

La cultura de los fans: análisis del *fandom* de *The Walking Dead* en Lima

Fabiola Mendiguren
fabimendiguren@gmail.com

Resumen

Actualmente, los *fandoms* son las audiencias más buscadas por los productores de textos mediáticos, debido a su alta adoración e interacción con los textos, por lo que es muy importante conocerlos a profundidad. En este artículo se buscó estudiar a la comunidad de fans limeños de *The Walking Dead* para averiguar cómo se relacionan e interactúan entre sí y se analizaron los contenidos transmediáticos (*fan fictions*, *fan videos* y *cosplay*) que ellos producen. Los métodos utilizados en la presente investigación fueron una etnografía realizada en la convención *Weekend Dead 2*, llevada a cabo por la comunidad de fans y el análisis de contenidos de artefactos culturales.

Palabras claves

Fandom, fans, *The Walking Dead*, contenidos transmediáticos producidos por los usuarios, *fan fiction*, fan videos, *cosplay*, convenciones.

Abstract

Nowadays, fandoms are the audiences most sought-after by producers of media texts, because of their high passion and interaction with the texts. Therefore, it is very important to study them deeply. In this article, I studied *The Walking Dead* fan community in Lima to learn how they relate and interact with each other. I also analyzed the transmedia contents (*fan fictions*, *fan videos* and *cosplaying*) they produced. The methods used for this investigation include an ethnography made at the *Weekend Dead 2* gathering, organized by the fandom, and the content analysis of the cultural artifacts.

* Primer puesto de la categoría máster. Profesor: Carlos Rivadeneyra. Curso: Proyectos de Investigación.

Keywords

Fandom, fans, The Walking Dead, user-generated content, fan fiction, fan videos, cosplay, gatherings.

Introducción

En los últimos años, el estudio de los *fandoms* (palabra que proviene del inglés *fan kingdom* o reino de los fans) ha adquirido cada vez mayor importancia en el espacio académico. Existen diferentes formas de definir lo que es un fan. Por un lado, Jenkins (2010) los define “como lectores que se apropian de los textos populares y los releen de una forma que sirve a diferentes intereses, como espectadores que transforman la experiencia de mirar la televisión en una cultura participativa rica y compleja” (p.37). Para él, los fans son más que sólo consumidores de programas: son espectadores participantes y prosumidores que crean contenidos a partir del producto mediático que les apasiona. Sin embargo, otros autores como Bittanti & Eugeni (2004) y Guerrero (2014) consideran que existen diferentes tipos o niveles de fan, algunos de los cuales no encajan con la definición de Jenkins. Así, dividen a los fans en *lurkers* (participantes silenciosos que consumen los contenidos de otros fans, pero no producen nada), *tertulianos* (aquellos que participan compartiendo sus opiniones e hipótesis acerca del texto mediático) y *creadores* (aquellos que generan contenidos transmediáticos). La presente investigación se centra alrededor de los fans creadores y tertulianos.

Los contenidos transmediáticos generados por el usuario son “manifestaciones textuales, gráficas o audiovisuales realizadas por los seguidores de una producción de la cultura de masas” (Guerrero, 2014, p.250). Estos contenidos pueden ser a) *fan fictions*, b) *fan videos*, c) *fan art*, d) *fan subbing*, e) *filking*, f) *cosplay*, g) convenciones o *gatherings* o h) *wikis*, según autores como Torti & Schandor (2013), Gooch (2008) y Díaz & Muñoz (2006).

Es necesario definir algunos de estos conceptos: los *fan fictions* son narraciones escritas creadas por fans a partir de los personajes, eventos o lugares de un determinado texto mediático. Si la historia incluye elementos de otros textos se le denomina *crossover*. Los *fan videos* son productos audiovisuales que pueden clasificarse en: tráilers reeditados (en los cuales se hacen ajustes al tráiler original para cambiar el género de la película o serie, usualmente se sustituye la música o se agrega una voz en *off*), *mash ups* (se usan imágenes y música de distintos productos mediáticos para crear una nueva historia), *machinima* (se crean animaciones relacionadas a una serie/película/libro a través

del uso de videojuegos), *remakes* (los fans recrean escenas del producto mediático o graban nuevas historias que ocurren dentro del mismo universo) y videos musicales (combinación de clips de la serie/película con una canción para crear una historia). *Cosplay* significa *costume play* o juego de disfraces y consiste en recrear la apariencia (ropa, estilo de cabello, maquillaje, etc.) y personalidad de un personaje. Los *gatherings* son reuniones de fans en las que se pueden realizar diferentes actividades como conversatorios, venta de artículos y *merchandising* relacionado, *cosplay*, etc. Son un espacio en el que los fans pueden compartir sus teorías, opiniones, ideas y creaciones con otras personas que comparten su pasión e interés por la serie/película.

Respecto a los *fan fictions*, es relevante mencionar las 10 estrategias de reinterpretación de los textos que distingue Jenkins (2010). En primer lugar, la recontextualización implica la creación de historias que rellenen los vacíos que pudo haber dejado el texto. El alargamiento de la línea temporal del texto busca ampliar los límites de la serie al explorar escenas anteriores al inicio de la serie o las vidas futuras de los personajes. La refocalización implica dar protagonismo a personajes secundarios, usualmente mujeres y minorías. Asimismo, mediante la realineación moral, los fans “invierten o cuestionan el universo moral del texto principal, apropiándose de los malos y convirtiéndolos en los protagonistas” (p. 196). Por otro lado, el cambio de género es una de las técnicas más usadas y consiste en situar el texto dentro de un género diferente al suyo. Otra estrategia es el uso de historias cruzadas que implican combinar personajes, escenas y lugares de diferentes textos. La dislocación de los personajes “se produce cuando los personajes son sacados de sus entornos originales y se les atribuyen otros nombres e identidades” (p. 199). La personalización hace que se incluyan características de los escritores en los relatos, mientras que la intensificación emocional pretende que los personajes se enfrenten a eventos traumáticos. Finalmente, a través de la erotización, los fans exploran las relaciones románticas y sexuales de los personajes.

Asimismo, existen dos conceptos que han fomentado el surgimiento de los *fandoms* y posibilitado la creación y difusión de sus contenidos transmediáticos. En primer lugar, Jenkins (2008) habla de la convergencia mediática, la cual “designa una situación en la que coexisten múltiples sistemas mediáticos y en la que los contenidos mediáticos discurren con fluidez a través de ellos” (p. 276). Esto es lo que permite que aparezcan nuevos contenidos (en este caso, hechos por fans) a través de diferentes plataformas y, al mismo tiempo, facilita la emergencia de una cultura participativa. La cultura participativa se refiere a una sociedad que “invita a los fans y otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos” (p. 276). Los

usuarios se apropian de sus textos mediáticos favoritos y, a partir de ellos, crean nuevos productos culturales.

De esta manera, en este artículo se estudiará al *fandom* limeño de una de las series más populares del momento, *The Walking Dead*. Se buscará explicar cómo se relacionan e interactúan estos fans en una convención realizada en Lima y, además, se analizarán algunos de los contenidos transmediáticos que producen a partir del mundo narrativo de la serie (en este caso: *fan fictions*, *fan videos* y *cosplaying*).

