones, este contenido ofrece discursos de temática política o relacionada con diversos movimientos sociales. De esta forma, los fans pueden expresar sus opiniones y preocupaciones. En el presente estudio se analiza contenido de temática feminista que los fans de Harry Potter postean en la plataforma *Tumblr*. Para ello, se lleva a cabo una triangulación entre dos análisis cuantitativos y un análisis crítico del discurso del contenido publicado y del perfil del fan. Por un lado, los resultados permiten saber cómo se relaciona el consumidor con la obra original y, por otro, también se analizan discursos hegemónicos y contra hegemónicos sobre feminismo presentes en las comunidades fan.

Palabras clave: Feminismo, Post-feminismo, Comunidades fan, Cultura participativa, Activismo online.

Abstract

Fan communities, or fandom, use the web to create new content from media products. In some cases, this content offers speeches with political themes or related to various social movements. In this way, fans can express their opinions and concerns. This study analyzes feminist-themed content that Harry Potter fans post on the Tumblr platform. For this purpose, a triangulation between two quantitative analyses and a critical discourse analysis of the posted content and the fan's profile is carried out. On the one hand, the results allow us to know how the consumer relates to the original work and, on the other hand, we also analyze hegemonic and counter-hegemonic discourses on feminism present in the fan communities.

Keywords: Feminism, Post-feminism, Fandom, Participatory culture, Online activism.

1. Planteamiento de la Investigación

En la siguiente investigación se van a analizar los contenidos producidos por fans de Harry Potter en la plataforma *Tumblr* que incluyan referencias al movimiento feminista. La definición más aceptada en el campo de los estudios sobre fans es la propuesta por Henry Jenkins en su libro *Convergence Culture*. Para él, los fans son “el segmento más activo del público mediático, que se niega a aceptar sin más lo que dan e insiste en su derecho de participación plena” (Jenkins, 2008, p.137).

Esta “participación” en la saga original se lleva a cabo por distintos mecanismos textuales y sociales que acaban conformando una “cultura propia”. Es decir, los fans reciben el mensaje mediático y utilizan sus propios mecanismos para crear nuevos elementos que acaban formando parte de la saga original (Fiske en Torti & Schandor, 2013). Esta cultura propia se va creando por distintos niveles de unión – *engagement*– a la saga en los que podemos encontrar, siguiendo la propuesta de Grandío (2016), cuatro niveles: (1) fans buscadores extra textuales, que saldrán del producto mediático ‘puro’ para conseguir más información; (2) fans participativos-conversadores, que comentarán sobre el mismo en distintas plataformas digitales; (3) fans participativos-creadores, de donde surgirán nuevos contenidos y (4) fans participativos-activista, que llevan a cabo acciones organizadas entre ellos.

Con la llegada del mundo digital, se abre un gran campo de posibilidades para los fans para llevar a cabo sus acciones. Se unen en comunidades conocidas como *fandom* (contracción de la palabra *fan* y *kingdom*). A los participantes más activos de la cultura popular se les conoce como *prosumers* (la contracción entre el término *producer* y *consumer*). Los fans de Harry Potter son conocidos como *potterheads* y, actualmente, representan uno de los *fandom* más potentes del panorama mediático. La saga mediática cuenta con unos elevados niveles de venta en libros y películas, y son los fans con mayor participación en las páginas para comunidades fan como *fanfiction.com*.

La plataforma *Tumblr* está considerada un *tumblog* o plataforma donde se encuentran distintas formas de mensaje -vídeo, imágenes, etc. Desde el punto de vista político, *Tumblr* es uno de los lugares más importantes del activismo social en línea. Esto se debe a diversas características que facilitan la creación

de un espacio de lucha política como la alta tasa de respuestas en los mensajes, la facilidad para entablar conversaciones entre varios usuarios y su posibilidad de expresarse en varios formatos (Connely, 2015).

El *fandom* siempre se ha estudiado como un fenómeno comunicativo y con gran peso en la industria mediática. Los *fan studies* surgen en los años 90, en los Estados Unidos, y podemos ver cómo los fans empiezan siendo vistos de forma escéptica intentando las empresas ilegalizar sus prácticas para acabar siendo considerados colaboradores de la industria cultural (Jenkins, 2008).

Al principio, se quiere estudiar el comportamiento creativo de fans en una cultura convergente entre medios y audiencias. Posteriormente, este término ha ido creciendo y, en la actualidad, nos referimos a una cultura transmedia o *spreadable* donde el intercambio de contenido entre espectadores e industria acaba afectando a todas las etapas comunicativas (Jenkins et al. 2013). Actualmente, y con treinta años a sus espaldas, este tipo de estudios se encuentran en un nuevo renacimiento donde se incorporan perspectivas renovadas y nuevos paradigmas. Por ejemplo, a tradición hispano parlante apuesta por nuevos enfoques como “la educación mediática y el *fandom*, la representación de la discapacidad en los *fanworks* o [...] el *fandom* desde la perspectiva de género y el *fandom* tóxico” (Guerrero-Pico, Establés, & Masanet, 2017, p. 848).

1.1. Objetivos y modelo de análisis

Nuestra investigación se centra en dos objetivos principales.

El primero, conocer la identidad del fan con respecto al género, identificando sus preocupaciones al respecto y analizando sus procesos de construcción. El segundo es saber cómo se muestra el feminismo en el *fandom*. Para ello se quiere analizar los discursos encontrados y situar en qué corriente del movimiento feminista se encuadran los fans.

A partir de estos objetivos surge nuestro modelo de análisis que cuenta con las siguientes hipótesis:

H.1. El/la *prosumer* va a mostrar una identidad marcada por una mayor sensibilización hacia los temas de género.

H.2. Los contenidos transmedios propios de la cultura mediática potencia procesos de resignificación feminista dominantes y no dominantes.

