

1. «¿Es que no tenéis vida propia?» Fans, piratas y nómadas

Cuando la estrella de *Star Trek* William Shatner (el capitán James T. Kirk) apareció como artista invitado en *Saturday Night Live*, el programa aprovechó esta oportunidad para ridiculizar a los fans de la serie de televisión de los años sesenta. Los *trekkies* eran retratados como *frikis* con gafas, orejas vulcanianas de goma y camisetas en las que se leía *I grok Spock** encima de una abultada barriga. Un hombre se reía maliciosamente de un joven fan al que acababa de conocer y que no se sabía el número de habitación de la asistente personal Rand, mientras su amigo mascullaba algo sobre la gran compra que había hecho de un álbum de DeForest Kelly. Cuando llegó Shatner, los fans le bombardearon con preguntas sobre personajes secundarios que han aparecido en capítulos concretos (que citan por el título y por el número de secuencia), hasta el punto que parecían saber más sobre su vida privada que el propio Shatner, y le pidieron información tan trivial como la combinación de la caja fuerte de Kirk. Finalmente, incrédulo y frustrado, Shatner se dirigió al público: «¿Es que no tenéis vida propia?»** Por el amor de Dios, ¡sólo es un programa de televisión!». Shatner animó a los fans a salir del sótano de casa de sus padres y a empezar a tener experiencias adultas («tú, el de allí, ¿has besado alguna vez a una chica?»), a olvidar sus intereses como fans. Al principio los fans parecían confundidos, y después, gradualmente,

* «Yo entiendo a Spock». (N. de la t.)

** En inglés, *Get a Life!* (N. de la t.)

ofendidos e incómodos. Finalmente, un fan desesperado preguntó: «¿Quieres decir que deberíamos prestar más atención a las películas?». Enfurecido, Shatner salió del escenario y se enfrentó a un organizador de convenciones igual de furioso que él. Tras un forcejeo y tras ser obligado a volver a leer su contrato, un avergonzado Shatner volvió a salir al escenario y anunció a los aliviados fans que acababan de ver una «recreación del malvado capitán Kirk del episodio 27, “El enemigo interior”».

Este *sketch*, que dio mucho que hablar, revela los numerosos estereotipos populares que hay sobre los fans. Los *trekkies*:

- a) son consumidores estúpidos que comprarían cualquier producto relacionado con el programa o con su reparto (los álbumes de DeForest Kelly);
- b) dedican su vida a cultivar un conocimiento inútil (la combinación de la caja fuerte de Kirk, el número de la habitación de la asistente Rand, el orden numérico de los episodios de la serie);
- c) otorgan una importancia inadecuada a un producto cultural devaluado («sólo es un programa de televisión»);
- d) son unos inadaptados sociales que están tan obsesionados con el programa que no tienen ningún otro tipo de experiencia social («¿es que no tienes vida propia?»);



1.1. «¿Es que no tenéis vida propia?» Dos *trekkies* en *Saturday Night Live*.

- e) son afeminados o asexuados, debido a su compromiso íntimo con la cultura de masas («¿has besado alguna vez a una chica?»);
- f) son infantiles e inmaduros emocional e intelectualmente (la sugerencia de que deberían salir del sótano de casa de sus padres, sus respuestas infantiles y ajenas a las críticas de Shatner, la mezcla entre niños y adultos con sobrepeso);
- g) son incapaces de separar la fantasía de la realidad («¿quieres decir que tenemos que prestar más atención a las películas?»).

Aquellos que duden de la «credibilidad» de esta representación de la cultura de los fans sólo tienen que echar un vistazo a la portada del número del 22 de diciembre de 1986 de la revista *Newsweek*¹ para encontrar una representación bastante similar de una convención de fans, aunque en este caso no se trataba de una exageración cómica. (En cualquier caso, los fans no vieron mucha exageración cómica en el *sketch* de *Saturday Night Live*, puesto que Shatner había expresado en varias ocasiones estas mismas opiniones en entrevistas y realmente pensaba lo que dijo a sus fans.) Si *Saturday Night Live* ofrecía chistes a su público, *Newsweek* entrevistaba a «expertos» que intentaban explicar «el poder duradero de *Star Trek*»; si *Saturday Night Live* presentaba a actores cómicos como personajes estereotipados, *Newsweek* ofrecía fotografías de fans reales de *Star Trek*: un hombre con barba («un *trekkie* con un *phaser*») de pie delante de un conjunto de productos comerciales de *Star Trek*; tres *trekkies* de mediana edad algo panzudos de la Starbase Houston* vestidos con los uniformes de la Federación y atuendos de los vulcanianos; una mujer mayor, identificada como «Abuela Trek» sosteniendo con orgullo una maqueta de la *Enterprise*. Las primeras frases del artículo bien podrían ser una descripción de la convención de fans del *Saturday Night Live*: «Agárrese bien: está siendo teletransportado a una de esas convenciones de *Star Trek* donde los adultos se saludan como los vulcanianos y ofrecen en tono reverente pagar cien dólares por la autobiografía de Leonard Nimoy» (pág. 66). Se describe a los fans como unos «excéntricos», obsesionados por las trivialidades, los famosos y los coleccionables; como unos inadaptados y «chiflados»; como «muchas mujeres con sobrepeso, muchas mujeres divorciadas o solteras» (pág. 68); como adultos infantiles; en resumen, como personas con poca o casi ninguna «vida propia», aparte de su fascinación por este programa concreto. La Starbase Houston es «un grupo de unos cien adultos que tienen bandera, chaquetas e himno propios» (pág. 68); Shirley

