

FANDOM ADOLESCENT

La influència del fenomen fan en la cerca de
la identitat durant l'adolescència

Laia Alarcón Boyero

Tutor: Carles Serra Salamé

Data de lliurament: 3 de juny de 2016

Data de presentació: 13 de juny de 2016

Treball Final de Grau

Grau en Pedagogia

FANDOM ADOLESCENT

La influència del fenomen fan en la cerca de la identitat
durant l'adolescència

Laia Alarcón Boyero

Tutor: Carles Serra Salamé

Data de lliurament: 3 de juny de 2016

Data de presentació: 13 de juny de 2016

Treball Final de Grau

Grau en Pedagogia

“Como fan, considero que la mayoría de las descripciones académicas son sensacionalistas y crean malentendidos sobre esta subcultura. Gracias a las conversaciones que he mantenido con los fans, me he dado cuenta de que estos malentendidos tienen consecuencias directas en nuestras vidas y contribuyen a fomentar un trato con frecuencia hostil por parte de compañeros de trabajo, amigos y miembros de la familia.” (p.18)

Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos: Fans cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

Gràcies a totes les persones, i en especial
al meu tutor, que han cregut en mi i en la
temàtica d'aquesta recerca.

ÍNDEX

<u>INTRODUCCIÓ</u>	<u>12</u>
<u>MARC TEÒRIC</u>	<u>15</u>
1. L'adolescència, joventut i cerca d'identitat	15
1.1. La identitat	17
1.2. La identitat col·lectiva	19
2. Les cultures juvenils	21
3. El fenomen fan al llarg de la història	22
3.1. <i>Teeny-bopper</i> : La primera cultura juvenil de caràcter femení i el principal antecedent del fenomen fan	24
4. La visió negativa de la societat	26
4.1. La importància de la llengua: L'arrel de la paraula fan i els seus derivats	27
4.2. Fans i <i>celebrity worship</i>	29
5. La influència del fenomen fan en cerca de la identitat durant l'adolescència	32
5.1. Consumisme adolescent i identitat	36
5.2. La identitat en una societat <i>online</i>	37
6. La importància educativa de conèixer el fenomen fan i altres cultures juvenils	39
<u>METODOLOGIA</u>	<u>44</u>
1. Els instruments	44
1.1. El qüestionari	44
1.2. L'entrevista	47
2. Cronogrames	54
<u>ALÀLISI DELS RESULTATS</u>	<u>56</u>
1. Anàlisi dels qüestionaris	56

2.	Anàlisi de les entrevistes	60
2.1.	Cultura juvenil	60
2.2.	Estereotips i prejudicis	71
2.3.	Identitat	76
2.3.1.	Futur professional	84
2.3.2.	Orientació sexual i identitat de gènere	85
2.3.3.	Famós i material cultural	87
2.4.	Educació	92
2.5.	Paraula: Emocions i sentiments dins d'un <i>fandom</i>	98
<u>CONCLUSIONS</u>		<u>100</u>
<u>EL PAPER DEL PEDAGOG</u>		<u>103</u>
<u>BIBLIOGRAFIA</u>		<u>107</u>
<u>GLOSSARI</u>		<u>113</u>
<u>ANNEXOS</u>		<u>116</u>
1.	Annex 1 – Qüestionari	116
2.	Annex 2 – Model d'exemple d'entrevista transcrita, cas 1	118
<u>CONTRAPORTADA</u>		<u>136</u>

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1 - Objectius del treball	14
Taula 2 - Relació dels objectius i les preguntes del qüestionari	46
Taula 3 - Casos	48
Taula 4 - Relació dels objectius i les temàtiques de les entrevistes	52
Taula 5 - Cronograma de tutories	54
Taula 6 - Cronograma d'entrevistes	54
Taula 7 - Cronograma del treball	55
Taula 8 - Mitjana aritmètica dels qüestionaris	56
Taula 9 – Moda dels qüestionaris	57
Taula 10 - Tabulació creuada Edat-Identitat	58
Taula 11 - Proves de chi-quadrat	59

ÍNDEX DE GRÀFICS

Gràfic 1 - Gènere dels enquestats	56
Gràfic 2 - Resposta a la pregunta número 5 del qüestionari	57

INTRODUCCIÓ

Fandom adolescent: La influència del fenomen fan en la cerca de la identitat durant l'adolescència és el resultat d'un conjunt d'idees i preguntes, sorgides al llarg de quatre anys i de diversos mesos de recerca, presentat com a Treball Final de Grau de pedagogia a la Universitat de Girona.

En aquest treball s'intenta conèixer com el fet de participar del fenomen fan adolescent pot influir a alguns adolescents en la cerca de la seva identitat i com això els ajuda amb aquesta turbulenta etapa i en la seva transició cap a l'edat adulta. Tot això, amb el propòsit de proporcionar una base teòrica que ajudi a familiars, educadors o altres adults que es relacionen amb adolescents que són fans a entendre'ls millor. A través d'aquesta coneixença s'haurien de realitzar millors intervencions, programes, projectes o accions que allunyin dels prejudicis imposats a aquesta cultura juvenil, la qual pot arribar a aportar molts elements als nois i noies en els seus processos de maduració i cerca d'identitat.

D'ençà que vaig començar el grau vaig tenir clar que volia profunditzar especialment en qüestions properes als adolescents i joves i investigar sobre temàtiques poc tractades o conegudes. Considero que la visió adultocràtica de l'adolescència i la joventut, enteses com un període d'adaptació i transició cap a l'edat adulta, ha generat que es menyspreïn molts dels fenòmens o processos d'ambdues etapes. Que aquestes siguin períodes de transició no implica que siguin menys importants o menys destacables, de fet el meu punt de vista és totalment contrari, penso que cal parar-hi més atenció a elles i tot el que les envolta perquè són vitals pel nostre desenvolupament i creixement, físic, mental i emocional. Penso que els adults, especialment aquells qui treballen en els àmbits educatius, haurien de conèixer molt més a fons aquestes etapes i els seus fenòmens. Només des de la coneixença profunda podran posar-se al seu lloc, entendre'ls, fer que se sentin còmodes perquè els hi expliquin les coses i fer unes bones intervencions socioeducatives.

Segurament hi ha àmbits molt més importants o pendents a la pedagogia en els quals em podia haver endinsat per a fer un treball d'aquestes dimensions però vaig optar per fer un treball més personal que fa dos anys que em ronda pel cap. Estarem d'acord en el fet que estudiar el fenomen fan adolescent no és el més important de la pedagogia

però sí que té certa importància. Al llarg de tota la meva adolescència, i actualment, he format part d'aquest fenomen i he viscut en primera persona com aquest fet influïa directament a la meva identitat, a la meva manera de ser, de pensar, de veure el món. Però també he vist com aquest fenomen està ple de prejudicis i és molt menyspreat per la societat i, allò que més em dol, per molts professionals de l'educació que sovint se sumen a allò que tota la societat pensa sobre els i les fans. Quan vaig ser adolescent em vaig trobar en moltes situacions en què jo veia que la meva família, els meus professors i fins i tot la meva psicòloga, no eren capaços d'empatitzar, d'entendre el que representava el fenomen fan per a mi i, allò que més els hi costava, adonar-se que no era quelcom negatiu, sinó al contrari. Molt sovint rebia comentaris de diverses persones del tipus: "Ja se't passarà", "no sé com et poden agradar aquells", "allò no és ni música", "quina tonteria", "estàs tonta", entre d'altres. Em sentia tan jutjada per tothom i tan poc entesa pels adults del meu voltant que, en comptes de demanar-los-hi ajuda o consells, m'allunyava tot el que podia. En canvi, quan per exemple la meva família va començar a acceptar la meva participació en aquest fenomen, vaig començar a obrir-me més a explicar-los-hi les meves coses, no només aquelles que tenien a veure amb el fenomen fan, sinó moltes altres que abans no volia explicar perquè em sentia jutjada. Penso que des de l'educació, des de la pedagogia, es pot contribuir que això deixi de passar als adolescents que formen part d'aquest fenomen. A través d'aquest estudi pot canviar la visió d'alguns professionals o d'algunes famílies i aquest petit canvi pot millorar les relacions i les intervencions amb els adolescents.

Però abans de començar amb la recerca, és necessari fer alguns aclariments. Un d'ells és sobre allò que entenem com a fenomen fan. La majoria dels investigadors que han desenvolupat treballs sobre aquest fenomen, com Jenkins (2010), entenen que és quelcom que rodeja a qualsevol tipus de fans, independentment del seu grup d'edat o d'allò que és objecte d'admiració, que pot ser un producte cultural, una persona, entre d'altres. Però com que aquest fenomen està molt lligat a la joventut i l'adolescència, cada vegada més persones l'entenen com a un fenomen característicament adolescent. El fenomen fan adolescent és aquell que envolta seguidors joves i adolescents, generalment noies, que admiren actors, actrius o cantants, que normalment també són joves, o altres produccions culturals destinades principalment a un públic adolescent o juvenil. Al llarg d'aquest treball quan parli de fenomen fan em referiré al fenomen fan adolescent.

D'altra banda, per a facilitar la lectura s'obviaran distincions de gènere del tipus: Els i les adolescents o els i les joves. Es farà servir en gran part del treball el genèric, el masculí, excepte en l'apartat d'anàlisi de les entrevistes i conclusions on es farà servir com a genèric el femení, tot i que és un error lingüístic. Tot i que és incorrecte i no s'hauria de fer servir ni tan sols quan hi ha majoria d'individus del gènere femení, s'ha decidit fer així perquè els participants del fenomen fan parlen gairebé sempre en femení, ja que la gran majoria són noies. Tot i l'error lingüístic que això genera, vaig valorar que en el treball ens havíem d'apropar el major possible a aquest fenomen i que s'havia de tractar aquest tal com el tracten els seus participants i si aquests fan servir el femení, era lògic fer-lo servir jo també.

Tot el treball està pensat per a donar resposta a un objectiu general, analitzar de quina manera el fet de formar part del fenomen fan adolescent influeix en la cerca d'identitat durant l'adolescència. Però el treball també té altres objectius més específics que sorgiran a mesura que s'intenti aconseguir el general o que poden sorgir un cop finalitzada la recerca de l'objectiu general, com afavorir a què professionals de l'educació, famílies i altres persones interessades entengui millor aquest fenomen i com aquest pot influir als adolescents.