H.3. De las tres propuestas planteadas por Stuart Hall en su artículo '*Encoding-decoding*', la postura ejercida por el fan será la de negociación.

H.4. El principal uso/interpretación que el fan realiza de las relaciones hombre-mujer será el romántico.

Para comprobar las siguientes hipótesis, se realizará una triangulación entre un análisis cuantitativo y un análisis crítico del discurso cualitativo.

1.2. Justificación

Una de las motivaciones principales del presente trabajo es acercarnos a la realidad de ese "fanático" que, desde *nicks* y perfiles, decide escribir sobre su saga favorita. Normalmente, los estudios sobre fans o *fan studies* se han centrado en el proceso comunicativo y cómo el contenido llega a distintas etapas en la industria mediática. Se sobreentiende que el fan es un individuo activo con preocupaciones de creación y liderazgo social. En este estudio, queremos abordar de una manera empírica ciertos aspectos sobre el *prosumer* para acercarnos a un perfil socio demográfico del mismo.

Esta preocupación también encuentra una cabida de carácter político. No queremos, simplemente, centrarnos en la relación con el contenido sino también, al analizar un mensaje feminista, alcanzar un nuevo punto de vista de este movimiento. Esto nos lleva al segundo objetivo de nuestro trabajo, conocer cómo se muestra el feminismo en las producciones online de un público al que sobreentendemos como joven. Los fans activistas son un ejemplo más de esta nueva realidad y su estudio puede aportar luz en esta rama del conocimiento.

Nuestra investigación se enmarca tanto dentro de los estudios de fan como en los estudios sobre género. Estos últimos, en una década donde el entorno digital ha incidido de manera radical en los movimientos sociales y donde los límites entre esfera pública y privada se entremezclan, se encuentran en eterno cambio. Nuevos conceptos y teorías aparecen y desaparecen a un ritmo mucho más lento que el desarrollo de estos movimientos sociales.

Esto nos lleva a la última idea y motivación principal de nuestro trabajo. Las ciencias sociales, especialmente los estudios sobre comunicación

social, no pueden ser entendidas como ajenas a la actualidad político-social sino que tienen que ayudar a avanzar en una sociedad más libre e igualitaria. Los movimientos sociales feministas no sólo están en la calle sino en las páginas webs, plataformas sociales y titulares de medios de comunicación. Por lo tanto, es indudable que también tienen que ser parte de los estudios académicos.

2. Nuevos modos de expresión en la web: el activismo on-line feminista

La web ofrece infinitud de opciones para expresar discursos de matiz político e ideológico. Al principio de su surgimiento, en los años 90, tanto los académicos como los periodistas de actualidad analizaban las opciones que la misma ofrece. Scolari (2009) resume los estudios de estos años en dos grandes corrientes: los estudios sobre cibercultura y los *internet studies*. En los primeros, el objeto y foco de atención, se situaba sobre los internautas y sus prácticas on-line. Autores como Lev Manovich, Tim Berners-Lee o Sheryl Turkle son pioneros en su análisis (*idem*). Los *internet studies* surgen a principios del siglo XXI con el crecimiento de la web 2.0, entorno donde la creación de contenidos por parte de los usuarios se facilita enormemente. Autores como Marshall u O'Reilly, provenientes de distintas ramas académicas, reelaboran las metodologías y teorías de la comunicación digital (*idem*).

2.1. El activismo online, un acercamiento

Las expresiones presentes en la web sobre temas políticos o ideológicos son diversas y variadas. Cuentan no sólo con diferentes matices, sino que, además, tienen distinta repercusión en el mundo offline. El peso de las herramientas de comunicación digital en movimientos sociales ha sido estudiado en distintos momentos como el 15-M, *Occupy Wall Street* o la primavera árabe. En este caso, las redes sociales o plataformas on-line permitieron la unión de una masa ciudadana con sentimientos parecidos - ansiedad e ira - cuya 'comunicación socializada' les ayudó a paralizar el miedo (Castells, 2012). ¿A qué se debe esto? Según el estudio realizado en 2010 por el sociólogo Michael Willmott en la Universidad de Michigan "el uso de Internet empodera a la gente aumentando sus sentimientos de seguridad, libertad personal e influencia" (en *idem*, p. 223).

En estos casos, hablamos de cómo las herramientas de comunicación digital *ayudan* al desarrollo de movimientos sociales o políticos que se contextualizan, posteriormente, en una esfera física. En los estudios sobre movimientos

sociales online se intenta averiguar si permiten configurar una nueva esfera pública en nuestros días. La esfera pública emerge en el siglo XVII en Europa, por medio de la capacidad de difusión de la imprenta y los periódicos. En el siglo XX, la radio consiguió ampliar esta barrera y dar voz en la opinión pública a quienes antes no tenían ningún acceso. ¿Y hoy en día? Las comunidades virtuales pueden ser el siguiente punto en esta ampliación de la participación a las clases populares (Lévy, 2007).

Si seguimos el paradigma de James Carey (1989), que establece que la comunicación puede ser entendida como un fenómeno de transmisión o como un ritual simbólico, vemos cómo la comunicación puede ser decisiva a la hora de construir comunidades de debate online.

Sin embargo, no todas las aplicaciones de las plataformas digitales son positivas en la esfera pública. La nueva conectividad da pie a un sentimiento de ansiedad continua entre los usuarios -especialmente los más jóvenes- y muchas veces eso les aparte del mundo real y de los problemas políticos actuales (Turkle, 2017).

Muchas de las acciones que se llevan a cabo en la web, responden a un compromiso mínimo, como firmar una petición de Change.org o hacer retweet, sin que esto signifique una implicación real en cuestiones públicas (Cáceres, Brändle y Ruíz San-Román, 2013).