Considero esta investigación relevante e importante, ya que los fans se han convertido en “una demografía central y codiciada, un consumidor ideal y objeto digno de fascinación corporativa, mediática, y académica” (Gardner, 2012, p. 46). En el Perú, existe un vacío respecto a este tipo de investigaciones y aún no se realizan estudios relacionados a los *fandoms* ni sus manifestaciones. Se eligió estudiar al *fandom* limeño de *The Walking Dead*, debido a la gran popularidad de esta serie –según Patten (2016), su último episodio atrajo a 14.2 millones de espectadores– y a su éxito entre la crítica –de acuerdo a IMBD (2015), ha ganado alrededor de 40 premios–. El conocer cómo expresan los fans su pasión por una serie como esta y qué contenidos crean alrededor de ella, puede permitir a publicistas, directores, guionistas, productores, etc. mejorar su interacción con los fans y ayudarlos a desarrollar más contenidos que se adecuen a los gustos y necesidades de estas audiencias. Como afirma Scolari (2013): “hoy resulta imposible producir contenidos sin tener en cuenta a los fans” (p. 224).

Los estudios acerca de los *fandoms* son relativamente recientes, pues se comenzaron a realizar recién en la década de los 90, y la investigación se centra principalmente en Estados Unidos y Europa. El pionero de este tipo de investigaciones es Henry Jenkins, quien ha estudiado muy a fondo los *fandoms* estadounidenses de algunas famosas series y películas como *Doctor Who* y *Star Trek*, así como los contenidos que producen. Por otro lado, muchos académicos (Baki, 2014; Bárcenas, 2013; Boyles, 2013; Gardner, 2012; Guerrero, 2012 y 2014; Pearson, 2010; Shefrin, 2004) se han concentrado en explorar la relación entre fans y productores, y los esfuerzos, positivos o negativos, que estos últimos realizan para crear, atraer, interactuar y moderar a los fans de sus productos mediáticos. Asimismo, otros trabajos sobre el tema (De Kloet y Van Zoonen, 2007; Gómez, 2011; Hirsjärvi, 2013; Torti & Schandor, 2013) pretenden hacer una revisión histórica y teórica del concepto de *fandom*. Usualmente estos estudios son bastante generales y no hacen una investigación profunda de ningún ejemplo de *fandom*.

Metodología

Para el presente trabajo, se llevó a cabo una etnografía el 2 de agosto del 2015 en la discoteca Céntrica de Lima durante la convención *Weekend Dead 2*, con el fin de entender cómo funciona la comunidad de fans limeños y cómo ellos se relacionan entre sí desde adentro. Se escogió este evento considerando los siguientes factores: a) que fuera una convención exclusiva de *The Walking Dead* y b) que sea realizara en Lima. Para realizar la etnografía, se creó una guía de aspectos a los que se debía prestar especial atención durante el evento.

Por otro lado, se hizo uso del análisis de contenidos para examinar los ‘artefactos culturales’ que se producen en esta comunidad y analizar los temas, personajes y situaciones alrededor de los cuales se crean más contenidos. A través de este método se estudiaron 2 tipos de contenidos: *fan fictions* y *fan videos*. Se escogieron 11 *fanfics* peruanos de la página web www.fanfiction.net: *D&B*, *Con cariño*, *Esperanza*, *Estamos vivos*, *True love in the apocalypse?*, *El universo es pequeño*, *Ella también lo amó*, *Luz en la oscuridad*, *La Bella y la Bestia*, *Amor clandestino* y *Atrapados*. Además, se seleccionaron 5 videos peruanos que pretenden expandir o reimaginar la narrativa de la serie (no se incluyeron aquellos videos cuyo fin era promocionar eventos): *The Walking Dead (Fan Intro) – ¿Qué pasaría si Keiko ganara las elecciones 2016?*, *The Walking Dead – Apocalipsis zombie en Perú*, *The Walking Dead – USMP*, *Lo que nos une – TWD Lima. Apocalipsis zombie* y *Daryl & Beth – Faithfully (with lyrics)* (subtítulos en español). Estos contenidos se analizaron utilizando una tabla de creación propia que consideraba elementos como los temas, personajes y lugares que más aparecen, inclusión de elementos nuevos y uso de clips originales, entre otros.

Cuadro N.º 1: Instrumento de análisis de los *fan videos*

Fecha de publicación	Lugares que aparecen	Personajes (en orden de aparición)	que solo son mencionados	que solo aparecen en los cómics	ajenos a la serie	Género	Crossover	Acciones	Dialógos	Temas

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N.º 2: Instrumento de análisis de los *fan videos*

Nombre del fanvideo										
Fecha de publicación	Duración	Tipo de video		Personajes	Uso de clips originales de la serie	Música	Uso de voz en off	Inclusión de nuevos elementos	Temas	Argumento
		Remake						Locaciones	Amor	
		Trailer reeditado						Actores	Supervivencia	
		Machinima						Personajes	Muerte	
		Video						Otros	Amistad	
		Musical							Traición	
		Mash-up							Esperanza	
		Otros							Lealtad	
									No aplica	

Fuente: Elaboración propia

Resultados

- Análisis de los *fan fictions*:

En base al análisis de contenido que se realizó, se pudo determinar que los fans escritores tienen una fascinación por 3 personajes: Daryl Dixon, Rick Grimes y en especial, Beth Greene, dejando un poco de lado a los otros protagonistas de la serie. Beth aparece en 8 de los *fanfics* analizados, siendo uno de los personajes principales en 7 de ellos (el 63.6%), mientras que Daryl es también parte de 8 historias, pero protagoniza 5 (el 45.5%). Por su parte, Rick es incluido en 10 narraciones, de las cuales es uno de los personajes más importantes en 6 (en el 54.5%). El resto de personajes de la serie aparecen sólo de forma secundaria y, en casi todas las ocasiones, no tienen un rol importante en la historia. Asimismo, es importante mencionar que 7 de los *fanfics* contienen personajes inventados por los autores y 2 de ellos (*True Love in the Apocalypse* y *Luz en la oscuridad*) se centran alrededor de este tipo de personajes.

Por otro lado, el sitio en el que más se ambientan las historias es en la Prisión o el Instituto Correccional del Oeste de Georgia, pues este aparece en 5 oportunidades. Esto significa que estos *fanfics* suceden entre la segunda y quinta temporada de la serie, ya que es durante esos episodios que los personajes viven en la Prisión. En segundo lugar, se encuentra la Zona Segura de Alexandria, la cual es mencionada 3 veces, y ubica a las narraciones de la quinta temporada en adelante. Otros lugares en los que se ambientan los *fanfics* y que también son parte del programa son Woodbury y la granja de los Greene.

Respecto a los temas, los más recurrentes son el amor (tanto fraternal como romántico), el cual está presente en 6 relatos; la muerte, que es tocada también en 6 historias; y la importancia de la familia, que aparece en 5 ocasiones. Es

evidente que los escritores se ven muy interesados en crear historias de amor (y desamor) y situarlas en el ambiente hostil de la serie y hay una predilección por escribir sobre amores casi imposibles.