Taula 1 - Objectius del treball

Objectiu general	Analitzar de quina manera el fet de formar part del fenomen fan adolescent influeix en la cerca d'identitat durant l'adolescència.
Objectius específics	Conèixer més profundament aquest fenomen.
	Ajudar a minimitzar els prejudicis i estereotips cap a aquest fenomen.
	Afavorir a què professionals de l'educació, famílies i altres persones interessades entengui millor aquest fenomen i com aquest pot influir als adolescents.
	Analitzar quin tipus de relacions es creen dins d'aquest fenomen.
	Dotar de major reconeixement aquest fenomen social.
	Generar nous temes d'investigació sobre el fenomen fan

MARC TEÒRIC

La cultura del fenomen fan ha crescut molt al llarg dels últims anys amb l'ajuda de les noves tecnologies i hi ha molta gent arreu del món, especialment adolescents, que s'anomenen a si mateixos fans, admiradors. La participació en aquesta cultura generalment comença durant l'adolescència, un període on les diferents influències culturals, com per exemple la música pop, semblen tenir un impacte molt significatiu (Anderson, 2012).

Fans n'hi ha hagut al llarg de tota la humanitat però amb diferents trets característics. Des d'aquells qui admiraven als herois de les societats antigues, passant pels fidels seguidors del teatre i de Hollywood, fins als grans seguidors dels esports i la música. Però actualment el món dels fans, i especialment dels participants del fenomen fan, està ple d'estereotips i prejudicis que han provocat que molta gent menyspreï aquest fenomen i que fins i tot molts acadèmics creguin que no és suficientment digne com per ser estudiat o valorat.

Contràriament al que pugui semblar, ser fan no és sinònim de ser un fanàtic. La paraula fan n'és derivada però no implica les connotacions negatives que aquesta té. Tot i així, quan parlem del fenomen fan i els seus seguidors, el tòpic ens porta a pensar en noies adolescents o joves que tenen una gran obsessió, gairebé de bogeria o fanatisme, i que són seguidores incondicionals de les estrelles del moment de la música, el cinema, la moda o, fins i tot en alguns casos, de l'esport.

Al llarg dels pròxims apartats es tractaran els temes de l'adolescència i la cerca d'identitat, el fenomen fan, els diversos tòpics i prejudicis que hi ha respecte als fans i la relació de totes aquestes anteriors, així com la importància educativa de conèixer el fenomen fan i altres cultures juvenils.

1. L'ADOLESCÈNCIA, JOVENTUT I CERCA D'IDENTITAT

L'adolescència i la joventut són etapes contigües de la vida que queden superposades i que comparteixen moltes característiques, especialment pel que fa a la cerca de la identitat. Segons la World Health Organization (2015), l'adolescència és el període de desenvolupament i creixement humà que es produeix després de la infància i

abans de l'edat adulta. Aquest període està comprès entre els 10 i els 19 anys. És una de les transicions més importants de la vida i es caracteritza principalment per la reorganització de la identitat i per l'accelerat ritme en el creixement, que només és superat per les primeres etapes de la infància. Els determinants biològics de l'adolescència generalment són universals, amb l'inici a la pubertat. Però la duració d'aquest període ha variat molt al llarg de la història i pot ser molt diferent en funció de les cultures, les situacions socioeconòmiques i la persona.

D'altra banda es defineix la joventut com a un període de transició de la dependència de la infància a la independència de l'edat adulta. Té molt a veure amb les característiques de vida d'una persona i és per això que està poc regida per unes edats concretes. De forma general es considera que algú deixa de ser jove i passa a ser adult quan ha aconseguit emancipar-se dels seus pares o tutors legals. S'entén per emancipació un concepte ampli en el qual intervenen molts factors i en què una persona és totalment autònoma de la seva vida, tant en l'àmbit d'habitatge, com laboral i de formació. Tot i així, l'edat és la forma més fàcil de definir aquest període per a poder fer estudis o parlar sobre la joventut, és per això que la UNESCO (2016), seguint la definició de les Nacions Unides, entén que els joves són les persones d'entre 15 i 24 anys. Però la UNESCO reconeix que els joves són un grup molt heterogeni que està en constant evolució i que varia molt en funció de les regions del planeta o fins i tot dins d'un mateix país.

Així doncs, tant l'adolescència com la joventut són períodes de canvis, biològics, psicològics, socials, econòmics, etc., que influeixen directament en la reorganització de la identitat. Aquests sovint generen moltes inquietuds i conflictes interns que han donat pas a què la nostra societat identifiqui aquestes etapes, especialment l'adolescència, amb períodes complicats. Però aquesta visió té a veure sobretot amb teories fonamentades en la biologia i la psicologia, que foren les primeres que es van realitzar. Amb els anys es van estudiar aquests moments vitals des d'altres perspectives, com va fer Margaret Mead (1926 citat per Feixa, 1993) que va estudiar-les des d'una visió antropològica. Aquesta nova visió va demostrar com l'adolescència i la joventut, fases prèvies a l'edat adulta, són trets característics de les societats més avançades, que els problemes d'aquestes etapes es troben lluny de ser universals i que han sorgit de les tensions del món contemporani. A la nostra societat occidental, les definicions més acceptades sobre

aquests períodes són aquelles que parlen sobre què són èpoques de canvi que repercuteixen especialment en la reorganització de la identitat.

1.1. La identitat

La identitat, així com l'adolescència o la joventut, és un concepte molt difícil de delimitar i descriure. S'ha estudiat des de diferents perspectives, sociològica, filosòfica, antropològica, entre d'altres, però especialment des de la psicològica. Diversos psicòlegs han intentat definir-la al llarg de la història entenent que aquesta és donar un sentit a un mateix, una actitud que es pot tenir o un objectiu al qual has d'arribar. Als anys 60 diversos estudiosos neofreudians van començar a intentar donar una perspectiva més amplia a la identitat gràcies als nous moviments socials que estaven sorgint entre els adolescents i joves. Erik Erikson (1968 citat per Feixa, 1993), un investigador molt conegut per les seves aportacions sobre la identitat, fou un d'aquests acadèmics. Va començar a parlar sobre considerar l'adolescència i la joventut com una crisi d'identitat normativa, quelcom que era necessari per a poder configurar la personalitat adulta (Feixa, 1993). Seguint els seus estudis, dues dècades més tard, Marcia (1980) afegia que la identitat es refereix a una posició existencial, a una autoestructura interna, una organització interior de les necessitats, el talent, les creences, la postura sociopolítica, l'orientació sexual, la història individual, la direcció professional i la percepció que es té d'un mateix, i que proporciona un sentit i una direcció a la vida. Marcia (1980) considerava que com més desenvolupada està la identitat les persones som més conscients de la nostra singularitat i les nostres semblances o diferències amb altres individus, així com som més conscients dels nostres punts forts o dèbils. En canvi, quan la identitat està poc desenvolupada tot és més confús i tendim a sentir-nos perduts i desorientats i sovint recorrem a fonts externes per avaluar-nos a nosaltres mateixos.

La identitat és dinàmica, està en continua evolució, i es van introduint i descartant diversos elements contínuament al llarg de la vida. També va unida a diverses operacions formals i raonaments morals que fem segons el nostre moment vital. Aquestes operacions són canviants i formen unes estructures més o menys estables que ens ajuden a donar resposta a diverses problemàtiques que trobem al llarg de la vida (Marcia, 1980; Feixa, 1993). Les estructures poden variar gradualment al llarg dels anys, l'experiència i les interaccions amb l'entorn i la societat. Tot i els canvis, tenim la

capacitat de continuar sentint-nos nosaltres mateixos gràcies al què s'anomena l'experiència emocional de la identitat. Hi ha alguns períodes de la vida els quals són més importants que d'altres per a aquesta modificació d'estructures, com per exemple l'adolescència. En aquesta etapa les dificultats pel que fa a la identitat acaben quan el jove adquireix l'experiència emocional de la identitat, és a dir, que es reconeix a si mateix com a la mateixa persona que era abans però diferent. Aquest concepte és el centre de dues accions anomenades funcions de la identitat, la primera és l'autoestima i la segona la capacitat d'adaptar-se a l'entorn. Segons Balzat (2002) dites accions són indispensables per a l'equilibri psíquic de les persones.

El procés d'identitat no comença ni acaba amb l'adolescència, s'inicia des del moment en què un infant comença a diferenciar-se a si mateix d'un objecte o d'una altra persona i acaba amb la vellesa. Però, per què és important l'adolescència respecte a la identitat? L'adolescència és un període de transició, un període en el qual es comencen a enfocar més directament diverses qüestions morals, comença a donar-se veritable importància als valors humans i s'inicia un enfocament més psicosocial on es dona molta rellevància a les expectatives i les directrius dels altres sobre un mateix. També sorgeix l'organització de la història personal, de les habilitats pròpies i dels defectes i els objectius vitals. Durant l'adolescència, especialment en l'adolescència tardana, els nois comencen a tenir de forma conjunta i per primera vegada un gran desenvolupament físic, una evolució de les seves habilitats cognitives i les seves expectatives socials. A més comencen a fer identifications amb la seva infància, prenen consciència de la seva història i tot els porta a començar a construir un camí cap a l'edat adulta (Marcia, 1980). Tots aquests canvis fan que els adolescents s'enfrontin més aviat a una crisi d'identitat que no pas a una cerca d'aquesta perquè com s'ha vist, la identitat s'inicia molt abans de l'adolescència. Però amb els forts canvis que patim les persones durant aquesta etapa, la identitat també comença a patir canvis i porta a aquells qui són adolescents a reorganitzar els continguts de la seva identitat més que en cap altra etapa. Aquesta gran reorganització que han de fer els adolescents sobre la seva identitat sovint porta a parlar de cerca d'identitat i no tant de crisi, que seria el més correcte, perquè és el període on més canvi es genera i per tant és gairebé com si es busqués una nova identitat.

1.2. La identitat col·lectiva

Els grans canvis socioculturals que ha patit la nostra societat al llarg de les últimes dècades ha portat a les societats occidentals a passar d'una estructura comunitària a una en la qual l'individu és el centre. L'individualisme és un dels canvis més importants de la nostra època. En un món globalitzat la gent s'aferra a la seva identitat com a font de sentit de les seves vides (Castells, 2003). Aquest canvi fa que la construcció de la identitat s'hagi tornat quelcom més complex. Antigament existien menys alternatives de comportaments o creences i tot era més clar i rígid, per exemple, només podies seguir una determinada ideologia religiosa perquè no hi havia tanta diversitat. Tot i aquest individualisme, les persones no construïm la nostra identitat de forma solitària, aquesta es modifica relacionant-nos amb els altres i amb el nostre context sociocultural tant de forma verbal com no verbal i formant part de grups (Tajfel, 1984 citat per Guitart, 2009). Segons Kroger (2004) som agents actius pel que fa a les nostres eleccions, alterem i modifiquem les nostres identitats amb l'objectiu que aquestes ens proporcionin una major satisfacció amb nosaltres mateixos i el nostre entorn.