2.2. El *fandom* activista

Como ya hemos comentado anteriormente, en estos últimos años los estudios de fans tienden a buscar nuevos paradigmas y perspectivas renovadas. El motivo de esta ampliación del campo de estudio tiene una explicación clara: los fans cada vez se integran más en los movimientos sociales. Si seguimos los distintos niveles de *engagement* propuestos por Grandío (2016) observamos que la última etapa está dedicada al fan activista, que llevan a cabo acciones organizadas entre ellos. Pero, los fans se organizan activamente para responder no sólo a las preocupaciones de su saga sino también del mundo real (Brough & Shresthova, 2011).

Hay que comprender que los fans entienden el texto de origen como la base de una historia a desarrollar. Por lo cual, incorporan su ideología en sus propias creaciones (Hodges & Richmond, 2011). De esta manera, sería obvio aceptar que aparezcan discursos de matiz social o político aunque esto no ocurra en la saga original.

2.2.1. Ejemplo de fan activistas organizados: "El síndrome de la lesbiana muerta" y *The Harry Potter Alliance*

Los fans de la serie *The 100* se rebelaron por la muerte de una de sus protagonistas apelando al "Síndrome de la Lesbiana muerta". Según esta teoría, creada por espectadores, un personaje LGTB+ siempre tiene una función específica en el relato ficcional y, cuando este termina, muere dramáticamente. En este caso, Lexa (el personaje) fallece, fue una breve experiencia homosexual de la protagonista que, tras su muerte, continúa con la relación heterosexual primera. Aunque el movimiento fue orquestado contra la productora, el discurso subyacente era una lucha contra estereotipos heteronormativos en la ficción. (Guerrero-Pico, Establés & Ventura, 2017).

Los fans de Harry Potter decidieron llevar al último nivel el activismo fan y crear la plataforma *Harry Potter Alliance*. Esta plataforma se inspira por los personajes de la obra original y, lo que ellos consideran, el mensaje de Harry Potter. De esta manera recogen proyectos que aúnen aspectos de contenido de Harry Potter y busquen justicia social, como puede ser el matrimonio igualitario o la educación de mujeres, y los agrupan en una página web para que otros fans puedan colaborar (Brough & Shresthova, 2012). Estos mismos fans consideran que su manera de hacer activismo es "por medio de una cultura creativa y colaborativa que solucione los problemas del mundo" («What We Do», s. f.)

2.3. Feminismo fan

A la hora de desarrollar los distintos aspectos feministas de manera teórica, se utiliza el paradigma de las "tres olas". Esta forma de organizar los distintos movimientos sociales con respecto a la discriminación por género conjugan un orden histórico-cronológico -las tres olas surgen de manera separada en el tiempo- con otra organización temática -las tres olas continúan existiendo independiente de la aparición de otras, ya que se ocupan de distintas discriminaciones.

En la primera ola, comprendida entre 1840 y 1925, se consiguieron derechos fundamentales para la mujer como el de voto, libre expresión y entrada al trabajo asalariado. En la segunda ola, que surge a partir de los años 60, se produjo la expansión del feminismo como lucha política y movimiento social, reclamando distintos derechos, desde la igualdad salarial con hombres -feminismo liberal - hasta la lucha por la igualdad racial. En la tercera ola, surgida en los años 90, encontramos distintas agendas

políticas en las que se busca que nadie se quede fuera, principalmente se basan en introducir la teoría política a las prácticas diarias al mismo tiempo que *celebran* la realidad de ser mujer (Wood, 2012).

2.3.1. Contexto feminista en la actualidad

En la actualidad, la utilización de la web y la importancia de la cultura popular también inciden de forma activa en el desarrollo del movimiento feminista. En los estudios feministas más recientes, una discusión que se intuye es la aparición de una nueva etapa en la clasificación feminista. Encontramos autoras que incluyen una cuarta ola del estudio feminista (Trier-Bienik, 2014) mientras que otras se refieren a una etapa post-feminista (McRobbie, 2004).

La acepción del “post-feminismo” encuentra una gran cantidad de nexos de unión con la cultura popular y, por ende, con la expresión en la web por parte de los usuarios más activos. Según Figueras-Maz, Tortajada Giménez y Willem (2017), el post-feminismo se basa en niveles estéticos y populares, incluyendo preocupaciones como el género, pero sin una base teórica que lo sustente, por lo que, al final, se nutre de muchos aspectos de la ficción de nuestros días.

Autoras menos críticas, como Trier-Bienik (2014), hablan de la *cuarta ola feminista*, para referirse a una generación de mujeres que ya han crecido con el feminismo en la cultura popular y tratan de adaptar intentando sortear ciertas contradicciones. Por lo tanto, justificaría, la falta de base teórica que se le achaca alegando a la dificultad que encuentran en intentar desarrollar la lucha en nuestra sociedad. Las implicaciones del mundo capitalista actual hacen que las realidades de trabajo y económicas empiecen a pesar en la forma de relación entre hombres y mujeres. El “ideario feminino de antaño” tiene poca cabida en nuestra sociedad y esto se refleja en la ficción mediática. Actualmente, se habla de la representación de una etapa “post-patriarcal” en la que el género no es el único motivo a discriminar (Castells y Subirats, 2007).

2.3.2. Estado de la cuestión sobre fandom y feminismo

En las comunidades fan, siempre ha habido una importante presencia de mujeres. Autores como Henry Jenkins, siempre ha visto a estos como lugares eminentemente femeninos y de identificación *queer*. Esto nos lleva a unas comunidades donde la representación femenina y de minorías en materia de género no sólo es

mayor sino, además, más rica y variada (Torregrosa-Carmona & Rodríguez-González, 2017). Los motivos para que esto ocurra son difíciles de establecer, aunque sí puede ser que el anonimato de la web sea visto como un aliciente para las mujeres a la hora de expresarse.