Asimismo, todos los *fanfics* estudiados se colocan dentro del género del drama, del cual también es parte la serie original. Sin embargo, aunque el programa está ambientado en un mundo post-apocalíptico plagado por *zombies* una gran mayoría (el 81.8% ó 9 de ellas) son parte del género romántico. Solamente 2 narraciones (*Atrapados* y *Luz en la oscuridad*) pertenecen al género de suspenso. El resto de géneros a los que pertenecen los relatos son acción/aventura, misterio y fantasía/sobrenatural (todos estos se dan sólo una vez). Ninguna historia es parte del género de terror, el principal género de *The Walking Dead*, lo cual podría deberse a que los fans prefieren concentrarse en historias que se alejan un poco de la premisa del show, aunque siempre teniendo presente el hecho de la invasión *zombie*.

La mayoría de historias de amor fueron escritas centrándose alrededor de la figura de Beth, expandiendo el romance con Daryl en la serie (en 3 narraciones), vinculándola con Rick (2 historias) y hasta emparejándola con Merle Dixon, uno de los antagonistas de la serie, en una ocasión. Entre los personajes masculinos, Rick es el que más historias románticas protagoniza: 2 veces con Beth, 2 con personajes inventados o ajenos al programa y 1 con Daryl.

Estas narraciones románticas responden a una de las estrategias de reescritura del texto mediático más usadas por los fans: el cambio de género. Así, por ejemplo, en *D&B* se recuenta cómo se enamoraron Daryl y Beth, mientras que en *Amor Clandestino* se inventa una historia de amor entre Beth y Rick. En *El universo es pequeño*, el autor sitúa a los lectores en un mundo en que aún no sucede el apocalipsis *zombie* y narra un relato de amor prohibido e incesto entre Rick y su sobrina. Otra técnica que se utiliza a menudo en los *fanfics* pertenecientes a la muestra es el alargamiento de la línea temporal del texto (se da en 5 relatos, es decir, en el 45.5% de los casos). Algunos casos de esto son el *fanfic Luz en la oscuridad*, el cual relata la vida de Rick previa al apocalipsis *zombie*; *Estamos vivos*, en el que se borra la muerte de Beth y se narra lo que pasa después de que se salva de ser asesinada en el Hospital Grady Memorial, y *La Bella y la Bestia*, en el cual se cuenta la vida futura de casados de Rick y Beth. Otra forma de reescribir la serie de la que se hace uso es la intensificación emocional, la cual se emplea 5 veces. Por ejemplo, *Atrapados* se basa en un momento crítico de la serie (la muerte de Lori y el nacimiento de Judith) para explorar cómo reacciona Rick ante esto y para ver a Daryl consolarlo. Por otro lado, 4 escritores utilizan la estrategia de recontextualización para reinterpretar la serie.

True Love in the Apocalypse narra los acontecimientos que se dieron tras la desaparición de Sophia Peletier e imagina una historia en la que la niña se encuentra con una familia de jóvenes supervivientes. De esta forma, este relato rellena un vacío en la serie: ¿qué sucedió con Sophia cuando se perdió en el bosque cercano a la Autopista Cementerio? Este *fanfic* es también un buen ejemplo del uso de la refocalización, la cual está presente únicamente en un relato. El *fanfic* le otorga gran importancia al personaje de Sophia, alguien que apenas aparece en el programa, y se enfoca en contar su historia. Esto implica que la narración se centra en una mujer que es también un personaje secundario. La realineación moral también se da en una sola historia: ella también lo amó. En ella se ve como el autor convierte a Merle Dixon, un villano en la mayoría de sus apariciones en la serie, en protagonista de una historia de amor con Beth Greene. Así, el escritor se apropia del antagonista y lo transforma en el héroe de su historia. La estrategia de la erotización se hace presente en las obras *La Bella y la Bestia* y *Atrapados*. En *La Bella y la Bestia* se relatan los amoríos que tiene Rick con diferentes chicas y cómo engaña a Beth, su esposa. En *Atrapados* se explora la sexualidad de Rick y Daryl, insinuando, de forma muy sutil, que existe una atracción romántica y sexual entre ambos personajes. Una última forma de reescritura que fue utilizada es la de las historias cruzadas o *crossovers*. Por ejemplo, en *El universo es pequeño* se inserta a los personajes de otra serie (*Victorious*, producida por Nickelodeon) en el mundo de *The Walking Dead* (aunque un mundo anterior a la catástrofe que convirtió a la mayor parte del mundo en *zombies* o caminantes).

Los *crossovers* no sólo se realizaron mezclando *The Walking Dead* con otros programas, sino que también se combinó a la serie con los cómics *The Walking Dead* (en 2 oportunidades) y con los videojuegos asociados a la franquicia (en 2 ocasiones). Por ejemplo, en *Estamos vivos* se hace alusión a Douglas Monroe, personaje que solo aparece como tal en los cómics de la serie (en el show televisivo, se le cambió de género de nombre y se lo convirtió en Deanna Monroe), mientras que en *D&B* se menciona a Will Dixon, el padre de Daryl, quién solamente aparece en el videojuego *Survival Instinct*. Es evidente que los fans tienen un amplio conocimiento acerca de todo el material relacionado a la serie, ya sea los cómics o los videojuegos.

Casi todos los *fanfics* analizados, con excepción de *Con cariño*, no se encontraban terminados al momento de la presente investigación (y probablemente jamás sean completados, pues fueron escritos hace mucho tiempo atrás). Así, la mayoría de autores limeños pertenecientes a la muestra no son constantes en lo que hacen y usualmente abandonan sus historias sin publicar el final. En algunos casos, los fans empiezan nuevos *fanfics* sin concluir los anteriores.

Finalmente es importante notar que los fans limeños no publican sus historias en revistas especializadas, sino que las comparten a través de internet, en portales especializados como Fanfiction.net, Quotev o Wattpad.

- Análisis de los *fan videos*:

Se analizaron 2 tipos de videos: 4 remakes y 1 video musical. En 2 de los *remakes* (*The Walking Dead – USMP* y *The Walking Dead (Fan Intro) - ¿Qué pasaría si Keiko ganara las elecciones 2016?*) son recreaciones de la careta de la serie, pero trasladándola al contexto peruano mientras que los otros 2 (*The Walking Dead – Apocalipsis Zombie en Perú* y *Lo que nos une – TWD Lima. Apocalipsis Zombie*) son episodios originales creados dentro del espacio narrativo de la serie, que buscan expandir el universo ficcional y mostrar acontecimientos paralelos a la serie pero que suceden en otro ambiente o país. Por otro lado, el video musical (*Daryl & Beth – Faithfully with lyrics* y subtítulos en español) pretende crear una historia amorosa entre Daryl y Beth a partir de la combinación de escenas de la serie con una canción romántica.