Com hem vist, la identitat és un concepte difícil de definir que ha estat estudiat des de disciplines i perspectives molt diverses. En general entenem que la identitat és el que fa referència a allò que un pensa d'un mateix, a l'autoconcepte. En èpoques de crisi es fa més intensa la necessitat d'afirmar la nostra identitat, és per això que durant l'adolescència i la joventut és on es busquen més respostes a la pregunta "qui sóc?". Respondre aquesta pregunta és necessari per a poder definir-se a un mateix i saber quin espai s'ocupa en el món. Trobar aquesta resposta és quelcom complicat de forma individual, és per això que en general es busquen suports en grups. Aquest fet va molt lligat al concepte d'identitat social, també anomenat identitat col·lectiva, de Heny Tajfel, un dels psicòlegs socials més importants de les últimes dècades pel que fa a estudis de la identitat i que va voler anar més enllà de la perspectiva individual i psicològica que van donar Erikson (1968 citat per Feixa, 1993) i Marcia (1980). Tajfel (1984 citat per Guitart, 2009, p. 44) definia aquest concepte de la següent manera:

“Entendemos por identidad social aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Resultará claro que ésta es una definición limitada de identidad o de la identidad social.”

En altres paraules, Tajfel (1984 citat per Guitart, 2009) no se centra a definir què és la identitat sinó que proposa un concepte per tal de destacar com les categories socials formen part de la visió que es té d'un mateix, de la identitat individual. Les categories socials sorgeixen del procés de categorització social. Aquest consisteix a trobar elements que siguin semblants i que es puguin classificar dins d'una mateixa categoria, alhora que buscar diferències entre d'altres. Dita categorització ens ajuda a establir relacions amb persones que comparteixen quelcom amb nosaltres, com una religió, un equip de futbol, etc., però també pot implicar una despersonificació, que s'acabin tractant a les persones a partir de la seva pertinença grupal i no per qui són. Castro i López (2007 citat per Guitart, 2009) i Guitart (2009) entenen per grup quelcom més que allò que Tajfel proposava. Ells entenen que un grup no són només un conjunt de persones que comparteixen una categoria social sinó que també poden compartir un suport històric i institucional. Així doncs, seguint aquestes idees i la psicologia sociocultural (Wertsch, del Río i Álvarez, 1997 citat per Guitart 2009) el desenvolupament de la identitat es forma a partir de la relació amb grups, alguns situats històricament i amb suport institucional.

Després de Tajfel altres acadèmics van seguir en aquesta línia d'identitat social, com per exemple Maffesoli (1990), que parla del paradigma estètic, sentir o experimentar de forma comuna. Maffesoli (1990) reforça la idea que la persona només val en tant que es relaciona amb els altres. Gràcies al concepte d'identitat social veiem com és gairebé impossible definir la nostra identitat de forma totalment individual. Les persones som éssers socials que vivim en grups i aquests influeixen sobre nosaltres i sobre la idea que tenim de qui som. Sentim a parlar molt de l'individualisme però és una característica de la modernitat que actualment, en la postmodernitat, ha quedat endarrerida, segons Maffesoli (1990), pel retorn de la necessitat del grup. És a dir, la persona es construeix a partir dels altres, de les interaccions amb els grups i els sentiments i les emocions que sorgeixen d'aquestes. Som subjectes socials que ens identifiquem amb diversos col·lectius per entendre o construir qui som.

Aquest suport que busquem les persones en els grups en èpoques de crisi, com en l'adolescència, fa que entre els adolescents i joves sorgeixin fenòmens com les bandes juvenils, les tribus urbanes o el conegut grup d'iguals. Formar part d'aquests grups contribueix a la formació de la identitat dels joves.

2. LES CULTURES JUVENILS

Segons Feixa (1993, p. 47) "les cultures juvenils fan referència a la manera com les experiències socials dels joves són expressades col·lectivament mitjançant la construcció d'estils de vida distintius, localitzats fonamentalment en l'àrea del lleure, en espais intersticials de la vida institucional". Podem trobar dos grans sentits a les diferents cultures juvenils. El sentit més ampli té a veure amb com aquestes són expressades de forma col·lectiva, fent referència a les experiències socials dels joves, mitjançant la construcció d'estils de vida que se centrin principalment en el temps lliure. L'altre sentit és més acotat i té a veure amb l'aparició de microsocietats juvenils amb autonomia respecte a les institucions adultes. Aquestes microsocietats tenen espais i temps específics i van néixer als països occidentals després de la Segona Guerra Mundial (Feixa, 1998).

Sovint quan es fa referència a les cultures juvenils es confonen diversos termes, és per això que Feixa (1993; 1998) fa una clara distinció. Es parla de cultures juvenils i no de cultura juvenil, quan es parla de forma general, perquè el terme en plural descriu millor la seva diversitat. Cultures i no subcultures, de forma general, o cultura i no subcultura, de forma concreta, perquè aquest segon terme s'ha fet servir normalment en els estudis sobre marginació i no es vol donar a entendre que les cultures juvenils siguin quelcom marginal. També a vegades es pot sentir parlar de microcultura i de bandes. Microcultura és un concepte ideat per Helena Wulf (1988 citat per Feixa, 1993) que descriu diferents significats i valors utilitzats en situacions locals concretes per petits grups de joves en la vida quotidiana. Seguidament, el concepte de banda s'ha fet servir generalment en estudis de joventut per a dirigir-se a grups de caràcter generacional que duen a terme activitats marginals però és més correcte utilitzar-lo sense aquesta connotació pejorativa. Per tant es poden entendre les bandes com a uns tipus de microcultures que sorgeixen en ambients urbans i populars i que són l'equivalent a grups en altres sectors socials, com poden ser les fraternitats d'estudiants o els grups d'amics. Les bandes poden donar peu a una cultura juvenil. Finalment trobem el concepte contracultura, aquest s'hauria de fer servir només per a referir-se a determinats moments històrics en què les cultures juvenils o una cultura juvenil en concret s'ha mostrat explícitament en contra de la cultura dominant i ha treballat per a crear una cultura alternativa (Hall & Jefferson, 1983; Feixa, 1993; Wulf, 1988; Yinger, 1982; citats per Feixa, 1993).

Les cultures juvenils són heterogènies i són canviants, els joves poden participar de diverses i fins i tot poden formar part de més d'una de forma simultània. A més a més, les relacions amb aquestes cultures poden ser més o menys profundes, episòdiques o no, poden implicar canvis generals o parcials en les conductes dels joves, poden trobar-se influenciades o no pels pares, amics, per la cultura dominant, etc. (Feixa, 1993). Dins les cultures juvenils sorgeixen grups entesos des de la perspectiva de Castro i López (2007 citat per Guitart, 2009) i Guitart (2009), en els quals es poden crear importants vincles afectius que afecten directament a la nostra identitat (Feixa, 1998).

3. EL FENOMEN FAN AL LLARG DE LA HISTÒRIA

Abans de començar a parlar directament de l'adolescència, el fenomen fan i com aquest influeix en la cerca de la identitat, s'ha de parlar i analitzar el fenomen fan. L'accepció més extensa de fenomen fan és aquella que diu que és una cultura de masses que mou de forma general a moltes noies adolescents. Per a analitzar aquest fenomen s'ha de tenir en compte el sistema de valors i les tendències culturals en una societat determinada, ja que cada època té els seus propis fans i fabrica els seus propis ídols, els quals són motiu d'admiració popular i es fan servir com a reflexos dels valors que predominen o haurien d'estar predominant en un determinat període de temps (Jenkins, 2009).

En les primeres societats, també anomenades societats tradicionals, la fama estava generalment associada a personalitats extraordinàries o a herois protagonistes de les històries religioses o populars. Aquests personatges eren admirats i idolatrats popularment així com eren referents culturals i models de conducta. L'ésser humà reflectia el seu ideal en aquests personatges extraordinaris però amb el pas del temps la figura de l'heroi es va humanitzar i va agafar un caràcter més proper al d'una persona normal sense característiques extraordinàries. Tot i així, la idea dels herois es va mantenir viva fins a finals del segle XIX, on les cròniques teatrals van començar a parlar d'aquells qui idolatraven a les estrelles del món de l'espectacle, els actors i les actrius més destacats i destacades. Els crítics de l'època començaren a escandalitzar-se perquè alguns actors eren més famosos que els mateixos creadors de les obres i perquè per a moltes persones tenien més importància els intèrprets que les mateixes peces teatrals. També cal destacar com a la mateixa època van començar a sorgir els seguidors

dels esports, en especial del bàsquet. Segons Auster (1989) els admiradors del bàsquet i dels esports foren els primers als quals els mitjans de comunicació van anomenar fans però, curiosament, aquest tipus de fans, fans esportius, avui en dia no estan inclosos al que s'anomena fenomen fan.

Però no va ser fins al segle XX, amb l'arribada del cinema, que es va començar a veure una gran exhibició de famosos i persones interessades per ells. Als seus inicis les estrelles de cinema eren vistes com a deus i deesses o herois i heroïnes, igual que a les societats tradicionals. Eren models a seguir, encarnacions dels ideals de comportament que havien de tenir les persones. Però a finals dels anys cinquanta la indústria cinematogràfica va patir una crisi amb l'entrada de la televisió i d'altres alternatives d'oci que va provocar que hi hagués una desmitificació de les estrelles i que s'instaurés un canvi radical. La societat començava a demanar que els personatges famosos fossin més humans i menys extraordinaris. Així doncs van començar a sorgir nous ídols en altres sectors, especialment en el sector de la música. Podríem dir que l'estrella màxima d'aquells anys de transició va ser Elvis Presley, un ídol emergent que encara tenia característiques de l'antic sistema de famosos. Elvis era idealitzat i feia pel·lícules, però era també músic i més proper als seus seguidors. Per primer cop la música no només era quelcom artístic o de diversió, sinó que anava molt més enllà i s'identificava amb tota una generació en concret la qual sentia que la música i els artistes transmetien allò que ells volien dir, eren la seva veu (Thompson, 1997).