1. Charles Leerhsen, «*Star Trek's Nine Lives*», *Newsweek*, 22 de diciembre de 1986.

* Starbase Houston es una organización de fans de *Star Trek* y de ciencia ficción y fantasía creada en 1978 y con base en Houston. (N. de la t.)

Maiewski, de Amherst (la «Abuela Trek») «tiene la recreación de una nave de guerra klingon colgando del techo de su habitación y puede ayudarte a descubrir las tres combinaciones que usó el capitán Kirk para abrir su caja fuerte» (pág. 68); un hombre se casó en Disneylandia llevando un uniforme de la Federación y su novia *trekkie* llevó (cómo no) las orejas propias de los vulcanianos. Estos detalles, aunque sin duda fieles, son excluyentes, ofrecen una imagen distorsionada de su comunidad y conforman la realidad de su cultura para ajustarse a los estereotipos de los escritores y lectores de *Newsweek*. El texto y los titulares basan su credibilidad en los hechos aparentemente «naturales» que se muestran en las fotografías y el texto entrecomillado, aunque de hecho desempeñan un importante papel al incluir estos «hechos» en una «mitología» mayor sobre la identidad de los fans.² El tono engreído y autoritario del artículo del *Newsweek*, especialmente si se une a las innumerables noticias similares que aparecen en la prensa local o en los programas de noticias, concede credibilidad al *sketch* sólo ligeramente más hiperbólico de *Saturday Night Live*, hasta el punto de que «todo el mundo» sabe lo que son los *trekkies* y cómo reaccionarán cuando William Shatner los regañe. Estas representaciones están ganando una amplia aceptación pública, y los estudiantes y colegas que cuestionan mi interés por la cultura fan suelen reproducirlas; la aceptación y circulación de estos estereotipos por parte de los que no son fans refleja hasta qué punto estas imágenes encajan fácilmente en un discurso mucho más amplio sobre los fans y su fanatismo.

Fans y «fanáticos»

Muchos de estos estereotipos parecen haber estado vinculados desde el principio con el término «fan». «Fan» es una forma abreviada de la palabra «fanático», que tiene su raíz en el vocablo latino «fanaticus». En su sentido más literal, «fanaticus» procede de «fanus», que significa básicamente «de o perteneciente al templo, un servidor del templo, un devoto», pero rápidamente adoptó unas connotaciones más negativas: «Relativo a personas inspiradas por ritos orgiásticos y delirios entusiastas» (*Oxford Latin Dictionary*). Al evolucionar, el término «fanático» pasó de hacer referencia a ciertas formas excesivas de creencia y culto religiosos a indicar «cualquier veneración falsa o excesiva», y fue evocado a menudo por los críticos para hacer referencia a las creencias políticas contrarias y más tarde, de forma más general, a la locura «como la que puede resultar de estar poseído por una deidad o demonio»

2. Roland Barthes, *Mythologies*, Nueva York, Jonathon Cape, 1957 (trad. cast.: *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI, 2005).

(*Oxford English Dictionary*). Su forma abreviada, «fan», apareció por primera vez a finales del siglo XIX en descripciones periodísticas que describían a los seguidores de equipos de deporte profesionales (especialmente de baloncesto) en una época en la que el deporte empezaba a dejar de ser una actividad predominantemente participativa para convertirse en un acontecimiento con espectadores, aunque pronto se amplió para incorporar a cualquier «devoto fiel» a los deportes o al entretenimiento comercial. Uno de sus primeros usos fue para referirse a las mujeres aficionadas al teatro, las «chicas matiné», que los críticos varones afirmaban que iban al teatro más que para ver las obras para admirar a los actores.³ Si el término «fan» se evocó en un principio de una manera un tanto festiva y solían utilizarlo los periodistas deportivos en tono compasivo, nunca escapó completamente de sus primeras connotaciones, que parecen ser el centro de muchas de las representaciones de los fans en el discurso contemporáneo.