127

En cuanto a los temas, se pudo encontrar que en los *fan videos* las temáticas más recurrentes eran la supervivencia (apareció 2 veces), la muerte (2 veces), la amistad (2 veces) y la traición (2 veces). Otros temas que se vieron presentes fueron la esperanza, la lealtad y el amor (todos se presentaron en 1 ocasión). Es evidente que, en el caso de los *fanvids*, el tema del amor se ve relegado a favor de historias más cercanas al programa: se cuentan historias de jóvenes intentando sobrevivir, evadiendo o sucumbiendo ante la muerte en manos de *zombies*, etc. Así, el tono de las historias de los *fanvids* es más deprimente que las de algunos *fanfics*.

Por otro lado, el 40% de videos, es decir, 2 de ellos, tienen una duración menor a un minuto, mientras que el otro 40% tiene una extensión entre 3 y 5 minutos. El video restante (aquel que cuenta un episodio original creado por los fans de la serie) es mucho más largo y dura más de 5 minutos (su duración exacta es de 8 minutos con 19 segundos).

Además, se encontró que ninguno de los 5 videos hizo uso de la voz en *off*. Sin embargo, en *Daryl & Beth - Faithfully with lyrics* (subtítulos en español), la letra de una canción se usó para comentar las escenas y las acciones de los personajes, algo muy parecido a lo que se hace con la voz en *off* en la mayoría de películas y series.

Asimismo, la mayoría de personajes que se presentan (10 de ellos) son inventados por los realizadores el video (estos personajes nuevos aparecen en los *remakes* episódicos). Con respecto a los personajes pertenecientes a la serie, en los videos sólo se pudo observar la aparición de Daryl Dixon

y Beth Greene en un rol protagonista y de Judith Grimes como personaje secundario.

Con el fin de enriquecer y hacer suyos los videos, los fans agregaron nuevos elementos diferentes a los que aparecen originalmente en la serie. De esta manera, en 4 ocasiones se hizo uso de nuevas locaciones y nuevos actores para grabar los videos, mientras que en 2 casos se introdujeron también nuevos personajes. Así, por ejemplo, en *The Walking Dead – USMP* se usaron locaciones peruanas que buscaban imitar las locaciones originales que aparecen en la careta de la serie y se incorporaron fotografías de algunos actores nuevos, con el fin de que representaran a personajes ya existentes de la serie. En otros videos como *The Walking Dead (Fan Intro) – ¿Qué pasaría si Keiko ganara las elecciones 2016?* se usaron locaciones también peruanas, pero en lugar de sólo tratar de emular los ambientes que se ven en la serie original, las nuevas locaciones se utilizaron para mostrar espacios nuevos y diferentes. Igualmente, en este video se hizo uso de fotografías de periódicos peruanos (otro componente original) para contextualizar la careta y mostrar que lo que se veía en ella tenía lugar en Perú. En el caso de *The Walking Dead – Apocalipsis zombie en Perú y Lo que nos une – TWD Lima. Apocalipsis zombie*, las nuevas locaciones se usaron de la misma forma que en el anterior video estudiado. Además, para estos *fanvids* se crearon nuevos personajes peruanos (que eran interpretados por actores también peruanos), los cuales fueron introducidos en el contexto de la serie. Estos 2 videos emplearon otro nuevo elemento: inventaron una historia original y diferente basada en el universo ficcional de la serie, pero que sucedía en Lima, en vez de en Estados Unidos. El video *Daryl & Beth – Faithfully with lyrics* (subtítulos en español) fue el único que agregó nueva música, ya que utilizó la canción *Faithfully* (originalmente de la banda Journey, pero interpretada por Boyce Avenue) para crear una historia romántica entre 2 personajes.

Finalmente, para vincular los *fanvids* a la serie se usaron diferentes formas. Por ejemplo, uno de los videos –*Daryl & Beth – Faithfully with lyrics* (subtítulos en español)– utilizó clips originales de la serie en los que se ve a Daryl y Beth en diferentes escenas de la cuarta y quinta temporada (el resto de videos no usó clips de la serie, pues prefirieron grabar todo). Otro recurso que se aprovechó para vincular los *fan videos* con la serie fue la utilización de canciones del *soundtrack* del programa. Así, 4 de los videos hicieron uso de la melodía principal y más fácil de recordar de la serie (la canción de la careta) para musicalizar sus productos. Es evidente que todos los videos buscaban imitar el estilo y *look* de la serie. Para conseguir hacer esto, los fans encontraron y grabaron en locaciones similares a las de la serie, filmaron escenas oscuras o con poca luz y usaron filtros sepias para darle a sus videos una tonalidad

antigua y lúgubre (por ejemplo, en *The Walking Dead (Fan Intro) – ¿Qué pasaría si Keiko ganara las elecciones 2016?*).

- Análisis de los fans *cosplayers*:

Basándose en la etnografía realizada en el evento *Weekend Dead 2*, se pudo identificar que dentro del *fandom* de *The Walking Dead* limeño existen 2 tipos de *cosplayers*: 1) aquellos que se disfrazan simplemente por diversión y porque lo disfrutan y 2) aquellos que lo hacen porque buscan participar de concursos de *cosplay*. En el evento de agosto del 2015 hubo 24 personas disfrazadas (una muy pequeña parte del total de personas que asistieron a la convención). De estas, 8 fans (un 33.3%) participaron del concurso de *cosplay* que se realizó, mientras que el resto (16 personas o el 66.7%) se vistieron de sus personajes favoritos únicamente por placer o diversión.

Los caminantes (*walkers*) o *zombies* fueron los personajes de la serie de los que más se disfrazaron los fans. De los asistentes, 9 personas (37.5%) se vistieron y maquillaron como estos. El personaje principal que más se recreó fue Rick Grimes, que estuvo presente en 3 versiones (lo que significa que el 12.5% de *cosplayers* asistió a la convención como Rick): un hombre se presentó como Rick de la primera temporada de la serie, otro como Rick de la quinta temporada y, el último caso, fue una versión femenina. Otros personajes recreados por los fans fueron el Gobernador Phillip Blake, Daryl Dixon, Rosita Espinoza, Carl Grimes y Judith Grimes (cada uno representado por una persona).

Es importante mencionar que los fans no hicieron *cosplay* centrándose exclusivamente en personajes de *The Walking Dead*, sino que hubo personas que recrearon a personajes pertenecientes a otros productos mediáticos que nunca aparecen en la serie, llevándose a cabo una especie de *crossover* entre estos universos ficticiales. Sin embargo, para insertar a estos personajes ajenos dentro del contexto de *The Walking Dead*, todos fueron caracterizados como *zombies*. De esta manera, se pudo apreciar que algunos fans se vistieron de Gwen Stacy *zombie* (una persona), Cíclope *zombie* (una persona), Superman *zombie* (una persona), el Sr. Fantástico (una persona), la Mujer Invisible (una persona), la Antorcha Humana (una persona) y La Cosa (una persona). Así, personajes de los universos de El Hombre Araña, los X-Men, Superman y Los 4 Fantásticos estuvieron presentes en la convención.