Aquell fenomen encara no estava del tot format, ni tenia nom, però movia masses d'adolescents i joves, els quals començaven a tenir les seves habitacions plenes de pòsters i altres articles d'Elvis. Era el primer cop que la nostra societat es transformava dràsticament de forma pacífica. També llavors van néixer els conceptes d'adolescència i joventut tal com els coneixem avui en dia. Poc després arribaren els Beatles que van aconseguir moltíssima fama mundial entre els països occidentals i van promoure a la creació de grups de fans, grups que ja tenien una base molt semblant a allò que s'entén avui en dia com a clubs de fans. Els Beatles van ser exactament allò que la gent jove i adolescent buscava en els ídols, persones més humanes que expressaven allò que sentien, que deixaven entreveure que no eren perfectes i que es movien sota el lema "sigues tu mateix". Després dels Beatles van arribar molts altres famosos que van saber promocionar-se suficientment bé com per acabar tenint clubs de fans i convertir-se en autèntics moviments de masses joves i adolescents.

Tot i que els fans tenen una llarga trajectòria a la història, no fou fins als anys 70 quan finalment es va començar a estudiar aquesta cultura i va adquirir rellevància socialment (Jenkins, 2009). Dues dècades més tard, als anys 90 va sorgir la *teeny-bopper*, una cultura juvenil lligada a la indústria del *pop* i que es basava en un flux constant d'ídols masculins de la música *pop* i on les principals protagonistes eren les noies (Martínez Sanmartí, 2002). Sembla que allò que entenem com a fenomen fan actualment té molts antecedents en aquesta cultura, ja que sovint es relaciona aquest fenomen amb la música *pop* i amb noies adolescents i joves. En el següent apartat es tractarà de forma més profunda la subcultura *teeny-bopper* i allò que representava.

També cal destacar que al llarg de últimes dècades ha nascut el concepte de *fandom*, un concepte que es fa servir de dues maneres. En menor mesura, s'utilitza per a referir-se al fenomen fan en general i, de forma molt més comuna, per a parlar de totes les persones que formen part d'un determinat fenomen fan i que engloba tant gent a títol individual com clubs de fans.

Amb la història es pot observar com adolescència i joventut sempre han anat relacionades amb el fenomen fan i com ha anat augmentant el volum de fans a mesura que els països s'anaven desenvolupant. Com més avançada es troba una societat, més temps lliure i més opcions d'oci tenen els adolescents i joves i poden interessar-se per diferents moviments culturals com són el cinema, la música o la literatura.

3.1. *Teeny-bopper*: La primera cultura juvenil de caràcter femení i el principal antecedent del fenomen fan

Els estereotips de gènere estan canviant però encara no han desaparegut. Per exemple, en algunes famílies o contextos encara podem observar com les noies estan més condicionades pel control patern que no pas els nois (Feixa, 1993). Aquestes diferències de gènere eren molt més accentuades fa unes dècades, cosa que va portar a McRobbie i Garber (McRobbie, 1991 citat per Martínez Sanmartí, 2002) a estudiar el món femení adolescent de la subcultura *teeny-bopper*. Com ja s'ha vist, aquesta era una cultura juvenil lligada a la indústria del *pop* i que es basava en un flux constant d'ídols masculins de la música *pop* i a més a més era una de les úniques cultures juvenils on les principals protagonistes eren les noies.

Actualment no se sent a parlar d'aquesta cultura, cosa que ens porta a pensar que o ha desaparegut o ha evolucionat. És molt probable que hagi evolucionat perquè sembla ser la principal antecessora d'allò que coneixem com a fenomen fan perquè tenen importants semblances. Els seus punts en comú són que són cultures de caràcter gairebé totalment femení i regides principalment per cantants masculins de música *pop*, que les seves participants són percebudes com a persones generalment passives, que són criticades pels mitjans de comunicació, entre d'altres.

Diversos estudis, com el de Martínez Sanmartí i Pérez (1996 citat per Martínez Sanmartí, 2002) o el de Raviv et al. (1995), van reafirmar que la cultura *teeny-bopper* tenia un caràcter de gènere força marcat contrari a la majoria de cultures juvenils que eren representades principalment pel gènere masculí. Tot i aquest caràcter femení això no implicava que totes les noies hi formessin part, sinó que agradava quasi exclusivament a noies i que a les noies que no els hi agradava els disgustava menys que als nois. A més a més, a través d'aquests estudis es va comprovar que els estils musicals que eren considerats com a no comercials eren aquells on hi havia majoria masculina, mentre que en aquells que es creien comercials, principalment el *pop*, passava tot el contrari. La no comercialitat té una visió propera a allò que s'entén com a masculinitat, més viril de força i criteri propi, mentre que la comercialitat es relaciona amb la feminitat, l'absència de resistència. Aquesta última és com una mostra de conformisme, d'estar a favor d'una cosa que està prefabricada i plena d'estratègies de màrqueting que impedeixen l'autèntica creativitat, no es veuen com a coses autèntiques. Tot i així, això sembla quelcom absurd perquè actualment tot és comercial. Es consumeixen discos, roba, determinats locals, etc. a la majoria de cultures juvenils, tot i que es distribueixen en diferents establiments (Martínez Sanmartí, 2002).

La *teeny-bopper* també impedida la intervenció i l'exercici de tot tipus de pressió sobre les noies per part dels nois, cosa que la convertia en una cultura de solució col·lectiva. Era com la contracultura que posava en dubte la cultura dominant masculina d'aquella època. Les noies participants en la *teeny-bopper*, contràriament al que la societat pensava, eren persones actives. A través d'aquesta feien afirmacions sobre elles mateixes com a consumidores de música i elaboraven un espai social propi que les ajudava a distingir-se, no solament dels nois, sinó d'altres noies de diferents edats o interessos (Mc Robbie, 1991 citat per Martínez Sanmartí, 2002). Així doncs, les noies modificaven els continguts culturals per tal de fer-los propis i utilitzar-los com a

elements diferenciadors envers altres cultures, fets que contribuïen a la creació de la seva identitat.

Gràcies a l'augment de la visibilitat, la presència pública i la igualtat d'oportunitats de les noies i dones, actualment el gènere femení ha aconseguit obtenir majors oportunitats i major llibertat, cosa que ha permès que aquest col·lectiu pugui gaudir gairebé d'igual manera que els nois i homes d'activitats de temps lliure, entre altres coses. És per això que s'han fet més visibles i han augmentat cultures com l'antiga *teeny-bopper* i el fenomen fan.

4. LA VISIÓ NEGATIVA DE LA SOCIETAT

Generalment els mitjans de comunicació ofereixen una imatge distorsionada de la comunitat fan i conformen la realitat d'aquesta cultura per tal d'adaptar-la als estereotips dels lectors o televidents. Jenkins (2010), al seu llibre *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*, parla de com aquestes imatges distorsionades estan guanyant una àmplia acceptació pública i explica com estudiants i companys seus qüestionen repetidament el seu interès per la cultura fan, reproduint així aquestes imatges. Jenkins (2010) diu que l'acceptació i la circulació d'aquests estereotips per part d'aquells que no són fans reflecteix fins a quin punt aquestes imatges formen part fàcilment d'un discurs molt més ampli sobre els fans.

Abans dels estudis de Jenkins (2010) es relacionava molt més aquesta cultura amb elements pessimistes, negatius o degeneratius. Els estudis descrivien als fans com a individus aïllats de la societat, inadaptats, frustrats i psicòpates, és per això que els fans han sigut una cultura escandalosa dins de l'era contemporània. Però els estudis de Jenkins (2010) van demostrar que els fans no són individus aïllats sinó que participen activament dins d'activitats culturals alternatives que els permet identificar-se com a membres d'algun grup, així com els ajuda a identificar a altres persones que comparteixen els mateixos interessos. A més a més, aquest autor considera que els fans no són només lectors o consumidors de textos o altres produccions mediàtiques, sinó que també són creadors d'aquests i que construeixen la cultura de la participació. Jenkins (2010) reconeix que la cultura dels fans és un fenomen complex que convida a desenvolupar diverses formes de participació i senyala que tenen un estatus com a comunitat social alternativa.

Els fans són un grup organitzat, un espai semi estructurat on es comparteixen interpretacions i avaluacions de diverses produccions mediàtiques, és per això que són persones altament informades dels temes que els hi interessin i que assumeixen una postura crítica davant de la cultura i la crítica popular mediàtica dominant. A més a més, es diu que els fans no només cerquen produccions o textos que tinguin gran consistència interna sinó que també busquen allò que té gran realisme emocional, amb lo qual poden donar sentit a la seva vida quotidiana i els ajuda a canviar o millorar els seus recursos personals quan van més enllà de la informació explícita que troben a l'interior de les produccions (Jenkins, 2010).

Les noves tecnologies han obert noves vies per a la producció, promoció i crítica per part dels aficionats ajudant a que aquests adquireixin un paper molt més destacat i que no siguin vistos com a acrítics ni passius. Això ha provocat que se'ls vegi com a persones dinàmiques i col·laboratives que no només fan un consum indiscriminat, sinó que s'aproprien, milloren i fan circular informació arreu del món (Subires i Vera, 2012).

Tot i així, segons Martínez Sanmartí (2002), els fans, especialment aquells que estan vinculats al fenomen fan, encara conviuen amb molts estereotips i prejudicis que semblen estar també vinculats amb l'arrel de la paraula fan i amb el fet que aquests són una cultura juvenil, les quals generalment són opaques als ulls dels adults, cosa que provoca que aquests tendeixin a criticar-la, menysprear-la i ridiculitzar-la.

4.1. La importància de la llengua: L'arrel de la paraula fan i els seus derivats

La paraula *fan* és una forma abreviada de la paraula fanàtic, que té la seva arrel llatina de *fanaticus*, la qual procedia del terme *fanus*, que era el mot que es donava a allò referent al temple o a un servidor d'un temple. Però amb el pas del temps ràpidament va agafar unes connotacions més negatives: "Relatiu a persones inspirades per ritus orgiàstics i deliris entusiastes" (Oxford Latin Dictionary citat per Jenkins, 2010). El mateix passà amb la paraula fanàtic, que va passar de fer referència a formes excessives de creença i culte religiós, a ser una paraula utilitzada per qualsevol veneració falsa o excessiva que fins i tot, a vegades, era relacionada amb la bogeria (Oxford English Dictionary citat per Jenkins, 2010).