Robert Jewett y John Shelton Lawrence,⁴ por ejemplo, se acercaron al significado original de la palabra «fanaticus» en su descripción, absurdamente literal, de los aspectos míticos de *Star Trek* y de la «religión *trekkie*». Inspirándose en el trabajo de Joseph Campbell, Jewett y Lawrence afirman que la televisión de ciencia ficción y sus fans constituyen una especie de fe secular, «una religión extraña, electrónica [...] en desarrollo».⁵ La retórica hiperbólica de las obras escritas por los fans es vista literalmente como «escritos con un espíritu de [...] devoción religiosa»;⁶ Kirk y Spock son vistos como «redentores», los fans como sus «discípulos» y los fanzines como «literatura apócrifa» que crea la base para una nueva «teología».⁷ Jewett y Lawrence se muestran especialmente preocupados por las devotas femeninas del programa, cuyas fantasías eróticas sobre los personajes son comparadas con los «ritos de templo» de las vestales. Los escritores celebran esta relación entusiasta tanto como desconfían de ella, y la consideran una prueba que respalda sus propias afirmaciones sobre las posibilidades míticas de *Star Trek*, aunque también la comparan con la obsesión de la familia Manson y el culto suicida de Werther de la Alemania del siglo XIX. Finalmente, Jewett y Lawrence son incapaces de comprender que un programa de televisión pueda producir una respuesta semejante, una confusión que achacan a los fans, que son caracterizados como personas incapaces de expresarse con claridad sobre la popularidad de la serie.

3. Albert Auster, *Actresses and Suffragists: Women in the American Theatre, 1890-1920*, Nueva York, Praeger, 1989.

4. Robert Jewett y John S. Lawrence, *The American Monomyth*, Garden City, Nueva York, Anchor Press, 1977.

5. *Ibid.*, pág. 24.

6. *Ibid.*, pág. 26.

7. *Ibid.*, págs. 27-31.

Basándose en los vínculos de la palabra con la locura y la posesión demoníaca, las noticias suelen caracterizar a los fans como psicópatas cuyas fantasías frustradas de mantener relaciones íntimas con estrellas o sus deseos insatisfechos de alcanzar su propio estrellato adquieren formas violentas y antisociales. Las acciones homicidas de Charles Manson (un fan de The Beatles), John Hinkley (un fan de Jodie Foster) y Dwight Chapman (un fan de John Lennon), además de otros incidentes menos divulgados como el ataque a Sharon Gless de *Cagney y Lacey* por parte de una «lesbiana chiflada», como la describió un tabloide, parten de una idea estereotipada del fan como alguien emocionalmente inestable, socialmente inadaptado y peligrosamente alejado de la realidad. Julie Burchill evoca este mismo mito del fan «desequilibrado» en su descripción de la propiedad destructiva de la cultura de las celebridades:

Un enamoramiento inofensivo puede convertirse en una obsesión clínica si dura demasiado tiempo. El fan no tiene ningún otro poder sobre el artista más que el de destruir. [...] La delgada línea que separa el amor del odio, el libre albedrío del destino, desaparece gradualmente para el fan del ático, que va tolerando su amor no deseado y no correspondido como una erección embarazosa, todo ello acentuado por el hecho de no tener un lugar adonde ir; y así el amor se convierte en un arma cuando el fan se da cuenta de que nunca podrá tocar a la persona a la que ama excepto con una bala.⁸

Lo que Burchill describe como «el fan del ático» es una figura típica de las películas de suspense, las novelas de detectives y las series de televisión sobre policías, uno de los «sospechosos habituales» de haber cometido los crímenes y una fuente de amenaza casi inmediata. Este estereotipo es tan potente que la primera escena del filme *The Fan* (1981) provoca terror simplemente al presentar a un fan solitario (Michael Biem) sentado en una oscura habitación tecleando lentamente en su máquina de escribir una carta para su actriz favorita de Broadway (Lauren Bacall): «Querida señora Ross: Soy su mayor fan porque, a diferencia de los demás, no quiero nada de usted». La lenta panorámica de la cámara que recorre la habitación llena de incontables fotografías firmadas, carteles y pósters, y el incesante martilleo de las teclas va preparando al espectador para los horribles actos de violencia posteriores. Incapaz de obtener una respuesta personal a sus continuas cartas, el fan mata brutalmente a todas las personas cercanas a la estrella, fuerza la entrada de su apartamento y lo destroza, le envía amenazas de muerte y, fi-

8. Julie Burchill, *Damaged Gods: Cults and Heroes Reappraised*, Londres, Century, 1986, pág. 143.

nalmente, la secuestra y la amenaza con violarla y asesinarla. Encontramos representaciones similares de peligrosos fans en películas como *Fundido a negro* (1980), *El rey de la comedia* (1983) y *Misery* (1990); todas ellas retratan a los fans como personas aisladas, inmaduras social y emocionalmente, incapaces de encontrar un lugar en la sociedad, y por tanto propensos a sustituir la cruda realidad por las intensas fantasías que ofrecen los medios de comunicación.