En cierto modo, si establecemos que lo masculino siempre ha estado en un lugar central en las narrativas, las comunidades de la web son el lugar perfecto para expandir los detalles y los márgenes que se obviaban de las mujeres en la dicción (Salazar Rodríguez, 2015). Si estas comunidades fan encuentran una mayoría femenina, ¿qué relación habrá entre movimientos feministas y *fandom*? Las publicaciones académicas al respecto son mínimas si tenemos en cuenta la importancia que los estudios sobre fans tienen en comunicación. Sin embargo, sí que se aprecia un crecimiento en los últimos años al respecto (Prego Nieto, 2018).

En estos estudios, podemos comprobar cuáles son los aspectos feministas que más se introducen en las comunidades y producción de los fans. La importancia a la *sisterhood* -o hermandad entre hermanas- o transformar todos los aspectos de la vida en hechos políticos (Cofield & Robinson, 2016) junto a las opciones de “jugar con nuestro género” (Stabile, 2014) son algunos de ellos.

El trabajo de Salazar Rodríguez (2015) destaca cómo los *fandom*, por su gran y amplio concepto, pueden recoger diversas posturas con respecto a la mujer: dándoles, por un lado, la posibilidad de generar productos a su gusto pero, por otro, llegando a banalizar sus gustos. Muestra de ello sería el carácter peyorativo de la palabra *fangirl*.

3. Metodología

El análisis escogido para nuestro trabajo es un análisis de contenido que discurre entre dos esferas, una que se centra simplemente en el lenguaje y otra que encuadra el objeto de estudio en un contexto social concreto (Paveau, 2008). Esta segunda acepción será clave ya que permitirá obtener resultados mucho más completos y complejos que si nos centramos sólo en el lenguaje textual. Por este mismo motivo, se va a combinar un análisis cuantitativo con uno de carácter cualitativo.

3.1. Corpus de análisis

Para obtener nuestro corpus hemos seleccionado los blogs que, en la plataforma

Tumblr, versen sobre feminismo y Harry Potter. Para ello, se ha hecho uso del buscador que ofrece la plataforma y se ha recuperado información a partir de las siguientes palabras claves: (1) Harry Potter feminism, (2) Harry Potter feminist, (3) feminist potter, (4) feminism potter, (5) feminist potterhead y (6) feminism potterhead. El resultado ha supuesto trece blogs.

La plataforma *Tumblr* se caracteriza por tener un contenido bastante heterogéneo, por lo que no todo lo publicado tiene por qué ser relevante para nuestro estudio. Por esta razón, se ha optado por revisar individualmente todos los *posts* publicados y concretarlos a aquellos que hablen tanto de Harry Potter como de feminismo o que muestren discursos feministas con elementos de la saga. El corpus de análisis y de estudio está conformado, a fecha cuatro de abril de 2018, por setenta publicaciones.

3.2. Análisis cuantitativo

Con el objeto de responder de la mejor manera a los objetivos establecidos, se ha optado por utilizar dos hojas de análisis: la primera, se centrará en el autor del blog mientras que, la segunda estudiará el contenido.

3.2.1. Análisis sobre el autor

En este análisis se quiere establecer un perfil del fan y del blog que publica. Para ello, se cuestionan variables como edad, año de creación del blog, si éste sigue siendo activo o no, o el lugar de procedencia. Pero, lo que realmente nos preocupa en este análisis es conocer cómo se identifica al fan con respecto al género y al movimiento feminista. Para ello se quiere saber si se identifica con un género, binario o no (1), la orientación sexual o si se define como feminista o con algún movimiento político en concreto.

Variable	Categorías
Identificación del blog	Número de uno al trece
Año de creación	Año
Nombre del autor	Nombre
Género del autor	Femenino Masculino No binario, ¿cuál? Otro género, ¿cuál? No identificable
Edad del autor	Edad, no identificable
País, zona geográfica	País/zona, no identificable

Orientación sexual	Heterosexual, Homosexual, Bisexual, Otra sexualidad No aparece
Religión	Establece, ¿cuál? No establece
Identificación política	Liberal, centro, socialista, comunista Otra No establece
Identificación como feminista	Sí No establece
Identificación raza, etnia	Sí, ¿cuál? No establece

Tabla I. Hoja de análisis sobre el autor. Elaboración propia.

3.2.2. Análisis sobre el contenido

Para analizar el contenido que publican los fans con motivo feminista, en análisis cuantitativo es la primera aproximación acerca de los discursos u opiniones que se viertan sobre el mismo.

Categorías	Variables
Corriente feminista	1ª ola 2ª ola 3ª ola Post-feminismo
Movimiento feminista	Indicar
Contexto	Patriarcal Post-patriarcal No establece
Relación con el contenido original	Acepta Negocia Rechaza
Personaje femenino	Aparece No aparece
Opinión sobre el feminismo	Positivo Crítico Otra: indicar No consta
Contenido Original	Sí No

Tabla II. Hoja de análisis sobre el contenido. Elaboración propia.

Por ello, se busca contextualizar a nivel teórico (corriente feminista) y político (movimiento feminista), a la vez que se estudia su contexto. La relación que el fan tenga con el contenido original de la obra se analizará mediante el modelo propuesto por Stuart Hall en su artículo *Encoding, decoding*. Aquí, identificaba tres

posiciones por las cuál el lector se podía posicionar a la hora de consumir un discurso mediático. (1) Una postura que acepta el mensaje, (2) otra que lo niega completamente y (3) la última, que negocia su significado dándole nuevos valores (Hall, 2004).

3.3. Análisis crítico del discurso

El Análisis Crítico del Discurso (a continuación, ACD), puede ser entendido como metodología y como enfoque teórico. Es un método de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente “el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidas” (Van Dijk, 1999, p. 23).