La forma abreviada de fanàtic, fan, va aparèixer per primera vegada a finals del segle XIX en diverses descripcions periodístiques que descrivien els diferents seguidors dels equips d'alguns esports professionals, especialment del bàsquet. Va sorgir ja que, en aquella època, l'esport començava a deixar de ser una activitat predominantment participativa per convertir-se en un esdeveniment amb espectadors que aviat es va ampliar per incorporar a qualsevol gran seguidor als esports o a l'entreteniment comercial. El terme *fan* també va ser adoptat ràpidament per diversos crítics del sexe masculí per tal de referir-se a les dones aficionades al teatre, que abans eren anomenades *chicas matiné*, a les quals els crítics acusaven d'anar al teatre per admirar als actors més que per veure les obres (Auster, 1989). Que aquests crítics fessin servir el mot *fan* per tal d'acusar a aquestes dones va fer que el significat negatiu de la paraula augmentés, que es comencés a relacionar aquesta amb el sexe femení i que semblés que aquestes dones estaven exclusivament interessades en l'atractiu físic d'aquests actors. Això es va sumar a l'antic significat negatiu que ja tenia la paraula *fanàtic* i al fet que aquesta es relacionés amb la bogeria (Auster, 1989). Tot això va generar allò que sembla que actualment la majoria de la gent entén com a fenomen fan: Gran grup de noies adolescents d'arreu del món que tenen gran obsessió per un producte cultural destinat a joves, a causa sobretot del seu atractiu físic.

D'altra banda, i seguint les diferents definicions segons Feixa (1993; 1998) dels diversos termes que es confonen quan es parlen de cultures juvenils, s'entén que el que coneixem com a fenomen fan por tenir dos significats. El fenomen fan com a una gran cultura juvenil o un fenomen fan concret, com seria el fenomen fan del cantant Justin Bieber. En aquest últim significat, el fenomen fan seria l'equivalent a un *fandom*. La paraula *fandom*, la qual sembla no tenir connotacions tan negatives com *fan*, és una paraula que s'ha creat al llarg de les últimes dècades. Aquest mot es fa servir en moltes altres cultures juvenils però, en el cas del fenomen fan, fa referència a tot aquest fenomen en concret o a diversos grups que conformen aquesta gran cultura i que serien l'equivalent a les fraternitats d'estudiants en les universitats o les bandes en ambients urbans, però d'una forma més globalitzada. Així com les bandes o les fraternitats són uns tipus de microcultures (Wulf, 1988 citat per Feixa, 1993) que descriuen diferents significats i valors utilitzats en situacions locals concretes per petits grups de joves en la vida quotidiana, els *fandoms* van molt més enllà. Gràcies a les noves tecnologies, són grups molt més globals que es formen i inclouen persones d'arreu del món, tant a títol

individual com clubs de fans, i que donen un mateix significat o valor a un producte cultural en concret, sigui un artista, un llibre o una pel·lícula. Un sinònim és la paraula *fanbase*. Cada *fandom* o *fanbase*, dins del fenomen fan, generalment agafa o crea una paraula concreta per tal de referir-se a si mateixos com a una comunitat. Per exemple, el *fandom* del cantant Justin Bieber s'anomena *Beliebers*.

El *fandom*, segons Thompson (1997), s'ha d'entendre com a un fet social normal sorgit en el context ordinari de la vida quotidiana de moltes persones que, en determinats moments, viuen de manera conjunta i apassionada la seva afició per a alguna cosa i que organitzen bona part de la seva activitat d'oci diària en funció a ella. Thompson (1997) també diu que, el fet de ser fan, es fonamenta en relacions de familiaritat, generalment no recíproques, amb personatges famosos i aquesta relació és la que dóna sentit i propòsit a les activitats que es realitzen dins de la comunitat fan i dins dels *fandoms*. A més a més, cal destacar que dins dels *fandoms* podem trobar altres petites comunitats, com els clubs de fans, les quals tendeixen a organitzar-se per territoris, o els petits grups d'amics, que són l'equivalent a qualsevol grup d'amics que es forma en qualsevol altre context però que tenen les mateixes aficions.

4.2. Fans i *celebrity worship*

El fenomen fan no és només menyspreat sinó que també s'associa el terme fan amb *celebrity worship* (adoració d'una celebritat). *Celebrity worship* és un terme relativament nou que va aparèixer entre finals dels 90 i principis del 2000 i que encara no està totalment definit. Alguns estudis (Maltby, Houran i McCutcheon, 2003; McCutcheon, Lange i Houran, 2002 citat per Stever, 2011) debaten sobre el terme *celebrity worship* i la paraula fan i citen les teories de les comunitats fans, alhora que reemplacen i etiqueten *celebrity worship* per una teoria de salut mental. Altres estudis, tots ells de la psicòloga Stever (1994 i 2009), comenten la possibilitat que *celebrity worship* sigui un tipus fans que es trobarien a la part més alta de l'escala *Celebrity Attitude Scale* (CAS) creada per McCutcheon, Lange and Houran (2002 citat per Stever, 2011). La *Celebrity Attitude Scale* (CAS) és una escala amb tres nivells que intenta identificar aquells que tenen *celebrity worship* i aquells que poden arribar a partir-ho, amb la problemàtica que aquest terme no va ser definit quan es va crear aquesta escala. Els tres nivells d'aquesta escala eren empatia, identificació i obsessió amb una

celebritat, però ràpidament van canviar aquests tres tipus o nivells per uns altres tres que semblaven més fàcils d'identificar: Entreteniment social, intens personal i patològic límit, també anomenat *celebrity worship*. A continuació es farà una breu explicació d'aquest tres tipus o nivells en la *Celebrity Attitude Scale* (CAS):

- 1) Entreteniment social: Actituds que tenen persones que se senten atretes per una celebritat, donada la seva alta capacitat d'entendre i convertir aquesta atracció en un enfocament social per parlar amb persones també interessades.
- 2) Intens persona: Quan les persones senten intensos sentiments, alhora que compulsius, sobre una celebritat.
- 3) Patològic límit (*Celebrity worship*): És quan els individus pateixen comportaments incontrolables i fantasies extremes, que són percebudes com a realitats, relacionades amb una celebritat.

Tot i aquests tres nivells, es continua sense donar resposta a què vol dir el terme *celebrity worship* i, a més a més, és difícil diferenciar un nivell d'un altre, excepte el més alt, ja que és molt difícil posar una línia a tot allò referent a la psicologia i la psiquiatria i dir on acaba un nivell i comença un altre. Tot i així, allò que sí queda clar és que l'extrem del *celebrity worship* és el mateix que l'erotomania, també anomenat síndrome De Clerambault. Aquest és un seriós trastorn acompanyat de paranoies on la persona creu que algú, normalment d'un rang social superior, està enamorat d'ell o ella. Normalment té a veure amb l'extrema idealització de l'amor romàntic i d'una unió espiritual més que no pas d'una atracció sexual. El subjecte interpreta les accions de l'altra persona com a senyals i signes d'amor però que poden ser simplement manifestats per la seva posició social. Aquest trastorn es dona generalment en dones però l'índex de suïcidis causats per aquest trastorn és molt més alt en homes. Finalment cal remarcar que allò que la majoria d'investigadors tenen clar és que ser fan i ser o tenir *celebrity worship* no són sinònims, així com tampoc ho són ser fan i tenir erotomania (Stever, 2011).

Estudis, com el que van fer Caldwell i Henry (2005) en el qual van examinar el tipus de culte que rendien els fans del *Cliff Richard Fan Club* de Sydney a la celebritat Cliff Richard, contradiuen investigacions anteriors i demostren que els fans obtenen beneficis d'aquest fet cultural, per exemple creen una extensa xarxa social que els hi proporciona una estimulació social positiva i un gran suport emocional per a la seva vida, i que el fet relacionat amb l'adoració cega a una celebritat és gairebé inexistent.

Aquest estudi també va demostrar que, contràriament a gran part de la literatura que havien trobat abans, els fans als qui ells havien estudiat eren persones ben equilibrades psicològicament, persones que sabien distingir la fantasia de la realitat i que cap d'ells patia cap tipus de trastorn, com l'erotomania, cosa que demostrava que són molt pocs els fans que tenien problemàtiques patològiques. Les dades i els informes que van recollir suggerien que aquestes persones involucrades al *fandom* de Cliff Richard tenien una alta intel·ligència emocional i capacitat per a obtenir relacions madures, honestes i respectuoses més enllà del club de fans. Diversos mecanismes van contribuir a què els fans de Cliff Richard visquessin experiències emocionals intenses i altament destacables al voltant dels seus inicis al *fandom*, durant els seus anys d'adolescència, en els quals van començar a sentir preferència pel gènere musical de Cliff. Aquelles persones sabien diferenciar el fet congruent i incongruent de sentir admiració per una celebritat, alhora que van formar importants amistats que van començar de forma simplista, amb l'únic fet en comú de ser fans d'un famós, i que, amb els anys, van esdevenir unes de les persones més importants de les seves vides pel que fa a molts més aspectes. A més a més, amb aquest estudi, Caldwell i Henry (2005), van descobrir que contràriament a allò que la societat opinava els fans no eren totalment acrítics amb Cliff, sinó que semblaven ser raonablement objectius i crítics en molts aspectes i consideraven al famós com un dels molts factors, però no l'únic, que feien la seva vida completa i satisfactòria.

Un altre estudi que confirma allò que Caldwell i Henry (2005) van descriure a la seva investigació és el de Stever (2011), *Celebrity Worship: Critiquing a construc*. Com ja he dit, Stever (2011) estava especialment preocupat per l'absència de la definició conceptual de *celebrity worship* però alhora també estava interessat a intentar conèixer si es podia fer servir aquest concepte com a sinònim del terme fan. Per això, va fer un rigorós estudi en el qual va veure que els fans als qui va investigar, que van ser escollits de forma molt rigorosa —es van escollir persones molt implicades en diferents *fandom* i que podien semblar, aparentment, persones amb un seriós *celebrity worship*— no mostraven comportaments patològics, ni s'apropaven al nivell més alt de la *Celebrity Attitude Scale* (CAS). El seu estudi va tornar a corroborar que no era cert allò que moltes persones creien, que la majoria dels fans tenen algun tipus de trastorn mental.