Si el psicópata «fan del ático» se ha convertido en un personaje típico de las películas de suspense, las representaciones cómicas retratan una figura más benigna pero no menos inadaptada socialmente: el proyccionista deslumbrado por las estrellas en *Sherlock Jr.* (1924), de Buster Keaton, el editor que quiere evadirse de la realidad en *La tentación vive arriba* (1955) y *La vida secreta de Walter Mitty* (1947), los extras locos por el cine de *Ali Baba Goes to Town* (1937) y el capítulo *Errand Boy* de la serie *Tales of Tomorrow* (1951), el adicto a la comedia y propenso a los accidentes de *Stoogemania* (1985) y el crítico de cine desengañado de *Sueños de un seductor* (1972). Al igual que sus homólogos de las películas dramáticas, estos hombres viven unas vidas ingratas, tienen pocos amigos, unas relaciones amorosas infructuosas o amenazadoras, y trabajos agotadores o poco valorados que, a menudo, no tienen nada que ver con el mundo del espectáculo. Estos personajes se refugian en un reino rico y variado de fantasía personal que suple los actos decisivos que no pueden llevar a cabo en su vida diaria. Estas figuras sin duda pueden encontrar sus raíces en las primeras representaciones de lectores afligidos o que se identifican excesivamente con las obras que leen, como *Don Quijote* o *Madame Bovary*, y disfrutaban de un lugar en los debates de hace muchos siglos sobre los peligros que entraña consumir obras de ficción.

El mito del fan «orgiástico», el de la *groupie*, pervive como una fantasía clásica de los reportajes y la crítica de la música rock, ejemplificado quizá de forma más clara en el morboso texto de promoción de *Starlust* (1985), de Fred y Judy Vermorel. Los autores prometen a sus lectores que en él encontrarán «las fantasías secretas de los fans», fantasías en su mayor parte eróticas (como la confesión de una mujer que piensa en Barry Manilow mientras hace el amor con su marido). Los editores del libro afirman que emprendieron el proyecto porque deseaban ofrecer una visión amable de los fans «no [como] víctimas pasivas de la explotación del mundo del espectáculo, sino como personas reales y adaptadas socialmente que abordan y representan las consecuencias que tiene el grupo de fans para todos nosotros».⁹ Sin embargo, su manera de presentar estos materiales, desde la imagen de una mujer gri-

9. Fred y Judy Vermorel, *Starlust: The Secret Fantasies of Fans*, Londres, W. H. Allen, 1985, pág. 247.

tando que aparece en la cubierta a los capítulos que llevan por título «Posesión», «Obsesión», «Éxtasis» y «Delirio», confirman los estereotipos tradicionales. Los fans del libro de Vermorel hablan sin cesar de su deseo de poseer y de ser poseídos por sus actores preferidos.

Resulta significativo que, aunque el fan cómico y el fan psicótico por lo general se representan como masculinos, a pesar de que suelen ser hombres con un género neutro, asexuales o impotentes, la fan erotizada es casi siempre femenina (la mujer que grita de la portada del libro de los Vermorel); el lado femenino del mundo de los fans se manifiesta en las imágenes de adolescentes gritando que intentan arrancarles la ropa a los miembros de The Beatles o que se desmayan al tocar uno de los pañuelos empapados en sudor de Elvis, o la *groupie* que se acuesta con las estrellas en el *backstage* después del concierto y que aparece en los documentales sobre música rock o en los vídeos pornográficos. Estas mujeres no sólo son incapaces de mantener una distancia crítica con la imagen, sino que quieren hacerla suya para conseguir una «intimidad total» con ella. Sin embargo, estas representaciones todavía llevan más lejos este proceso: la propia espectadora mujer se convierte en un espectáculo erótico para espectadores varones, mientras que el abandono de la mujer de cualquier distancia con la imagen se convierte en una invitación a las propias fantasías eróticas del espectador.

Como sugieren estos ejemplos, el fan todavía constituye una categoría escandalosa en la cultura actual, unas veces blanco de ridículo y ansiedad, y otras de terror y deseo. Ya sea considerado un fanático religioso, un psicópata asesino, un fantaseador neurótico o una *groupie* lujuriosa, el fan sigue siendo un «fanático» o un falso devoto, cuyos intereses son básicamente ajenos al reino de la experiencia cultural «normal» y cuya mentalidad está alejada de la realidad.

«Una categoría escandalosa»

Para entender la lógica que se esconde detrás de estas construcciones discursivas concretas de los fans, debemos replantearnos lo que entendemos por «gusto». Los conceptos de «buen gusto», «conducta apropiada» o «calidad estética» no son innatos ni universales, sino que tienen su raíz en la experiencia social y reflejan los intereses de unas clases concretas. Como señala Pierre Bourdieu,¹⁰ a aquellos que comparten estos gustos les parecerán

10. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, Harvard, 1979 (trad. cast.: *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998).