Aplicar el ACD en nuestro estudio nos propone nuevos retos. Esta metodología cualitativa se suele implementar en textos periodísticos o mediáticos, en los que los niveles de poder suelen estar bastante establecidos. Realizar un ACD en discursos que, al provenir de los fans, no pueden ser considerados mayoritarios ni dominantes. Para nuestra metodología, hemos utilizado la desarrollada por Pineda, García Jiménez y Rodrigo Alsina (2014) cuando estudiaron la interculturalidad presentada en el medio televisivo. En este caso, utilizaban dos niveles: (1) el “macro” donde se distinguen los discursos generales y (2) el “micro”, donde se analiza cómo se presentan los sujetos y su relación entre ellos.

En nuestro estudio, en el nivel “macro” identificaremos los distintos discursos sobre feminismo encontrados mientras que, en el “micro”, se va a analizar cómo se construye al personaje femenino y su relación con el masculino, las acciones que presenta cada uno de ellos, y bajo qué tipo de relación se encuadran: romántica, amistad, etc.

4. Resultados

En primer lugar, presentamos los datos que muestran las dos hojas de análisis cuantitativos. Posteriormente, se presentarán los discursos que se han inferido del ACD. Estos discursos, se han analizado desde los ámbitos “macro” del tema sobre el que traten y “micro” sobre las relaciones entre los distintos sujetos que se presenten en el discurso.

4.1. La identidad del fan

Los datos obtenidos tras el análisis realizado sobre los perfiles de autores de los blogs no aportan el contenido que, en un principio, se podía esperar. Esto nos lleva a una primera

conclusión clara: el fan se sigue escondiendo bajo los avatares online y, aunque muestra sus preocupaciones, no postea sobre datos de su persona individual como edad, zona geográfica

De los trece blogs, sólo tres se identifican directamente con el género femenino, y uno de ellos está conformado por un equipo tanto de mujeres o de hombres. En el resto, no se hacía referencia al género y no había ningún caso donde se hablara de un género no binario.

Del resto de variables sobre las que nos preguntábamos, una de ellas sí que ofrecía resultados claros. Del total de trece blogs de la plataforma, en diez de ellos aparecía una referencia a la inclusión de los autores en el movimiento feminista. El fan ofrece muy poca información respecto a su esfera más íntima y, aunque se posicione desde una corriente de activismo, lo hace desde un lugar anónimo. Pero no sólo es eso, sino que tampoco aporta respecto a sus preocupaciones u opiniones desde el perfil de la plataforma digital.

Eso permite inferir otra respuesta: el fan se expresa mediante el contenido publicado en su blog. Cede la palabra y su disertación a la ficción y al contenido mediático

4.2. El feminismo en el *fandom* de Harry Potter

4.2.1. ¿Cómo es el contenido publicado por los fans?

Una de las cuestiones en las que incidimos era saber si los *posts* estaban creados por el usuario o, por el contrario, se trataba de contenido compartido de otros usuarios o páginas web.

En los estudios sobre convergencia fan, siempre se ha pensado en la figura del *prosumer* como alguien activo y con una gran iniciativa creadora, sin embargo, siempre se tiende a afirmarlo sin el apoyo de unos resultados específicos. En nuestro estudio, esta hipótesis se corrobora ya que 74,3% del contenido es original frente a un 25,7 que proviene de otras páginas.

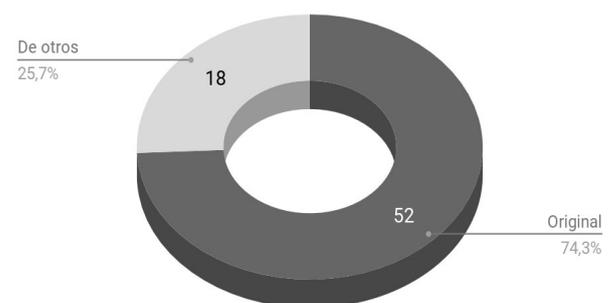


Figura 1. Tipo de contenido por autoría. Elaboración propia.

En esta misma esfera, queremos ver cómo se relaciona el autor del contenido con la obra original. Siguiendo el modelo ya explicado de Stuart Hall, comprobamos que más de la mitad del contenido analizado acepta el discurso de la saga principal, un 29 % lo rechaza y, tan sólo un 15'9%, negocia con él mismo. En este caso, estamos ante fans que crean discursos feministas pero aceptando el contexto dado por la autora de la obra original.

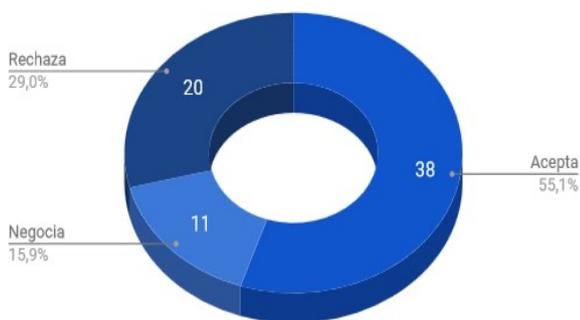


Figura 2. Relación con el contenido original siguiendo el modelo de Stuart Hall. Elaboración propia.

4.2.2. Feminismo fan en Harry Potter

Para poder contextualizar el contenido producido por los fans, se ha escogido la clasificación de "tres olas" más post-feminismo. La mayoría de contenidos publicados por fans, un 68.6%, pertenece a la llamada tercera ola. En segundo lugar, 20 %, a la segunda mientras que el post-feminismo recoge un 10% de la producción fan.