La mayoría de *cosplayers* (alrededor de 15 personas, es decir, el 62.5%) eran hombres y sólo 9 eran de género femenino (el 37.5%). Entre las personas disfrazadas de *zombies*, más de la mitad (5 personas ó 55.6%) eran hombres y el 44.4% restante, mujeres. Casi todas las personas disfrazadas eran jóvenes

entre los 18 y 30 años (22 personas estaban en este rango de edad, es decir, el 91.7%). No obstante, 2 de los *cosplayers* eran mucho menores que el resto: una pareja de hermanos (un niño de aproximadamente unos 12 años y una bebé de 1 año) se habían disfrazado de Carl y Judith Grimes. Así, el 8.3% de participantes de *cosplay* era menor a los 15 años.

Respecto a los trajes que se usaron en la convención, la mayoría (18 ó 75% de ellos) eran bastante simples y fueron creados por los mismos fans a partir de artículos que encontraron en sus casas. Así, por ejemplo, la muchacha disfrazada de Rosita Espinosa llevaba una blusa de cuadros azul amarrada a la cintura, shorts de jean, una correa marrón de la que colgaba un cuchillo falso, botas negras y un gorro verde militar. Su vestimenta era muy parecida a la que usa el personaje en la serie, pero al mismo tiempo era ropa que cualquiera puede encontrar en su hogar. Además, en algunas ocasiones, los fans tuvieron que agregar ciertas piezas a sus prendas para lucieran más similares a los atuendos de la serie. Por ejemplo, el fan vestido de Daryl Dixon utilizó un chaleco negro al que le pegó 2 alas blancas de ángel en la parte trasera, de forma que se viera igual al que usa el personaje en el programa. Por otro lado, los otros 6 *cosplayers* (el 25% restante) utilizaron disfraces más complicados que fueron alquilados o comprados en una tienda especializada en disfraces. Estos 6 *cosplayers* fueron los fans disfrazados de Cíclope *zombie*, Superman *zombie* y los 4 Fantásticos *zombies*.

En cuanto a los accesorios, se portaron armas falsas de plástico para emular el *look* guerrillero de los personajes de *The Walking Dead*. De esta forma, lo que más se utilizaron eran cuchillos, pistolas y ballestas de juguete. El 25% de los 24 fans *cosplayers* (6) llevaban consigo este tipo de accesorios. También se usaron otro tipo de accesorios como insignias de policía (por ejemplo, uno de los fans disfrazado de Rick Grimes llevaba una de estas), parches para el ojo o visores (que utilizaron los fans vestidos del Gobernador y de Cíclope), pelucas (por ejemplo, la *cosplayer* que imitaba a Gwen Stacy llevaba puesta una peluca rubia), vendas (un ejemplo es la mujer vestida como la versión femenina de Rick) y sombreros de comisario (en el caso del niño que caracterizaba a Carl Grimes).

Por otro lado, 15 de los 24 *cosplayers* (el 62.5% de ellos) llevaban puesto algún tipo de maquillaje especial que simulaba la apariencia de un *zombie* (evidentemente estas 15 personas estaban disfrazadas de personajes zombificados). El maquillaje *zombie* de muchos de ellos (en especial de aquellos que no participaron en el concurso) fue hecho por profesionales durante la convención.

La mayor parte del tiempo, los *cosplayers* actuaban como ellos mismos y no trataban de imitar la forma de caminar, hablar o actuar de los personajes de

los que estaban disfrazados. Sin embargo, en algunas ocasiones sí intentaban caracterizar las conductas de sus personajes (especialmente cuando alguien se les acercaba a pedirles que se tomaran una fotografía con ellos). Por ejemplo, uno de los fans disfrazado de caminante se paseó por toda la discoteca imitando al *zombie*: caminaba encorvado, con las manos levantadas al frente y gruñía a las personas que pasaban a su costado. Durante el concurso, los *cosplayers* también personificaron e imitaron la forma de actuar de sus personajes. Así, por ejemplo, mientras se encontraban en el escenario, 2 de los fans que caracterizaban a Rick Grimes actuaban de forma ruda y fingían disparar a los *zombies* que veían.

Respecto al concurso de *cosplay* que se realizó, es importante mencionar que los 8 fueron los siguientes: 1) Rick Grimes peruano, 2) el Gobernador peruano, 3) Gwen Stacy peruana (personaje perteneciente a los cómics y películas del Hombre Araña pero que apareció en una versión *zombie*), 4) Daryl Dixon peruano, 5) Rosita Espinosa peruana, 6) un caminante o *zombie* peruano, 7) Rick Grimes peruana, en versión femenina y 8) Cíclope peruano (perteneciente a la franquicia de X-Men y, al igual que Gwen Stacy, era una versión *zombie* del personaje). Los ganadores del concurso fueron escogidos por el público: en tercer lugar, quedó El Gobernador peruano, en segundo lugar, quedó la joven disfrazada de Rick en versión femenina y, el primer lugar, se lo llevó Daryl Dixon peruano.

- Interacciones y relaciones entre los fans:

Como se mencionó anteriormente, el *Weekend Dead 2* fue un evento organizado por el club de fans *The Walking Dead* (Perú), fundado en octubre del 2011 y publicitado a través del fan page del grupo. El evento se llevó a cabo en una discoteca limeña dos meses antes del estreno de la sexta temporada del programa. La convención se realizó con el objetivo de crear expectativa por el regreso de la serie a las pantallas, para refrescar en la memoria de los fans los hechos que habían sucedido en temporadas anteriores y, sobre todo, para darles un espacio en el que pudiesen compartir su gusto por el *show* y disfrutar de actividades relacionadas a este.

En primer lugar, a través de la etnografía, se pudo encontrar que el evento atrajo a una gran cantidad de personas: a lo largo de las 10 horas que duró, asistieron aproximadamente unas quinientas personas (en la tarde, después de almuerzo, fue cuando se congregó la mayor cantidad de individuos al mismo tiempo). La gran mayoría eran adolescentes entre los 15 y 17 años de edad y jóvenes entre los 18 y 30 años. No obstante, también asistieron algunos adultos mayores a los 35 años y niños entre 1 y 14 años. Además, se pudo

determinar que al evento acudieron una cantidad parecida de hombres y mujeres (si es que hubo más asistentes masculinos o femeninos, la diferencia fue demasiado pequeña como para notarse). Sin embargo, fueron los hombres (jóvenes) los que más participaron en las actividades como el Concurso de *Cosplay* o el Tour *Apocalipsis zombie*. Casi todas las personas asistieron al evento en parejas (ya sea de amigos o de enamorados) o en grupos (de amigos o familias), aunque algunas pocas personas acudieron sin acompañantes. Es relevante mencionar también que la mayor parte de personas adquirieron sus entradas a la convención en pre-venta, pues fueron muy pocas las personas que compraron sus entradas en la puerta. Al final de la convención (como a las 21.00 horas), solamente quedaron unas sesenta personas.

Asimismo, se pudo notar que las personas encargadas de la supervisión del evento eran, en su mayoría, hombres jóvenes (entre 18 y 35 años). Se los pudo distinguir gracias a que llevaban puesto polos del programa junto a *fotochecks* que los identificaban como los organizadores. Jonathan Aguilar fue el animador principal que se encargó de dirigir las actividades que se realizaban en la zona del escenario. Por ejemplo, fue él quien presentó las charlas y comentó los episodios que se ponían en pantalla. El resto de organizadores se dedicó a dirigir el Tour Apocalipsis Zombie y a pasear por la discoteca para asegurarse que todo caminara a la perfección.