«naturales» precisamente porque están conformados por nuestras primeras experiencias como miembros de un grupo cultural concreto, reforzadas por los intercambios sociales y racionalizadas a través de nuestro contacto con la educación superior y otras instituciones básicas que recompensan la conducta apropiada y los gustos correctos. El gusto se convierte así en uno de los medios a través de los cuales se mantienen las distinciones sociales y se forjan las identidades de clase. Aquellos que poseen «de forma natural» unos gustos apropiados «merecen» tener una posición privilegiada dentro de la jerarquía institucional y cosechan los mayores beneficios del sistema educativo, mientras que los gustos de los otros son considerados «poco refinados» y subdesarrollados. Las diferencias de gusto determinan no sólo unas formas de cultura deseables y otras no deseables, sino también unas formas deseables y no deseables de identificarse con los objetos culturales, unas estrategias de interpretación y unos estilos de consumo deseables y no deseables. Un ejemplo de ello son las obras de Shakespeare, que han provocado diferentes respuestas y han exigido diferentes niveles de implicación intelectual al pasar de la cultura popular a la cultura de élite.¹¹

Aunque la aculturación de gustos concretos es tan poderosa que a menudo nos sentimos inclinados a describir nuestras preferencias culturales no simplemente como naturales sino como universales y eternas, el gusto siempre está en crisis; el gusto nunca puede permanecer estable, porque se ve desafiado por la existencia de otros gustos que suelen parecerles igual de «naturales» a sus defensores. Los límites del «buen gusto», por tanto, deben ser vigilados constantemente; los gustos apropiados deben separarse de los inapropiados; aquellos que tienen gustos malos deben distinguirse de aquellos cuyos gustos se ajustan más a nuestras propias expectativas. Debido a que el gusto de una persona está tan entrelazado con los demás aspectos de la experiencia social y cultural, la aversión estética trae consigo toda la fuerza de la excomunión moral y el rechazo social. El «mal gusto» no es simplemente indeseable; es inaceptable. Por tanto, los debates sobre las elecciones estéticas o las prácticas interpretativas tienen necesariamente una importante dimensión social y a menudo recurren a categorías sociales o psicológicas como fuente de justificación. Aquellos productos considerados indeseables dentro de una estética concreta a menudo son acusados de tener efectos sociales perjudiciales o una influencia negativa en sus consumidores. Las preferencias estéticas se imponen a través de la legislación y la presión pública, por ejemplo, para proteger a los niños de la influencia «corrupta» de los materiales culturales no deseados. Aquellos a los que les gustan estos textos son

11. Lawrence W. Levine, *Highbrow/Lowbrow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Cambridge, Harvard University Press, 1988.

considerados intelectualmente degradados, psicológicamente sospechosos o emocionalmente inmaduros.

El concepto estereotipado del fan, aunque tiene una base objetiva limitada, es una proyección de las preocupaciones sobre la violación de las jerarquías culturales dominantes. La transgresión de los fans del gusto burgués y la alteración de las jerarquías culturales dominantes garantiza que sus preferencias sean vistas como anormales y amenazadoras por aquellos que tienen un interés personal por mantener estos estándares (incluso por aquellos que es posible que compartan unos gustos similares, pero los expresan de forma básicamente diferente). Como sugiere Bourdieu: «Lo más intolerable para aquellos que se ven como poseedores de la cultura legítima es la agrupación sacrilega de gustos que el gusto dicta que deben estar separados».¹² La cultura de los fans desdibuja estos límites al tratar los textos populares como si merecieran la misma atención y reconocimiento que los textos canónicos. Las prácticas de lectura (análisis detallado, exégesis elaborada, relectura repetida y prolongada, etc.) que son aceptables para abordar un texto de «calidad seria» parecen aplicarse de forma perversa a los textos más «disponibles» de la cultura de masas. Donde los fans hablan de «artistas», los demás sólo ven escritores comerciales de poca monta, allí donde hablan de significados trascendentes, los demás sólo ven trivialidades, allí donde ven «calidad e innovación», los otros sólo ven fórmulas y convenciones. Un fan de *La bella y la bestia*, por ejemplo, elaboró una descripción histórica de la televisión estadounidense en la que se hacía eco de las historias tradicionales que pasaron por una edad de oro en los años cincuenta y más tarde por un desierto en los años sesenta, y las utilizaba para enumerar algunas de las series favoritas de los fans (*Dimensión desconocida*, *Más allá del límite*, *Star Trek*, *Los vengadores*, *El prisionero*) que representaron un punto de inflexión. Estas series destacan sobre la mayoría de los productos televisivos porque apelan a la inteligencia y al buen criterio de sus espectadores, y contrastan claramente con las «series mediocres» como *Perdidos en el espacio*, *Tierra de gigantes*, *Los invasores* o *El gran héroe americano*, que se caracterizan por sus «malos guiones, sus ridículos conflictos, que no ofrecen opciones éticas o morales, y caracterizaciones predecibles y superficiales que no dan importancia a la creatividad ni asumen ningún riesgo».¹³ Su descripción termina, lógicamente, con su serie favorita, *La bella y la bestia*, que consigue la combinación perfecta de fantasía, ciencia ficción y literatura clásica que había sido el objetivo de