En fenomen fan és encara relativament nou, així com el terme *celebrity worship*, el qual caldria definir per a poder investigar millor sobre aquests fenòmens socioculturals. És probablement per això i pels forts prejudicis de la societat cap a la

cultura fan que, tot i haver-hi estudis que diuen el contrari, encara es relaciona als fans amb persones que tenen algun tipus de patologia i es consideren que els comportaments i les relacions que sorgeixen de la cultura fan, així com del fenomen fan, no són saludables. Segons Jenkins (2010), curiosament aquesta afirmació no la fan només persones poc informades en temes culturals o socials sinó que també diversos professionals que estudien altres cultures juvenils o altres fenòmens socials tenen aquestes creences i menyspreen als fans i tot allò que els envolta.

5. LA INFLUÈNCIA DEL FENOMEN FAN EN CERCA DE LA IDENTITAT DURANT L'ADOLESCÈNCIA

A l'adolescència sorgeix el període de crisi d'identitat, també anomenat cerca d'identitat. Durant aquesta etapa els adolescents busquen constantment models a seguir. Dits referents provenen generalment dels familiars, mestres i amics, però Barna Group (2011 citat per Yuliawati, 2013) va descobrir que els adolescents estatunidencs, que es poden generalitzar a adolescents d'altres països occidentals, també buscaven referents en figures populars de l'entreteniment, l'esport, la política i les religions. Aquestes figures eren fonts d'inspiracions per a crear la seva identitat.

Al llarg dels últims anys s'han anat fent diversos estudis (Raviv et al., 1995; Anderson, 2012; Caldwell i Henry, 2005; Stever, 2011; Yuliawati, 2013) que tot i no buscar directament conèixer com influeix ser fan en la cerca de la identitat han posat en evidència com aquestes dues idees estan relacionades. Es va detectar que els adolescents que es troben en crisi d'identitat agafen com a models a seguir diversos famosos en els quals es veuen emmirallats d'alguna manera. També es va poder observar com, especialment les noies, modifiquen la seva identitat a través de formar part de la comunitat fan i les relacions que estableixen dins d'aquest grup.

Per a molts fans formar part d'un *fandom* els ajuda a re-connectar amb els seus propis sentiments i emocions quan se senten malament o perduts, a raonar sobre diversos valors i sobre allò que volen o no a la vida. El fenomen fan té molt a veure amb les emocions que transmet formar part d'aquest grup i les emocions són quelcom realment important en la nostra identitat.

“Les emocions són, en realitat, els arquitectes, directors i organitzadors interns de la nostra ment, ens diuen què hem de pensar i com ho hem de fer, què hem de dir i quan ho hem de fer, i què hem de fer” (Marín, 2010)

Formar part d'aquesta cultura també ajuda als joves i adolescents a mantenir el seu autoconcepte i redefinir part de la seva identitat, així com desenvolupar una major autonomia i millorar les relacions amb els amics al tenir punts en comú. A més a més, a vegades ser part d'aquesta comunitat els anima a involucrar-se en activitats diverses, culturals, de caritat, etc., promogudes pels famosos o per altres fans (Stever, 2011). De fet, aquest col·lectiu, formin part del fenomen fan o no, utilitzen el seu objecte o persona d'admiració de la mateixa manera que els adolescents que són seguidors d'algun cantant o grup de música famós. La música fa una crida als adolescents perquè s'esvaeixin de les seves preocupacions i de l'estrès, així com per exemple també els parla de les relacions sexuals o de les emocions. Les lletres, els ritmes i les harmonies proporcionen estímuls que els joves aprofiten constantment per a l'aprenentatge propi i per a compondre la seva nova identitat (Cooper, 1991; Denisoff y John, 1983; Frith, 1983; Sebald, 1984 citats per Raviv et al., 1995). A més a més el fet, per exemple d'escoltar música que els seus pares difícilment escoltarien fa que se sentin lluny del control dels adults. D'aquesta manera es comença a oferir una base per la lliure expressió, per la construcció de la identitat, per la independència i per la intimitat. També a través de les cançons intenten trobar respostes a les preguntes que els hi puguin sorgir al llarg d'aquestes etapes, com per exemple sobre sexualitat, amistat, amor, entre d'altres, qüestions que els poden fer reflexionar sobre qui són o què volen a la vida (Raviv et al., 1995). Aquests estímuls no només es troben a la música, també es poden trobar en llibres, series de televisió, pel·lícules, persones en concret que a través del llenguatge ens diuen quelcom, entre d'altres.

Actualment, com ja s'ha dit, la identitat individual es configura a partir de la identitat social, formant part d'un grup i relacionant-nos amb els altres. L'adolescència i la joventut són etapes en les quals el grup d'iguals juga un paper molt important (Raviv et al., 1995). Des del moment en què aquests nois entren en aquestes etapes de transició, entre formar part d'una família i formar part d'una societat en general, se senten perduts i busquen orientació i suport, especialment en els seus amics, el seu grup d'iguals. Aquests desenvolupen diverses formes d'autosocialització i ofereixen una gran influència en la construcció de la seva nova identitat. Són molts els adolescents que

entenen les diferents cultures juvenils, o els diferents *fandoms*, com a grans grups d'iguals on poden trobar aquest suport, aquesta ajuda i aquesta orientació.

La importància del grup ha portat a molts investigadors a parlar sobre la idea de socialitat. La socialitat és un concepte que Feixa, Saura i Castro (2003) plantegen de la mateixa manera que Michel Maffesoli (1990 citat per Feixa, Saura i Castro, 2003) i que té molt a veure amb els grups d'iguals i l'actual importància d'aquests per als joves i adolescents. La socialitat és la forma lúcida de la socialització, es refereix a la interacció social en societats complexes, posant com a prioritat d'aquestes interaccions els sentiments i les experiències compartides els uns amb els altres. Sorgeix de les ganes de compartir i d'agrupar-se sense cap altra finalitat que la simple creació de grups i sentir les mateixes emocions que els altres. Aquesta socialitat és una de les parts importants que dóna sentit a les petites societats o cultures juvenils, ja que aquestes són creades en gran part per la importància de vivències i sentiments compartits entre els participants. Així doncs veiem com els joves tenen relacions de socialitat, molt importants per a la configuració de la seva identitat, a través de les cultures juvenils alhora que, gràcies a aquestes relacions, curiosament també es formen aquestes cultures.

Però cal destacar que alguns estudis (Yuliawati, 2013 i Cheung i Yue, 2003) també han posat de manifest diferents aspectes negatius que comporta formar part d'un *fandom* del fenomen fan. Dins aquests estudis es va poder observar com ser fan comportava en alguns casos efectes adversos que generaven pobra imatge corporal, baix benestar psicològic, menys relacions socials i una pobra cerca de la identitat, es feien menys preguntes i es raonava menys. Tenir ídols tenia afectes adversos cap a promoure i reconstruir la identitat. Alguns dels efectes podien ser deguts a una falsa il·lusió de l'amor, a la reificació¹ i a la vanaglòria², coses que poden reflectir materialisme, fetixisme³ i irracionalitat (Leonard, 1984; Sherlock, 1997 citats per Cheung i Yue, 2003). Amb aquests efectes els adolescents raonen menys sobre la família, el treball, la religió, el pensament i les activitats polítiques, les creences i la història individual i tenen una pitjor percepció d'ells mateixos, entre altres coses, i, per tant, la identitat no es configurarà, simplement s'imiten models autoritaris. Tot i així, estudis com el de Cheung i Yue (2003) van indicar que qualsevol altra idolatria, encara que fos cap a algú no famós, també tindria els mateixos efectes perjudicials per a aconseguir reconstruir la

¹ Reificació: Reduir a la condició de cosa a una persona.

² Vanaglòria: Glòria que algú s'atribueix per mèrits que no s'ho valen.

³ Fetixisme: Admiració cega per una persona.

identitat d'un adolescent. L'adoració d'algú no famós implica el mateix mecanisme que l'adoració d'algú famós. Cheung i Yue (2003) sostenen que cap tipus d'adoració és bona per a la cerca de la identitat, per tant, tampoc és bona l'adoració que els adolescents poden sentir respecte als seus pares o mares, figures que representen per a ells l'autoritat i l'edat adulta. Com que es relaciona adoració amb figures adultes d'autoritat, és per això que els autors consideren que no és quelcom bo adorar a algú durant la cerca de la identitat, perquè es podria caure en la imitació i no desenvolupar la part crítica, que és aquella que ens ajuda a trobar-nos a nosaltres mateixos. Però en aquest estudi no es van tenir en compte diverses observacions. No es va definir en profunditat què s'entén per adorar i això dificulta saber a quin model de conducta s'estan referint. Tampoc es va tenir en compte que, com s'ha vist en altres estudis, aquestes figures famoses a les quals segueixen els adolescents no representen autoritat ni l'edat adulta, sinó que representen la llibertat d'expressió i el pensament crític i, per tant, sí que els ajuda a fer-se preguntes i raonar sobre qui són. I finalment no van tenir en compte que el *fandom* va més enllà del material cultural o el famós al qual se segueix, sinó que implica relacions socials amb altres persones, per exemple.

Com s'ha vist, la identitat va molt més enllà de la carrera professional, la família, les creences o la ideologia. També té a veure, de forma més o menys directa, amb la sexualitat. El fenomen fan a portat a molts fans a interessar-se per un material cultural en concret segons l'atracció sexual que els hi provoqui el o la cantant, l'actor o actriu, etc. Tot i començar l'interès per a això a causa d'aquesta atracció, s'ha confirmat que amb el pas del temps aquest element queda de banda i el realment important per a aquests seguidors són les persones amb les quals es relacionen dins del *fandom* (Anderson, 2012). A més a més, són molts els fans que han reconegut en diversos estudis (Anderson, 2012; Caldwell i Henry, 2005; Garber i Mc Robbie, 1991 citat per Martínez Sanmartí, 2002) que van començar a sentir els seus primers desitjos sexuals amb diversos personatges famosos als quals seguien i que aquella atracció va fer que comencessin a qüestionar-se sobre la seva orientació sexual i altres aspectes relacionats amb la sexualitat. Aquestes declaracions van posar de manifest que els fans veuen al personatge famós com a una persona humana sobre la qual senten atracció sexual. Això demostra que la gran majoria no senten una devoció fanático-religiosa, la qual s'allunyaria d'aquests temes sexuals i s'aproximaria a l'amor romàntic i l'extrema

idealització i podria acabar desembocant en síndrome De Clerambault, trastorn també conegut com a erotomania.