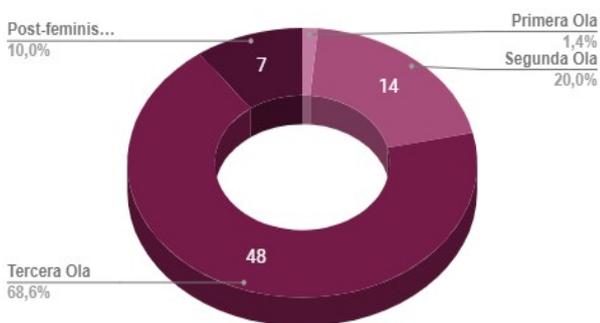


Figura 3. Corriente feminista. Elaboración propia.

Se intentó ampliar esta clasificación, indicando también a qué movimiento feminista pertenecía cualquiera de los contenidos como, por ejemplo, si se trataba de feminismo multicultural, liberal,

socialista, etc. La realidad ha mostrado que muchos de los contenidos juntan diversos movimientos en el mismo texto, y la gran mayoría hacen referencia a elementos ficcionales que no pueden ser clasificados.

Aunque un 78'6% de los contenidos contextualiza su contenido en un sistema patriarcal clásico, encontramos un naciente 20% en el que sí podemos apreciar rasgos de ese posible nuevo escenario post-patriarcal. Aquí, las diferencias entre hombres y mujeres empiezan a desaparecer y la desigualdad se conforma en otros aspectos.

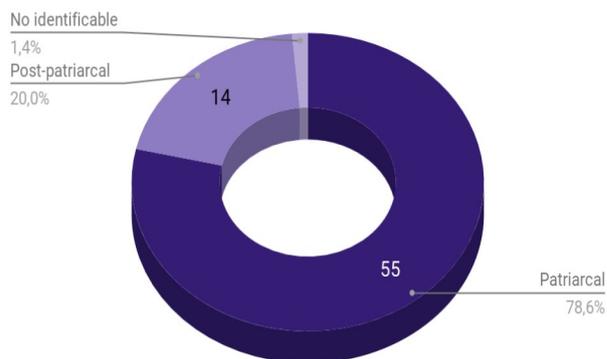


Figura 4. Contexto. Elaboración propia.

A la hora de preguntarnos la opinión del fan frente al feminismo, queríamos conocer si aceptaba sin más los discursos feministas hegemónicos o, si por el contrario, criticaba o se cuestionaba al respecto.

En el 82'9% de los casos no consta ninguna opinión directa sobre el feminismo. En el 17'1 % restante apreciamos nueve objetos en los que se emite una opinión positiva, dos en la que es neutral y sólo una en la que se aprecia un matiz crítico.

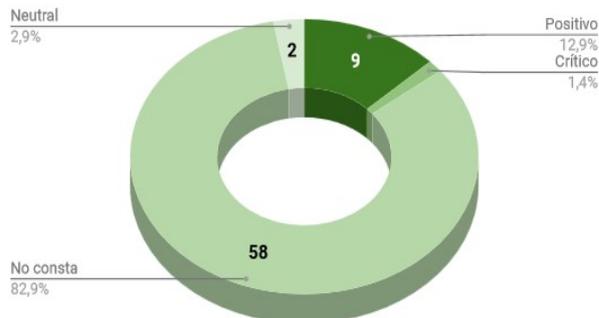


Figura 5. Opinión sobre feminismo. Elaboración propia.

Otra de las cuestiones básicas cuando queremos acercarnos a una lectura feminista de productos mediáticos es saber qué papel tiene la mujer en los mismos. En un 76,7% de los contenidos sí aparecía alguna mujer.

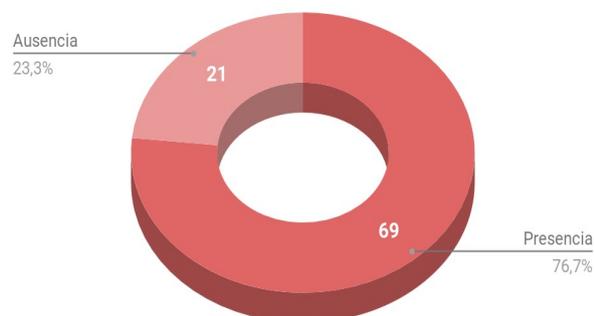


Figura 6. *Presencia de personajes femeninos.*
Elaboración propia.

4.3. Discursos sobre feminismo en el *fandom*

Los fans de Harry Potter elaboran cinco discursos generales respecto al feminismo en el contenido analizado. Estos discursos muestran distintas visiones sobre el feminismo como movimiento social y marco teórico:

El feminismo como lucha contra los estereotipos de género. En este discurso se reclama la importancia de la realidad, masculina y femenina, frente a distintos estereotipos presentes en la cultura popular. Los estereotipos de género se definen como características que se prescriben a hombres y mujeres de manera diferencial. Es decir, no se conforman con describir lo que haga o no cada género, sino que son ideas sociales que influyen en el comportamiento individual (Oberst, Chamorro, & Renau, 2016).

El feminismo como cuidado del débil. Los cuidados han sido reclamados en la tercera ola y en el post-feminismo como algo a valorar positivamente por parte de la mujer. En otros movimientos feministas, como el liberal o el *radfem*, sin embargo, se rechazan por replicar el estereotipo de lo femenino como fuente de cuidados. En el contenido publicado por el *fandom*, estos cuidados no se interpretan como responsabilidad única de la mujer, sino que también se valoran en hombres. Nacen, por lo tanto, de una relación de igualdad entre individuos.

El feminismo establece una lucha contra un contexto social-cultural definido como patriarcado. Por lo tanto, la lucha feminista debe revisar todas las prácticas sociales y culturales que realizan tanto hombres como mujeres.