12. Pierre Bourdieu, «The Aristocracy of Culture», *Media, Culture, and Society*, n.º 2, 1980, pág. 253.

13. Peter J. Formaini, *The Beauty and the Beast Companion*, Ítaca, Loving Companion Enterprises, 1990, págs. 9-11.

esta «gran tradición» de «obras maestras» populares. Esta descripción no sólo exige comprender las propiedades superiores de un texto que nos gusta, sino también rechazar públicamente los bajos estándares de las «ofertas ridículas e infantiles» que se quedan fuera del canon de los fans. Las reivindicaciones hechas por los fans de un texto predilecto suponen una de las afrentas más directas y significativas a la legitimidad de las jerarquías culturales tradicionales.

Sin embargo, la resistencia de los fans a la jerarquía cultural va más allá de la mera inadecuación de sus selecciones textuales y, a menudo, se inscribe en la misma lógica por la cual los fans dan sentido a las experiencias culturales. Las prácticas interpretativas de los fans difieren de las que fomenta el sistema educativo y las que prefiere la cultura burguesa no simplemente en las elecciones de sus objetivos o en el grado de su intensidad, sino a menudo en los tipos de habilidades lectoras que emplean, en las maneras en las que los fans abordan los textos. Desde la perspectiva del gusto dominante, los fans parecen ser unos lectores preocupantemente incontrolados, indisciplinados, impenitentes y sin escrúpulos. Rechazando la distancia estética que Bourdieu sugiere que es la piedra angular de la estética burguesa, los fans abrazan con entusiasmo sus textos preferidos e intentan integrar las representaciones de los medios de comunicación en su propia experiencia social. No impresionados por la autoridad institucional y los conocimientos concretos, afirman su derecho a hacer sus propias interpretaciones, a ofrecer valoraciones y a elaborar cánones culturales. Los fans, que no se inmutan ante las concepciones tradicionales de propiedad literaria e intelectual, asaltan la cultura de masas reivindicando sus materiales para sus propias finalidades, reelaborándolos como base para sus propias creaciones culturales e interacciones sociales. Aparentemente los fans desdibujan los contornos entre la realidad y la ficción, hablan de los personajes como si tuvieran una existencia separada de sus manifestaciones textuales, entran en el reino de la ficción como si fuera un lugar tangible que pueden habitar y explorar. La cultura de los fans supone un desafío a la «naturalidad» y conveniencia de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo a la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual. Lo que posiblemente haga que todo esto sea especialmente incuestionable es que como grupo los fans no pueden ser rechazados como intelectualmente inferiores; suelen ser personas sumamente cultas, que se expresan muy bien, y que proceden de la clase media, personas que «deberían hacer algo mejor» que gastar su tiempo creando interpretaciones elaboradas de programas de televisión. La aceptación popular de la televisión puede, por tanto, ser entendida como un rechazo consciente de la alta cultura o al menos de los límites tradicionales entre la alta cultura y la cultura popular. Lo que no puede ser etiquetado de ignorancia debe ser interpretado como perversión estética. Es revelador, por supuesto, que los seguidores

de los deportes (que son en su mayoría hombres y que atribuyen una mayor importancia a los acontecimientos «reales» que a las ficciones) gocen de un estatus muy diferente al de los fans mediáticos (que son en su mayoría mujeres y que conceden un gran interés a las formas de ficción degradadas); por tanto, la autoridad que sanciona el gusto no abarca exclusivamente cuestiones de clase, sino también cuestiones de género, lo que explicaría por qué publicaciones populares como *Newsweek* o programas como *Saturday Night Live* toman partido por el mundo académico en su aversión por los fans de los medios de comunicación, y por qué los estereotipos retratan a los fans ya sea como mujeres con sobrepeso (véase *Misery*) o como hombres *frikis* y sin conciencia de género (véase *Fundido a negro*).

Los fans, cuyas preferencias culturales y prácticas interpretativas parecen tan antitéticas para la lógica estética dominante, deben ser representados como los «otros», deben mantenerse a distancia para que sus gustos no contaminen la cultura autorizada. Los ataques públicos de los medios de comunicación a los fans mantienen a los otros espectadores a raya, y provocan que los lectores se sientan incómodos adaptando las estrategias tan «inapropiadas» de dar sentido a los textos populares o aceptando de forma apasionada materiales de una calidad estética tan dudosa. Tales representaciones aíslan a los fans potenciales de otros que comparten con ellos intereses comunes y prácticas lectoras, marginan las actividades de los fans fuera de la corriente dominante. Estas representaciones hacen que resulte sumamente incómodo hablar públicamente como fan o identificarse, aunque sea en privado, con sus prácticas culturales.