132

Con respecto a las razones por las que los fans decidieron asistir a la reunión, algunos afirmaron que decidieron ir porque la serie les agrada mucho y tenían curiosidad por ver qué novedades y cosas interesantes podrían encontrar en el evento. Estos fans sentían que el evento era algo novedoso y querían probarlo para averiguar de qué se trataba. En cambio, otros fans mencionaron que lo que les interesaba era realizar una actividad en específico. De esta forma, el motivo por lo que estos fans habían acudido al evento era para ver los episodios de la serie en HD y en pantalla grande, para comprar coleccionables en la Feria Walker, para participar del Concurso de *Cosplay* o del Tour Apocalipsis Zombie. Sin embargo, nadie afirmó que había ido al evento con el objetivo de conocer a otros fanáticos de su serie favorita.

Por otro lado, se pudo observar que muchos de los fans que visitaron el *Weekend Dead 2* conversaron con sus acompañantes acerca de sus personajes favoritos de la serie y los motivos por los que les agradaban tanto. Los personajes de los que más se pudo escuchar hablar fueron Rick Grimes (13 menciones), Daryl Dixon (10 menciones), Beth Greene (8 menciones), Sasha y Aaron (con 5 menciones cada uno). Asimismo, muchos debatieron sobre las muertes que más les habían impactado, aquellas que consideraban como las más tristes o, incluso, tontas. Se pudo apreciar que muchos de los fans

que hablaban acerca de las muertes en la serie mencionaban que la de Beth Greene en la quinta temporada había sido la muerte más chocante para ellos. Igualmente, algunas personas se dedicaron a conversar sobre lo sucedido en diferentes episodios del programa (lo que más les había impresionado, lo que les había gustado más o menos, etc.). Algunos fans también charlaron y compartieron sus creencias y teorías sobre lo que sucedería en la sexta temporada de la serie. Otra conversación que se escuchó a menudo fue acerca de lo que haría cada persona en caso de ocurriera un apocalipsis *zombie*: algunos fans afirmaron que consideraban que ellos no podrían sobrevivir por mucho tiempo, mientras que otros discutieron sobre cuáles serían las formas más eficientes de mantenerse con vida como, por ejemplo, agruparse con personas fuertes, almacenar suministros y esconderse solo, o matar a cualquiera que se le acercase y robarle sus cosas, entre otros.

Aunque el evento logró congregarse a una gran cantidad de personas (en su mayoría verdaderos fans de la serie junto a curiosos o acompañantes que querían pasar un buen rato), se pudo percibir que casi ningún grupo o individuo tuvo contacto con personas desconocidas para ellos, es decir, no hubo mayor interacción entre grupos de fans (la gente sólo se relacionó con las personas con las que llegaron al evento). La única excepción se dio cuando las personas les preguntaban a los *cosplayers* si podían tomarse fotos con ellos. Este fue uno de los pocos momentos en que se apreció que los diferentes grupos de fans entablaran una conversación entre sí.

Por otro lado, en cuanto al uso de palabras provenientes de la serie, se pudo advertir que los fans no utilizaban muchas expresiones exclusivas del show. La única excepción fue la utilización de la palabra “caminante” (la cual se usa para designar a los *zombies*, pues en el programa jamás se usa la palabra *zombie* para designar a los monstruos). De esta manera, casi todas las personas utilizaron esa palabra para referirse a los muertos vivientes que aparecen en *The Walking Dead*.

Respecto a las actividades, aquella que llamó más la atención de los fans fue la Feria Walker, que consistía en la venta de maquillaje *zombie*, figuras de colección de los personajes de la serie, *merchandising* con imágenes o frases del programa como casacas, polos, llaveros, stickers, pines, posters, tazas, tomados, vasos de shots, relojes, *mousepads*, cómics de *The Walking Dead* y otros cómics peruanos con temática zombie. Esta feria estuvo, en todo momento, llena de fans que se maravillaban ante los productos y compraban todo lo que podían. Es necesario indicar que todos estos productos fueron elaborados por grandes empresas y que no hubo ningún puesto que comercializara contenidos creados por los fans (como, por ejemplo, *fanfics* hechos por ellos).

Otra actividad que tuvo mucha acogida fue el Tour Apocalipsis Zombie, que consistía en un recorrido a través de los pasillos de un laberinto oscuro, en el cual se escondían personas disfrazadas de caminantes que intentaban asustar a los visitantes. Los fans ingresaban al tour en pequeños grupos y contaban con la ayuda de un guía que les decía por dónde debían ir y qué hacer en cada etapa (por ejemplo, a veces debían agacharse y arrastrarse para superar ciertos obstáculos). El Tour Zombie atrajo a una gran cantidad de personas desde el momento en que abrió (siempre hubo una gran cola para entrar y, desde su apertura, la participación en otras actividades disminuyó ligeramente) y fue visitado especialmente por los fans jóvenes.

En la zona del escenario la actividad con mayor éxito entre los fans fue la exhibición de episodios de la quinta temporada de la serie. Varias personas se quedaron viendo los capítulos de la serie, entrevistas y videos detrás de cámaras durante todo el evento y no participaron en ninguna otra actividad. En cambio, otras prestaban atención a los episodios, pero se retiraban de la zona del escenario cuando se pasaban los videos detrás de cámaras o se realizaban los sorteos o charlas. Así, por ejemplo, el primer sorteo (en el cual se regalaron dos pines y un póster de la serie) no generó mucha expectativa, por lo que la mayoría de personas que se encontraban en la discoteca al momento de su realización no le prestó mucha atención. Sin embargo, una charla que sí llamó la atención fue aquella llamada *Los que se han ido*, cuyo presentador fue un miembro de la Editora Vuk (empresa que distribuye los cómics de *The Walking Dead*) y en la que se discutieron las diferencias entre las muertes que se dieron en los cómics y en la serie. Un gran número de personas dejaron de realizar ciertas actividades (por ejemplo, visitar la Feria Walker) y se acercaron al escenario para escuchar esta charla.

Por otro lado, a pesar que fueron pocos los participantes, el concurso de *cosplay* sí tuvo gran acogida entre el público y llamó bastante la atención de las personas. Cuando empezó, casi todos los asistentes se acercaron a la zona del escenario para presenciar el espectáculo. Además, a través de aplausos y barras, fue el público el que eligió como ganador del concurso al Daryl Dixon peruano.

Asimismo, algunos jóvenes se acercaron al stand de maquillaje *zombie* y permitieron que artistas profesionales les maquillaran completamente la cara para convertirlos en *zombies*, mientras que otros prefirieron hacerse solamente un pequeño decorado. Luego de maquillarse, todos los participantes que pasaron por ese proceso se tomaron fotografías frente a un fondo decorado con el logo de *The Walking Dead*.