El feminismo como realidad intercultural. En este discurso se dice que el feminismo ha de ser interseccional, es decir, que encuadre movimientos no dominantes, y que represente a todas las razas, sexualidades o géneros (incluida la masculina). Se reclama que el feminismo no esté meramente dedicado para mujeres blancas, heterosexuales y occidentales, sino que se da protagonismo a otras realidades raciales, de identidad de género y sexualidades. Esto nos indica un rechazo de los discursos feministas hegemónicos y una apertura en el plano social.

El feminismo debe reclamar la importancia de personajes femeninos en la ficción, para que estas tengan protagonismo y que sean tratados del mismo modo que a los masculinos en la cultura popular. Una parte relativamente importante del contenido no ha podido desarrollar un discurso claro ya que se basan en referencias académicas a autoras o personajes feministas históricos, reflexiones meta-feministas o producciones con un simple carácter estético. Esto no debe extrañar, debido a que nuestro análisis se establece de un corpus bastante complejo.

4.3.1. ¿Cómo se presenta a los personajes femeninos en el contenido de los fans?

Para presentar a la mujer en el contenido estudiado, nos hemos interrogado sobre tres aspectos: en primer lugar, ¿cómo se define quién es o no mujer? En segundo, ¿qué relación tienen estas con los hombres? Y, por último, ¿cómo y cuáles son las acciones que ambos géneros realizan?

A la hora de presentar a los individuos protagonistas del discurso, los estudios de Van Dijk en el campo del ACD adelantaban que se seguía el modelo de enfrentar un ellos (grupo externo) contra nosotros (grupo interno). Es decir, se definiría como mujer a toda aquella que no pertenezca al grupo “no-mujer”. En este caso, hilando un poco más fino, y en este ámbito, se puede llegar a distinguir al grupo interno como mujeres que sufren discriminación frente al ellos, aquellos que discriminan.

En nuestro corpus, se repite esta tendencia distinguiendo varias contraposiciones: (1) el “nosotras”, que incluye a las mujeres, contra el “ellos”, conformado por los hombres, (2) siguiendo el discurso del feminismo como realidad intercultural encontraríamos el “nosotras”, mujeres de culturas, razas o nacionalidades discriminadas frente al “ellos y ellas” que serían opresores, (3) por último, siguiendo el primer discurso, también se enfrentarían a las mujeres reales (“nosotras”) frente a los estereotipos provocados por la

cultura popular y a las mujeres que los contienen (“ellas”).

Otra forma de definir a la mujer también es completamente distinta al modelo “ellos-nosotros” del ACD. Aquí se entiende que la representación de la mujer también es una miscelánea de razas, etnias y nacionalidades donde lo importante son las acciones positivas que de ellas surjan. La relación entre hombres y mujeres también era una de las cuestiones que establecíamos en nuestros objetivos e hipótesis. No en todos los contenidos analizados aparecían hombres y mujeres en el mismo plano, o con una relación entre ellos. En el caso positivo, encontramos distintas opciones que van desde relaciones románticos a compañeros de clase u oficio, también amistad. Estas relaciones están especialmente definidas por las acciones que realizan y, sobre todo, sobre quién realiza la acción.

En el discurso basado en *la lucha contra los estereotipos*, son otros (ellos, en cualquiera de las variantes ya explicadas) los que atribuyen a las mujeres los prejuicios. Estas son vistas solamente como víctimas que sufren las acciones negativas. Esto también sucede en el caso de los *cuidados*. Son los hombres los que los ejercen sobre los más débiles, mujeres en este caso. Otra vez, es el hombre el que realiza la acción -que puede ser positiva o negativa- mientras que la mujer espera y recibe o bien los cuidados o bien el maltrato.

En el discurso que establece al *patriarcado como una estructura social y cultural*, las mujeres sí que toman acciones determinados. En este caso, aparecen personajes que femeninos que bien colaboran con el patriarcado o luchan contra él, pero que son individuos con acción propia.

En el discurso que se refiere al feminismo como reclamo de la importancia de personajes femeninos frente a masculinos, la mujer puede realizar acciones negativas cuando se construye frente a diversos estereotipos. Lo que se diferencia del primer discurso es que aquí los personajes femeninos no reciben simplemente las discriminaciones y las sufren, sino que son ellas las que las escogen. Nos encontramos, entonces, como mujeres a las que se les describen como “manipuladora, mentirosa y cotilla”. También se establece que hay “tipos de mujer”, una que se deja llevar por los prejuicios y otra que quiere cambiar esa realidad.

En este caso encontramos un hecho bastante remarcable y que se puede replicar al hacer la

distinción entre mujeres reales y mujeres estereotipadas. Se establece que aquellas que se comportan con actitudes entendidas como femeninas – cotillear, llorar o murmurar - están peor consideradas, aunque decidan o realicen estas acciones con total libertad.

5. Conclusiones y discusión

Consideramos que el estudio realizado satisface los objetivos planteados, permitiéndonos comprobar si las hipótesis planteadas eran ciertas o no: contamos con dos hipótesis comprobadas, una refutada y otra a la que sería muy complicada dar respuesta. En resumen:

H.1. El/la <i>prosumer</i> va a mostrar una identidad marcada por una mayor sensibilización hacia los temas de género.	Sin responder
H.2. Los contenidos transmedios propios de la cultura mediática potencia procesos de resignificación feminista dominantes y no dominantes.	Confirmada
H.3. De las tres propuestas planteadas por Stuart Hall en su artículo ‘ <i>Encoding-decoding</i> ’, la postura ejercida por el fan será la de negociación.	Refutada
H.4. El principal uso/interpretación que el fan realiza de las relaciones hombre-mujer será el romántico.	Confirmada

Tabla III. *Elaboración propia.*

La identidad del fan aún sigue siendo un terreno donde se necesita más investigación, pero analizar todos los resultados en números o cifras nos dejaría con una visión demasiado *positivista* de nuestro estudio. Es por ello que el uso del ACD ha resultado tremendamente satisfactorio en nuestro análisis. Esta metodología, diseñada en principio para contenido periodístico, se ha podido aplicar en contenidos donde era mucho más difícil localizar los juegos de hegemonía y contra hegemonía. De esta forma, el ACD ha demostrado ser algo más que un método de análisis, también se convierte en una “visión investigadora”, aquella en la que las relaciones respecto a elementos de poder simbólico repercuten en parte de nuestra configuración social. De esta forma, se ha podido comprobar cómo los fans elaboran discursos no hegemónicos con respecto al feminismo. Aspectos como la raza o la identificación del género se juntan a otros, como la lucha contra los estereotipos de la cultura popular, para elaborar el mensaje.