Incluso dentro de la propia comunidad de fans, estas categorías se expresan como una forma de controlar a sus miembros y justificar los propios placeres como menos «perversos» que los de los demás: un folleto que circulaba en una convención de ciencia ficción definía a los fans de *Star Trek* como pertenecientes al club «GAL»,* una disputa habitual entre los fans de las obras de ciencia ficción literarias y los fans mediáticos; el partidario de una opinión impopular en un foro en la Red sobre *Twin Peaks* fue tachado de *trekkie* y se le instó a que buscara compañía en otro lugar; un crítico de una publicación comercial destinada a los fans de ciencia ficción rechazó una novela profesional sobre *Star Trek* por estar demasiado «dirigida a los fans». Siempre hay alguien más extremista cuya otredad puede justificar la normalidad relativa de las elecciones y prácticas culturales de uno. Como afirma C. Amesley: «Todavía no he encontrado a nadie que declare ser un *trekkie* acérrimo».¹⁴

* Siglas de *Get a Life?* («¿Es que no tenéis vida propia?»). (*N. de la t.*)

14. Cassandra Amesley, «How to Watch *Star Trek*», *Cultural Studies*, vol. 3, n.º 3, 1989, pág. 338.

Aunque los fans de *Star Trek* vean la serie cada noche, se pierdan otros eventos para ir a casa a verla, asistan a convenciones, participen en concursos, coleccionen todas las novelas o estudien klingon, siempre conocen a otro que, a diferencia de ellos, es «un *trekkie* acérrimo». La idea de un *trekkie* acérrimo influye en sus opiniones acerca de su propio comportamiento, pero no existe más que en la teoría. Los fans prefieren definirse como *trekkers* más que como *trekkies* (un término que cada vez más hace referencia únicamente al estereotipo creado por los medios de comunicación) o mejor aún, simplemente como fans (un término que indica que son miembros de una subcultura mayor en la que hay otros fans y que niega que exista una relación establecida entre lector y texto).

Ien Ang¹⁵ abordó muchas de estas cuestiones en su interpretación de las cartas que solicitó a un grupo de espectadores alemanes de *Dallas*. A estos espectadores les resultó relativamente fácil explicar por qué no les gustaba esta telenovela estadounidense recurriendo a categorías fácilmente accesibles procedentes de «la ideología de la cultura de masas», mostrándose seguros al apelar a los discursos que circulan ampliamente sobre la contaminación cultural. Para aquellos que obtenían placer viendo *Dallas*, que podrían considerarse fans de la serie, defender sus gustos demostró ser un proceso mucho más complejo. Ninguna de las personas que respondieron por carta a Ang pudo escapar totalmente a las categorías establecidas por los críticos de la cultura de masas, ninguno pudo considerar sus gustos como inocentes y no problemáticos. El discurso crítico contra la cultura de masas, concluía Ang, ha descartado aparentemente cualquier posibilidad de que los fans de *Dallas* articulen su propia posición social y cultural o de «devolver el golpe» a sus críticos desde una posición de autoridad o de fuerza.

De una forma bastante parecida a los fans de *Dallas* que analiza Ang, los fans de *Star Trek* a menudo hablan desde una posición de debilidad al intentar defender la fascinación que sienten por la serie. Para muchos, la única defensa legítima es afirmar la «normalidad» de su forma de vida, profesar su conformidad con la cultura de la clase media como forma de crear un terreno común con sus amigos no fans. En respuesta al *sketch* del *Saturday Night Live*, una fan escribió:

Me molesta que se hagan estas suposiciones sobre mí. Yo «tengo vida propia». Tengo marido e hijos. Trabajo como voluntaria y tengo una opinión propia sobre una gran variedad de temas, tanto políticos como religiosos. Voy a comprar, voto en las elecciones y cambio pañales. Vivo en el mundo real, con

15. Ien Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen, 1985.

Are you a Star Trek fan? Do you dream at night that you're aboard the starship Enterprise, giving the orders to boldly go where no man has gone before? Do you dream about this **all the time**? If you answered yes, then you may be the sort of pellucid go-getter we've been looking for ! This may be your once-in-a-lifetime opportunity to join the elite ranks of the.....*



Yes, freind, the G.A.L. squad is looking for people just like yourself to partake in the exciting, glamorous life already enjoyed by members the world over.