D'altra banda, també s'ha de destacar que en alguns casos el fenomen fan ha influït a que algunes persones s'hagin atrevit a donar el pas i mostrar la seva autèntica identitat de gènere. Per exemple, la cantant Miley Cyrus ha encapçalat moltes iniciatives que intentaven aconseguir crear una major consciència i acceptació cap a les persones transsexuals i lluitar per que aquestes tinguessin els mateixos drets que tots els altres, així com ha encoratjat directament a fans seus per tal que aquests es sentissin capaços de mostrar-se tal i com eren.

A través de tots aquests estudis veiem com el fenomen fan influeix en aspectes molt diversos de la cerca de la identitat dels adolescents que hi formen part i que pot influir de forma molt positiva així com, en alguns casos, també de forma negativa, però que la seva relació és innegable.

5.1. Consumisme adolescent i identitat

“Els mitjans de comunicació són una font de recursos simbòlics amb els quals els adolescents interactuen en l'elaboració de la pròpia identitat” (Pindado, 2005, p. 11). L'etapa de l'adolescència es caracteritza per l'increment de l'autoconsciència i l'autoconcepte, és per això que aquells qui passen per aquesta etapa són especialment sensibles a les imatges que provenen dels mitjans de comunicació. Els adolescents i joves fan servir aquestes imatges com a fonts d'informació i comparació per a la creació de la seva identitat. Però aquestes relacions que s'estableixen entre els mitjans i aquests nois es troben lluny de ser simples, tal com van confirmar diversos estudis com el de Schiff (1998 citat per Pindado, 2005) o el de Mazarella i Pecora (1999 citat per Pindado, 2005). Aquests estudis, entre d'altres, van provar que els mitjans de comunicació constitueixen un conjunt d'eines i espais simbòlics als quals els adolescents i joves es vinculen i a través dels quals construeixen significats que després utilitzen en les seves experiències vitals i en l'elaboració de la identitat.

Els nous mitjans de comunicació de masses han ajudat a formar la cultura juvenil tal com la coneixem avui en dia, a formar un mercat de béns per a joves i adolescents i també han col·laborat a la difusió d'un llenguatge identificatiu entre aquest col·lectiu de forma molt més globalitzada (Feixa, 1998). Tot això ha contribuït en la creació d'un

mercat de béns especialitzats per a adolescents i joves que inclou des de música fins a espais de diversió i oci. Aquest mercat va néixer al llarg de la segona meitat del segle XX i se'l coneix com a *teenage market* (mercat adolescent). El *teenage market* és un espai de consum pensat per a joves i adolescents que ha donat peu a la revolució de la música pop i la moda, entre d'altres (Ariza, 2005). Dit mercat i l'augment del temps lliure ha creat un espai de consum per aquests col·lectius, els quals utilitzen aquests béns per a definir diversos aspectes de les identitats tant individuals, com grupals (Ibarra i Pérez Naranjo, 2013).

L'augment del temps lliure dels joves, encara que el nom ens pugui enganyar, no és una activitat realment lliure segons una enquesta catalana a la joventut (Feixa, 1998). Les indústries del consum juvenil, sorgides un cop va néixer el *teenage market*, són les encarregades de crear modes i produir tendències. Segons Ibarra i Pérez Naranjo (2013) aquestes són les que finalment predominen entre els joves, aconseguint així controlar aquest col·lectiu sota les normes del sistema mitjançant el consum i creant barreres per tal que aquell qui surti de les modes se senti desplaçat i fora del sistema. A més a més, s'ha de tenir en compte que aquests models de consum generalment tenen la finalitat de presentar models de vida per a cada gènere i models molt estereotipats de la realitat, contribuint així a perpetuar desigualtats de gènere i diferents estereotips. Per exemple, per a les dones se solen produir materials relacionats amb la música pop o sèries de televisió sobre l'amor o l'amistat, mentre que pels homes els materials tenen a veure amb esports i videojocs de combats.

Tot i aquest consum estandarditzat i estereotipat que intenten crear especialment les grans indústries, els adolescents i joves tendeixen a organitzar i readaptar aquests objectes que ofereix el mercat per tal de crear quelcom diferent i dotar-los de nous significats. A més a més, aquest oci, encara que sigui un instrument de control, ajuda a la convivència amb el grup d'iguals, que, segons Feixa (1998), és la millor defensa contra l'autoritat i dóna lloc a estils de vida no hegemònics.

5.2. La identitat en una societat *online*

La nostra societat ha patit al llarg de les últimes dècades una gran transformació que ha afectat especialment a les noves generacions. Aquesta transformació ha generat dos importants canvis, la revolució de la informació, accés ràpid i gratuït a grans

quantitats d'informació i la instauració de la mediatització. La mediatització és el procés mitjançant el qual les tecnologies i els mitjans de comunicació han canviat les formes de relacions socials i les interaccions passen a ser intervingudes per les tecnologies. Aquest procés, encapçalat principalment per Internet, ha generat noves possibilitats de comunicació humana i, fins i tot, reorganitzant relacions entre mitjans, públic i institucions socials.

La virtualització de les relacions humanes intervertides per moderns dispositius o aparells electrònics estan influint molt directament en els patrons de sociabilitat i en les visions de les persones, segons Dénis de Moraes (2007 citat per Ibarra i Pérez Naranjo, 2013). Aquests patrons de sociabilitat estan ajudant a crear noves dinàmiques participatives i a fer major difusió arreu del món de la cultura, la informació i el coneixement. També estan contribuint a què es creïn relacions més individualitzades i flexibles, passant d'un model on les relacions eren sorgides segons les limitacions geogràfiques a un de molt més globalitzat que gira entorn de la connexió. Castells (2001 citat per Ibarra i Pérez Naranjo, 2013) considera que aquest nou model de sociabilitat representa la llibertat d'elecció de les persones i que és el principal culpable de la baixa participació ciutadana i de la dissolució d'institucions tradicionals com pot ser la família. Però també han sorgit altres petits canvis arran d'aquesta transformació, com un creixement de la flexibilitat en els processos educatius i de consum, el qual ha generat una nova visió del món i canvis de valors o significats especialment en els nostres adolescents i joves (Lundby, 2009 i Ibarra i Pérez Naranjo, 2013).

L'important ús d'Internet per part dels adolescents i joves ha portat a moltes persones a voler fer investigacions per tal de respondre diverses preguntes. Una d'aquestes preguntes és si aquest espai es fa servir per a expressar la identitat d'una nova manera o experimentar amb altres identitats. La resposta a aquesta pregunta va ser investigada per Boyd (2008), que va acabar afirmant que són pocs els joves que mostren identitats totalment desconnectades de la realitat però que, en general, la majoria es mostraven d'una forma idealitzada o mostraven quelcom de la identitat que no deixaven veure mai en espais públics per vergonya o qualsevol altre motiu. Una altra pregunta molt comuna sobre l'ús d'Internet entre els adolescents i joves és si es busca suport social amb persones desconegudes o amb familiars i amics mitjançant una nova via. Boyd (2008) també va investigar sobre aquesta qüestió demostrant que els nois lligaven i mesclaven perfectament l'àmbit *offline* (fora d'Internet) i l'*online* (dins Internet) creant

complexes noves formes d'interacció a través d'Internet amb familiars o amics ja coneguts o fent noves amistats via online i després consolidant aquestes en persona.

A més, cal destacar que les noves tecnologies han ajudat a crear l'anomenada cultura mediàtica (Rincón, 2006 citat per Ibarra i Pérez Naranjo, 2013) la qual ha aportat a la societat noves formes d'expressió i nous sentiments de pertànyer a un determinat col·lectiu, com a un determinat *fandom*. Aquesta cultura es caracteritza principalment per l'afectivitat i la gran càrrega sentimental que comporta, deixant de banda allò que abans era considerat més important com els continguts culturals i els diferents arguments que aquests puguin aportar. Per tant, alguns autors com Jenkins, (2010), defensen que la cultura mediàtica ha creat una generació de l'entreteniment, una vida basada en el present, sense futur ni passat, enfocada en el consum i la globalització i amb especial incís en els sentiments sorgits en un determinat moment.

“Para muchos adolescentes y jóvenes Internet es un espacio en el cual pueden relacionarse con su grupo de iguales sin ser vigilados por presencia adulta. En estos espacios este colectivo no solo configura de una forma más sólida su vida social, sino que experimenta con las identidades, buscando información sobre diversos temas o cosas que le puedan interesar.” (Ibarra i Pérez Naranjo, 2013)

6. LA IMPORTÀNCIA EDUCATIVA DE CONÈIXER EL FENOMEN FAN I ALTRES CULTURES JUVENILS

Segons Martínez Sanmartí (2002), els adults acostumen a criticar, menysprear i ridiculitzar les cultures juvenils, en comptes d'intentar comprendre-les, perquè no troben cap sentit a aquestes, ja que les perceben com a una cosa descontextualitzada i no entenen la majoria dels significats i continguts que tenen. La cultura juvenil és aquella que ajuda als joves i adolescents a donar sentit a la vida i a guiar la seva descoberta de “fer-se grans”, és per això que els adults no han de menysprear-la, sinó que haurien d'intentar comprendre-la per poder ajudar a aquests i aquestes joves i adolescents.

Actualment, i des de fa uns anys, els joves i adolescents estan experimentant un canvi important en les relacions culturals, un canvi que lliga aquestes relacions amb articles de consum i mitjans de comunicació. Com s'ha vist, el mercat, l'oci i els mitjans de comunicació són cada cop més importants a la vida i a la socialització de les persones, alhora que altres dimensions com la família, l'escola, la política, la religió, etc.

ocupen un nou espai (Grosser, 2003). Els grans canvis que ha patit la nostra societat durant els últims anys a través de la divisió del treball, l'organització social, la importància de l'organització burocràtica i, finalment, la tecnologia, han portat a què gran part de diferents sectors socials de la vida quotidiana dels individus es posin en relació amb mons de significació i experiència diferents (Berger, P., Berger, B. i Kellner, 1979, citat per Martínez Sanmartí, 2002). Aquesta gran dimensió de diferents mons implica canvis en la consciència de les persones, cosa que autors com Peter L. Berger, Brigitte Berger i Hansfried Kellner (1979, citat per Martínez Sanmartí, 2002) anomenen subjectivització de la identitat. Aquest canvi accelerat ha provocat que els joves i adolescents visquin en una realitat molt diferent de la que havien viscut els seus pares o altres adults del seu voltant, cosa que provoca que molts dels consells que donen aquests als joves estiguin generalment desfasats. Dits consells desfasats incideixen en els nois i noies fent que aquests se sentin especialment sols a l'hora de buscar solucions a les seves problemàtiques o inquietuds, cosa que els empeny a buscar per si mateixos les respostes a través de l'observació i l'experimentació de grups d'iguals i que reforça la subjectivació de la identitat. Altres autors com Solé (2006), tracten també aquesta idea de canvis a la societat i a les formes de socialització. L'escola i la família són vistos com a elements més llunyans pels joves i guanyen posicions els elements de les cultures juvenils i el grup d'iguals, que és allà on els joves realitzen els seus processos d'enculturació i socialització. Aquests elements afecten directament a la construcció de la identitat dels joves i generalment els adults no les comprenen (Grosser, 2003).