A partir de este concepto, se abren múltiples líneas de investigación o campos del saber en los que investigar. Por ejemplo, revisar teorías clásicas desde estas nuevas realidades o un análisis de cómo la ficción expresa mensajes feministas. También habría que analizar cómo la cultura popular puede dar ideas o discursos que luego se replican en las luchas sociales.

Es difícil determinar en qué momento de la lucha del movimiento feminista nos encontramos, si en una cuarta, quinta ola o en un periodo de superación de feminismo. Sin embargo, una cosa está clara, la cultura popular tiene mucho que decir del mismo.

Notas

- (1) "Género no binario, también conocido como *genderqueer*, es un término que designa a las identidades de género que no se asimilan en los espectros de los géneros binarios (masculino y femenino) y que están fuera de la cisnormatividad, pudiendo manifestarse como un abanico de géneros alejados de los géneros binarios. El término no debe confundirse con el término *queer*, que designa a cualquier tipo de minoría sexual que entre bajo los parámetros de las identidades LGBTI." (Wikipedia, 2018)

Referencias

- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle, G., & Ruíz San-Román, J. A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. *Prisma Social: revista de investigación social*, (15), 643-684. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5427595.pdf>
- Carey, J. W. (1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Nueva York: Routledge
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M., & Subirats, M. (2007). *Mujeres y hombres: ¿un amor imposible?* Madrid: Alianza Editorial
- Connelly, S. (2015). "Welcome to the FEMINIST CULT: Building a Feminist Community of Practice on Tumblr". *Students Publication*, 328. https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1406&context=student_scholarship
- Cofield, L., & Robinson, L. (2016). 'The opposite of the band': fangrrrling, feminism and sexual dissidence. *Textual Practice*, 30 (6), 1071-1088. <https://doi.org/10.1080/0950236X.2016.1209946>
- Figueras Maz, M., Tortajada Giménez, I., & Willem, C. (2017). Patrones de representación posfeministas en Girls: análisis de los significados construidos por fans y detractores. <http://repositori.upf.edu/handle/10230/32651>
- Género no binario. (2018, junio 15). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Recuperado r de https://es.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9nero_no_binario
- Grandio, M. (2016). *Adictos a las series. 50 años de lecciones de los fans*. Barcelona: Editorial UOC.

Guerrero-Pico, M., Establés, M. J., & Masanet, M. J. (2017). Fandom, perspectivas renovadas. *Palabra Clave*, 20 (4), 855. <http://hdl.handle.net/10230/33269>

Guerrero-Pico, M., Establés, M. J., & Ventura, R. (2017). Dead Lesbian Syndrome: LGBTQ fandom's self-regulation mechanisms in fan-producer controversies around "The 100". *Análisi*, 0(57), 29-46. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3110>

Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (9). <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=93500915>

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Planeta GBS

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Madrid: GEDISA.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al consejo de Europa*. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial.

McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>

Oberst, Ú., Chamarro, A., & Renau, V. (2016). Gender Stereotypes 2.0: Self-representations of Adolescents on Facebook. *Comunicar*, 24 (48), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-08>

Paveau, M.-A. (2008). La roue du moulin à paroles. Analyse du discours, inconscient, réel, altérité. Paris. <https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/246/files/2010/07/PaveauRouedumoulin.pdf>

Pineda, A., García-Jiménez, L., & Rodrigo-Alsina, M. (2014). 'I believe they felt attacked'. Discursive representation and construction of interculturality in Spanish news television. *International Communication Gazette*, 78 (6), 585-605. <https://doi.org/10.1177/1748048516640711>

Salazar Rodríguez, M. (2015). Las llamaban históricas: movimiento fan desde una perspectiva de género. *Revista Tempora*, 18, 75-92. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/4730>

Scolari, C. (2009). Mapping conversations about new media: the theoretical field of digital communication. *New Media & Society*, 11 (6), 943-964. <https://doi.org/10.1177/1461444809336513>

Stabile, CA (2014). "I Will Own You": Accountability in Massively Multiplayer Online Games. *Television & New Media*, 15(1), 43-57. <https://doi.org/10.1177/1527476413488457>

Torti, Y., & Schandor, A. (2013). El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural. En: VII Jornadas de Jóvenes Investigadores, Instituto Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://www.a-academica.org/000-076/98.pdf>

Torregrosa-Carmona, J. F., & Rodríguez-González, E. (2017). Comunidades de fans y ficción televisiva. Estudio de caso: El ministerio del tiempo (TVE). *El Profesional de la Información*, 26 (6), 1139-1148. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.13>

Trier-Bieniek, A. M. (2015). *Feminist Theory and Pop Culture*. Rotterdam.: SensePublishers.

Turkle, S. (2017). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Londres: Hachette UK.

Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos (Barcelona)*, 186, 23-36.

Wood, J. T. (2012). *Gendered Lives*. Boston: Cengage Learning.

What We Do. (s. f.). https://www.thepalliance.org/what_we_do