- * Attend conventions!
- * Wear authentic costumes!
- * Be heard at our never-ending technical information debates!
- * Enjoy our fast food buffets!
- * Join in our monthly laundry excursions!
- * Go on trips to exotic, distant lands and spend your time in the best mediocre hotel suites!
- * See Jimmy Doohan ten, twenty, fifty times!
- * Learn how to speak Klingon-our teachers will also help you understand and memorize every detail of the **Enterprise**!

No Club Gimmicks!

Sound too good to be true? Guess again! It's all happening even as you read this! Never again will you feel alone in your absolutely worthwhile devotion to the most celebrated cultural enigma in world history-**STAR TREK**! Join the proud members of the G.A.L. squad and you too will enjoy all the exciting hebetude!

If you're a thoroughly anserous, exacting person, then delay no longer! Just send \$200.00 today! After you recieve your membership certificate, you automatically inherit all the benefits existing in the G.A.L. SQUAD! So what are you waiting for? **Join today!**

Live it to the limit

YES! I WANT TO JOIN THE G.A.L. SQUAD! ENCLOSED IS TWO HUNDRED DOLLARS IN CRISP, UNMARKED BILLS. PLEASE RUSH ME MY MEMBERSHIP CERTIFICATE!

(Sign) _____
 Name _____
 Address _____ Apt. _____
 City _____
 State _____ Zip _____
 P.S. You don't need to spend a fortune to get a good American Value.

GET
YOUR ROCKETS OFF

**IMPROVE
YOUR IMAGE**

Join the Adventure!

1.2. «Pelotón GAL» (Pelotón *Get A Life?*). Folleto antifans de *Star Trek* hecho circular por los fans de las obras de ciencia ficción literarias.

* Traducción de los textos en la página siguiente.

todas sus tensiones y su estrés. Ésa es la razón por la que soy una *trekker*. Tener un *hobby* es algo necesario para la salud mental. *Star Trek* me ayuda a no agobiarme con todas las demás cosas importantes que tengo que hacer. Me ayuda a relajarme. Me ayuda a tener perspectiva, me divierte. No es mi religión. (Bueno, soy católica.) Y sospecho que la mayoría de fans se parecen más a mí que al estereotipo.¹⁶

16. Jane Kulikauskas, carta publicada en *Interstat*, n.º 134, 1988, pág. 5.

¿Eres fan de *Star Trek*? ¿Sueñas por las noches que estás a bordo de la nave estelar *Enterprise* dando órdenes para atreverte a ir donde nunca ha ido ningún otro hombre? ¿Sueñas con eso constantemente? Si tu respuesta es afirmativa, entonces es posible que seas el tipo de ambicioso pelúcido que estamos buscando. Ésta puede ser la oportunidad de tu vida de unirse a las filas de élite del...



Sí, amigo, el pelotón GAL está buscando a gente como tú para participar en la emocionante y glamorosa vida de la que ya disfrutan los miembros de todo el mundo.

- ¡Asiste a convenciones!
- ¡Consigue disfraces auténticos!
- ¡Hazte oír en los interminables debates sobre información técnica!
- ¡Disfruta de los bufés de comida rápida!
- ¡Únete a nuestras excursiones mensuales para hacer la colada!
- ¡Viaja a lugares lejanos y distantes y pasa tu tiempo en las mejores habitaciones mediocres de hotel!
- ¡Podrás ver a Jimmy Doohan diez, veinte, cincuenta veces!
- ¡Aprende a hablar klingon, nuestros profesores también te ayudarán a entender y memorizar todos los detalles de la *Enterprise*!

¡No es un truco publicitario!

¿Demasiado bueno para ser verdad? ¡Adivínalo! ¡Todo esto está pasando mientras lees esta información! Nunca más te sentirás solo en tu absolutamente loable devoción hacia el enigma cultural más famoso de la historia mundial: ¡STAR TREK! ¡Únete a los orgullosos miembros del pelotón GAL y también tú podrás disfrutar de esta emocionante letargia!

Si eres una persona completamente quisquillosa y simple, entonces ¡no lo dudes más! ¡Sólo tienes que enviarnos doscientos dólares hoy mismo! Después de recibir tu carné de socio, heredarás automáticamente todos los beneficios que se deriven del PELOTÓN GAL. ¿A qué estás esperando? ¡ÚNETE AL PELOTÓN HOY MISMO!

Vive al límite

¡SÍ! QUIERO UNIRME AL PELOTÓN GAL. ADJUNTO DOSCIENTOS DÓLARES EN BILLETES NUEVOS Y SIN MARCAR. POR FAVOR, ENVÍEME LO ANTES POSIBLE MI CARNÉ DE SOCIO.

PÁSATELO EN GRANDE

MEJORA TU IMAGEN

(Firma) _____

Nombre _____

Dirección _____

Ciudad _____

Estado _____

PD. No necesitas gastarte una fortuna para disfrutar de los valores estadounidenses.

¡Únete a la aventura!