La actividad de cierre del evento (la presentación de dos bandas que tocaron *covers* de las canciones de *The Walking Dead*) reunió a alrededor de sesenta

personas. La primera agrupación estaba compuesta por tres mujeres que tocaban la pandereta, la guitarra acústica y cantaban. Este grupo estaba conformado por fans de la serie y únicamente tocaba canciones relacionadas a esta. La segunda banda era Enzate, la cual contaba con tres muchachos que tocaban guitarras eléctricas. En el evento, Enzate tocó sólo *covers* de canciones del programa, pero en la vida real, el grupo toca también canciones originales y *covers* de melodías ajenas a *The Walking Dead*.

Discusión

A diferencia de otras comunidades de fans como las de *Star Wars*, *Star Trek*, DC Cómics, entre otras, el *fandom* de *The Walking Dead* es bastante reciente (tanto en Perú como en otros países del mundo), pues la serie se emite desde 2010. Además, los *fandoms* en Perú son aún un fenómeno muy novedoso que recién se ha comenzado a desarrollar en los últimos años. Por estas razones, los contenidos transmediáticos que producen los fans peruanos aún son muy incipientes, especialmente en cuanto a contenidos audiovisuales. Esto hizo que, en contraste con los *fanfics*, fuese particularmente difícil encontrar *fan videos* para analizar en la presente investigación. La mayoría de videos peruanos que se encuentran en Internet, en lugar de buscar expandir el universo narrativo de la serie o crear algo nuevo a partir del programa, han preferido retratar lo que sucede en las diferentes convenciones y encuentros que realiza el club de fans del programa. Esto posiblemente se deba a que los fans peruanos aún no cuentan con los suficientes recursos para realizar ciertos tipos de videos o porque carecen de experiencia narrativa o en producción audiovisual.

Asimismo, a pesar de que *The Walking Dead* es un programa de terror y suspenso, la mayor parte de los *fanfics* se centran en historias románticas y amores imposibles o muy difíciles. La creación y el consumo de este tipo de narraciones evidencia que existe un gran interés por explorar cómo es que puede nacer y desarrollarse el amor hasta en las más extremas situaciones (en este caso, durante un apocalipsis *zombie*).

No obstante, en los *fanvids*, lo que más se ve (por lo menos en aquellos que cuentan historias) son temas como la supervivencia y la muerte. Mientras que muchos de los *fanfics* son más reflexivos y se centran excesivamente en los pensamientos y sentimientos de los personajes, videos como *The Walking Dead –Apocalipsis Zombie en Perú* y *Lo que nos une– TWD Lima*. *Apocalipsis Zombie* muestran mayor acción y suspenso (se acercan más a la forma de narrar de la serie). Esto puede deberse a que lo audiovisual usualmente es más eficiente para mostrar hechos más impactantes.

Por otro lado, la inclusión de nuevos elementos (como, por ejemplo, los actores, personajes, locaciones, etc.) en los videos analizados responde a la necesidad de los fans de hacer suyos los videos que realizan a partir de la serie, es decir, los nuevos elementos les ayudan a colocar su propio “sello” en los videos. Estos elementos también les permiten a los fans ubicar sus videos en espacios más familiares para ellos, les dan la posibilidad de colocar el universo de la serie en el contexto peruano. Por otro lado, el uso reiterativo de la música de la careta para vincular los *fanvids* con la serie se debe indudablemente a que esta es característica y representativa de la serie y muy sencilla de identificar. Este uso de la música no es algo nuevo en los contenidos de los diferentes *fandoms* y se presenta en los diferentes contenidos que producen los fans de otros textos mediáticos.

Asimismo, por medio del análisis de los contenidos generados por los fans y de la etnografía, se pudo encontrar una predilección por 3 personajes de la serie: Daryl Dixon, Rick Grimes y Beth Greene. A pesar de que en la serie existen muchos protagonistas, los fans mencionan que estos 3 son sus personajes favoritos y escriben y producen videos alrededor de ellos. De esta manera, los fans juegan mucho con estos personajes, los colocan en diferentes situaciones, reescriben sus historias e imaginan qué sucede con ellos después de ciertos eventos. Esta fascinación por estos personajes permite darse cuenta que los fans no están del todo satisfechos con lo que les sucede en la serie, por lo que buscan cambiar sus destinos a través de sus narraciones. Así, por ejemplo, es evidente que uno de los eventos del programa que menos felices ha hecho a estos fans es la muerte de Beth Greene, pues es el hecho alrededor del cual se han creado más historias.

Además, es evidente que la forma de compartir contenidos ha cambiado. Cuando Jenkins comenzó a estudiar al *fandom* de *Star Trek*, descubrió que solían compartir contenidos (en este caso, *fan fictions*) a través de revistas especializadas a las que denominó *fanzines*. Sin embargo, con el surgimiento de Internet, esto ha cambiado. Los fans limeños (pero también los del resto del mundo) ya no publican sus historias en revistas impresas, sino que utilizan Internet como un vehículo para compartir sus relatos y publican sus historias en portales especializados como Fanfiction.net, a través de los cuales pueden llegar a una mayor cantidad de personas. Sin embargo, una desventaja de este proceso es que los fans ya no se sienten obligados a terminar sus historias, pues estos portales no les exigen concluir las historias antes de publicarlas.

Los resultados indicaron también que las actividades que se prefirieron en el evento *Weekend Dead 2* fueron el Tour Apocalipsis Zombie, la visualización

de episodios de la serie y la Feria Walker. Todas estas actividades tienen algo en común: permiten que los fans puedan introducirse en el mundo de *The Walking Dead*. Así, en la feria pudieron adquirir productos que los identifican como fans de la serie mientras que el tour los insertó físicamente en un espacio lleno de *zombies* y los episodios los llevaron mentalmente al mundo narrativo del programa. Esta es la razón por la que estas actividades son tan populares: les dan a los fans la oportunidad de sentirse parte de la serie que tanto les apasiona, lo cual es algo que cualquier fanático desea.

Por otro lado, el *cosplay* es una actividad bastante nueva en nuestro país (por ejemplo, eventos que reúnan a *cosplayers* se vienen realizando recién desde el año 2008). Es por ello que en el evento analizado fueron pocas personas las que decidieron disfrazarse. Sin embargo, la gran acogida que tuvo el concurso de *cosplay* demuestra que sí hay un interés por esta actividad, por lo que es muy posible que cada vez se presenten más *cosplayers* en eventos como el *Weekend Dead 2*. Además, al igual que en otros países donde se lleva a cabo este fenómeno, como Japón o Estados Unidos, la mayoría de disfraces eran hechos por los propios fans. No obstante, los *cosplayers* de este *fandom* no presentan una de las características más importantes del *cosplay* que se presenta en otros países: la mayor parte del tiempo, ellos no actúan como los personajes a los que recrean, no imitan sus acciones ni personalidades.

Como se mencionó anteriormente, Jenkins considera que los fans son sólo aquellos individuos apasionados por un texto mediático que producen contenido alrededor de este. Sin embargo, se pudo comprobar que, como afirma la investigadora Guerrero (2012), los fans limeños participan en su comunidad de diferentes formas, no solamente produciendo contenidos. Así, en el *fandom* limeño de *The Walking Dead* se pueden encontrar fans creativos (aquellos que produjeron *fanfics* y *fanvids* y los compartieron a través de internet o aquellos que participaron del *cosplay* en el *gathering* analizado) y fans tertulianos (en este caso, serían aquellos que asistieron al evento y compartieron allí sus ideas y teorías sobre la serie). Uno no puede decir que estos últimos no son verdaderos fans, pues sienten la misma atracción y pasión por la serie que los otros, sólo que lo expresan de diferente forma. Además, es importante mencionar que estas formas de participación en la comunidad no son excluyentes entre sí, por lo que un fan puede pertenecer a ambas.

Al igual que el público al que se dirige *The Walking Dead*, la comunidad de fans limeños de la serie consiste, en su mayoría, en hombres y mujeres jóvenes entre 18 y 35 años. De estas personas, se puede afirmar que el club de fans, aquellos individuos que conforman (son integrantes de) el grupo *The Walking Dead* (Perú) y planean los *gatherings*, son muy organizados y tienen la capaci-

dad de congregar a una gran cantidad de fans en torno a eventos relacionados a la serie. Se puede decir que estos integrantes son los que más interesados están no sólo en la serie, sino en crear una comunidad que pueda compartir su amor por el programa. Sin embargo, las relaciones entre el resto de fans son un poco más difusas (por ejemplo, durante el evento no hubo mucha interacción ni contacto entre los diferentes grupos de personas y nadie mencionó que había asistido para conocer a otros fans). La poca interacción entre la mayoría de fans diferencia a este *fandom* de otros más consolidados (como, por ejemplo, el de *Star Wars*), en los cuales existe mayor trato, comunicación y relación entre los diferentes grupos de fans.

Para finalizar, se puede recalcar que el estudio de este *fandom* también ha permitido reconocer que los fans son todos aquellos individuos que sienten una afición por cierto texto mediático y que participan dentro de una comunidad de seguidores, ya sea observando las actividades del grupo, comentando y discutiendo sobre el texto o creando contenidos alrededor de este. Asimismo, el poco tiempo que lleva consolidado el *fandom* en nuestro país hace que aún no se establezca mayor interacción entre los diferentes grupos de fans. Así, cuando estos fans asisten a eventos relacionados al programa lo hacen porque desean realizar ciertas actividades que les permitan introducirse en el universo de la serie, pero no acuden con la intención de relacionarse o conocer a otros fans del texto mediático.

El conocer cómo funciona y qué produce un *fandom* es fundamental para comprender mejor qué es lo que interesa y llama la atención a las audiencias acerca de un texto mediático. El *fandom* limeño de *The Walking Dead* es aún bastante reciente, razón por la cual todavía no se producen muchos contenidos. En este *fandom* predominan los contenidos escritos (*fan fictions*) sobre los audiovisuales (*fan videos*) o el *cosplay*. Los contenidos generados por los fans de esta comunidad evidencian un claro interés por consumir historias románticas situadas en el mundo apocalíptico de la serie y muestran que no siempre están contentos con lo que sucede en el programa, por lo que sienten la necesidad de reescribir el destino de sus personajes favoritos.

Referencias

- Baki, B. (2014). *Utilizing Fandoms as a Semi-Controlled Word-of-Mouth Communication Channel in Popular Culture* (tesis de licenciatura). University of Applied Sciences, Vaasa, Finlandia. Recuperada de https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/76386/BORBALA_BAKI_THESIS.pdf?sequence=1
- Bárceñas, C. (2013). Más allá de la cultura participativa en la convergencia digital: Apropiación y creación cultural en la Guerra de las Galaxias. *Derecho a Comunicar*, (8), 48 - 65. Recuperado de <http://docplayer.es/10889552-Mas-alla-de-la-cultura-participativa-en-la-convergencia-digital-apropiacion-y-creacion-cultural-en-la-guerra-de-las-galaxias.html>
- 139 | Bittanti, M., & Eugeni, R. (2004). Sim-biosis. Di-simulando The Sims. En L. Escudero (Ed.), *DeSignis: Corpus Digitalis. Semióticas del mundo digital* (pp. 85-96). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Boyles, L. (2013). *What is the relationship between film studios and online fan activity? A study of Warner Brothers and the Harry Potter franchise* (tesis de licenciatura). Brunel University, Londres, Inglaterra. Recuperada de https://www.academia.edu/11163822/What_is_the_relationship_between_film_studios_and_online_fan_activity_A_study_of_Warner_Brothers_and_the_Harry_Potter_franchise
- De Kloet, J. & Van Zoonen, L. (2007). Fan Culture: Performing Difference. En E. Devereux (Ed.), *Media Studies: Key Issues and Debates* (pp. 322-341). Los Ángeles: Sage. Recuperado de http://jeroendekloet.nl/wp-content/uploads/2012/06/Kloet_vanZoonen_Devereux.pdf
- Díaz, J. & Muñoz, P. (2006). Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment. *The Journal of Specialised Translation*, (6), 37-52. Recuperado de http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.pdf
- Gardner, D. (2012). *Abracadabra: Key Agents of Mediation that Define, Create and Maintain TV Fandom* (tesis de maestría). Georgia State University, Estados Unidos. Recuperada de http://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1093&context=communication_theses

- Gómez, H. (2011). Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la convergencia de medios. A dos décadas de Textual Poachers, de Henry Jenkins. *Razón y Palabra*, (75). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/19_Gomez_M75.pdf
- Guerrero, M. (2012). La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina. El caso de Infidels y Mistresses. *Signo y Pensamiento*, 31(61), 74-90. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v31n61/v31n61a05.pdf>
- Guerrero, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de “Águila Roja” y “Juego de Tronos” en España. *Comunicación y sociedad*, (21), 239-267. Recuperado de <http://comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/578/599>
- Gooch, B. (2008). *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom* (tesis de licenciatura). Georgia Institute of Technology, Estados Unidos. Recuperada de https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/21818/gooch_betsy_r_200805_ro.pdf
- Hirsjärvi, I. (2013). Alfabetización mediática, *fandom* y culturas participativas: Un desafío global. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultur*, (48), 37-48. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2013m9n48/analisi_a2013m9n48p37.pdf
- Internet Movie Database (s.f.). *The Walking Dead: Awards*. Recuperado de <http://www.imdb.com/title/tt1520211/awards>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Trad. P. Hermida). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión* (Trad. A. Capel). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Patten, D. (5 de abril del 2016). ‘The Walking Dead’ ratings down from 2015 finale. Recuperado de <http://deadline.com/2016/04/the-walking-dead-ratings-season-6-finale-down-amc-1201732195/>

- Pearson, R. (2010). Fandom in the Digital era. *Popular Communication*, (8), 84-95. <http://dx.doi.org/10.1080/15405700903502346>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan* (1.^a ed.). Barcelona: Deusto Ediciones.
- Shefrin, E. (2004). *Lord of the Rings, Star Wars, and Participatory Fandom: Mapping New Congruencies between the Internet and Media Entertainment Culture*. *Critical Studies in Media Communication*, 21(3), 261-281. <http://dx.doi.org/10.1080/0739318042000212729>
- Torti, Y. & Schandor, A. (6-8 noviembre del 2013). El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural. *VII Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Recuperado de http://jornadasjovenesiigg sociales.uba.ar/files/2013/10/eje4_tortifrugone.pdf