El gran i accelerat canvi de la nostra societat fa que als pares, a professionals de l'educació, psicòlegs i altres adults en general els hi sigui cada vegada més difícil guiar als joves. Tot i així, això no vol dir que els adults deixin de ser referents importants pels joves i adolescents, sinó que augmenta la importància de fer referents a altres nois amb les mateixes edats que ells perquè els adults no són capaços de donar respostes a les seves inquietuds, en part, per culpa de no voler conèixer ni donar importància a la realitat i la cultura de la qual formen part aquests i aquestes joves. Sovint quan els nois arriben a l'etapa de l'adolescència, els pares, educadors i adults que els envolten també entren en una pròpia crisi, ja que passen a ser aquells qui tenien tot el saber i el poder gairebé absolut, a ser qüestionats i posats a prova en tot moment. Reconèixer que ells han passat a un lloc secundari i que els adolescents donen major importància al seu grup d'iguals fa que a molts adults se'ls hi obri una ferida narcisista que els obliga a adonar-se

que no tenen la veritat absoluta i que no tenen totes les respostes a la vida. Intentar desacreditar o desmitificar el grup d'iguals és completament inútil, l'adolescent ho viurà com un atac i reaccionarà de la mateixa manera, atacant. És per això que pares, professionals de l'educació i qualsevol altra persona adulta que es relacioni amb adolescents fans no haurien d'intentar restar importància als *fandoms* o tot allò que hi tingui relació, perquè aquests ho viuran com un atac a ells mateixos. L'adult ha de fer la difícil feina de tolerar la crítica i entendre que la posició dels adolescents és tan vàlida i real com la d'un adult. Ha d'acceptar que pertanyen a una generació diferent i que probablement tenen una nova visió del món que no és ni millor ni pitjor, només diferent. D'aquesta trobada generacional se'n poden treure conclusions molt constructives però cal que els adults facin aquest canvi de mentalitat i comencin a reconèixer i respectar l'espai, les opinions i les aficions dels adolescents, sense insistir a reprimir-los, restar-los-hi importància o vigilar-los perquè, en aquest cas, els hi estarem demostrant que pensem que allò que ells creuen important no ho és i això, un cop més, ens portarà a una confrontació (Grosser, 2003).

Actualment tots els processos que es donen de forma horitzontal entre els joves són molt importants en la seva socialització i, per conseqüència, en la seva construcció de la identitat, com hem vist. Així doncs, veiem com gràcies a la cultura juvenil i, tenint en compte la relació amb l'estructura social, l'ètnia, etc., els joves es creen un mapa social en el qual es poden situar i així respondre la difícil pregunta de "qui són". Amb més potència que mai, a través del grup d'iguals, de la utilització d'articles de consum, música, bars, roba, etc. i dels sentiments i les emocions, en viure el present, els joves busquen i creen la seva identitat al marge de la comprensió adulta (Martínez Sanmartí, 2002).

Pels adolescents i joves és necessari experimentar emocions, traduir-les en sentiments i concretar aquests en valors per a després relacionar-los amb accions. D'aquesta manera els sentiments i les emocions són una part important de la identitat, són aquells qui reflecteixen les diferents postures de les persones en situacions de comunicació i aquells qui ajuden a establir vincles amb altres persones, llocs i esdeveniments. És per això que autors com Tey (2012) entenen que per a conèixer, comprendre i ajudar a un adolescent és important centrar l'acció educativa en la mediació cultural. La mediació cultural ajuda a conèixer tots els instruments dels quals han disposat els adolescents o joves per a construir les seves identitats i així entendre

millor la seva organització. A través d'aquesta mediació, l'adult mostra al noi o noia que comprèn la complexa situació per la qual està passant i fa un gest d'humilitat. Aquesta actitud és respectuosa, cosa que fa que hi hagi major apropament entre les diferents generacions. Se centra en l'escolta activa, l'empatia i la comprensió, transmet als adolescents una acceptació que dóna via lliure a què ells també s'acceptin a si mateixos.

Cal destacar que través de la humilitat s'indueix als adolescents i joves a emocions positives, les quals generalment provoquen accions morals també positives, fet contrastat en diversos estudis han mostrat aquesta relació (Prinz, 2007 citat a Tey, 2012). A més a més, la humilitat també genera vincles. Els vincles que amb els nois són molt important des del punt de vista educatiu. Quan s'estableix un vincle la relació es torna més significativa, això fa que els adolescents i els joves s'escoltin realment a les persones que tenen al davant i adquireixin significat i importància les paraules. Si ets un professional de l'educació, has d'entendre que els nois probablement només donaran importància a les teves paraules arran del vincle que hakis generat amb ells, el qual va totalment relacionat a l'acció d'humilitat que tinguis ver a ells i amb els sentiments i les emocions que en deriven (Giner, 2012). Però com que són molts els adults que no se centren en els vincles ni la humilitat, sinó en l'autoritat o el menyspreu, i veuen les realitats juvenils com a llunyanes, això no només fa que decaiguin les relacions dels joves amb els adults, sinó que provoca que aquestes noves formes de socialització i cerca d'identitat quedin oblidades també al món de la pedagogia i l'educació (Solé, 2006). Que s'oblidin aquests fets és quelcom important perquè qualsevol agent educatiu podria fer una millor acció educativa si adoptés aquesta actitud d'humilitat respecte a les aficions o altres interessos dels adolescents i joves, la qual apropiaria més a la realitat dels nois, els ajudaria a acceptar-se a si mateixos i generaria accions morals positives.

Segons el treball de Solé (2006), *Pedagogia i Cultures Juvenils*, només quan l'educació connecti amb les diferents cultures juvenils actuals, com per exemple el fenomen fan, i tots els seus elements, i la pedagogia s'uneixi als problemes que són actualment importants i significatius per la joventut, aconseguirem abordar i crear un bon projecte pedagògic de futur i un treball educatiu capaç de motivar a l'aprenentatge. Els educadors i educadores han d'implicar-se per a conèixer les diferents manifestacions culturals juvenils i, així, poder recollir-les, reconstruir-les i recrear-les en les pràctiques educatives. Qualsevol element de les cultures juvenils han de ser objectes seriosos de coneixement i s'han d'incloure en els textos culturals que es fan servir actualment en

àmbits institucionals, com diu Solé (2006), "la pedagogia ja no pot seguir mantenint un discurs reduccionista a l'entorn de la joventut". Això no vol dir que conèixer aquestes pràctiques culturals els porti a modificar les institucions educatives i convertir aquestes en espais plens d'entreteniment centrat en aquests interessos juvenils, sinó que aquests coneixements ens han d'apropar a connectar amb la joventut i a ser més empàtics amb cadascun d'aquests nois amb els quals es treballen per tal de construir ponts amb el món, l'actualitat i les exigències socioculturals del moment. En termes de Paul Willis (1998 citat per Solé, 2006), s'ha d'assumir la força educativa de la cultura juvenil i s'han de proposar línies d'investigació per a poder reflexionar sobre els diferents processos d'enculturació i de la pedagogia de la joventut del futur.

A més a més, la pedagogia també ha d'assimilar que els contextos dels joves s'han vist modificats i afectats pel paper dels mitjans de comunicació de masses i les noves tecnologies, els quals actuen com a agents i mitjans de socialització. A través d'aquests nous agents i les cultures juvenils els nois construeixen les seves identitats i és per això que cal que s'obrin i modifiquin les narratives tradicionals que encara parlen d'identitats tancades i moralitats alienes a les experiències més quotidianes viscudes per aquests joves. La pedagogia ha de començar a entendre tots aquests nous elements de la vida dels joves per a poder millorar les institucions educatives, les quals actualment ignoren aquestes realitats (Solé, 2006).

Finalment, destacar que a Catalunya hi ha estudis, com el de Xavier Fina Ribó (2010), sobre hàbits culturals i polítiques públiques que exposen a les seves conclusions com les polítiques de joventut actuals haurien d'avançar, entre altres coses, cap a un model que faci una lectura més profunda del que hi ha darrere de les identitats juvenils, de les cultures juvenils, tant pel que fa al seu contingut artístic, com pel que representen aquestes pels joves, només d'aquesta manera aconseguirem que les polítiques de joventut es facin més properes a les realitats d'aquests col·lectius. Així doncs, conèixer més profundament el fenomen i com aquest afecta la cerca de la identitat durant l'adolescència als adolescents i joves en general és quelcom que pot després utilitzar-se de diferents maneres dins les polítiques de joventut i l'educació per a aproximar-se més als joves i les seves realitats i així poder generar millors accions educatives.

METODOLOGIA

Aquest estudi és una investigació principalment qualitativa que intenta respondre a l'objectiu d'analitzar de quina manera el fet de formar part del fenomen fan adolescent influeix en la cerca d'identitat durant l'adolescència. La primera part del treball és un marc teòric que es va realitzar a través d'una extensa cerca bibliogràfica i a la web per tal d'oferir una base teòrica a la investigació i poder aclarir alguns conceptes. La segona part és la investigació principalment qualitativa, tot i que amb alguns aspectes quantitatius.

Es va decidir enfocar la investigació en una perspectiva bàsicament qualitativa perquè es considerava la més adient per a aconseguir els objectius, tenint en compte que aquesta perspectiva busca comprendre i interpretar les particularitats de les persones o comunitats a través de la interpretació dels diferents sentiments, creences i valors, respecte el seu context, per tal de poder situar i orientar les accions que fem les persones (Martínez Rodríguez, 2011). Tot i així alguns aspectes d'aquesta investigació són quantitatius, perquè s'ha volgut relacionar diferents variables quantificables per tal de poder generalitzar i generar unes conclusions més precises. Els instruments que van ser emprats en aquesta recerca són dos, el qüestionari i l'entrevista. D'altra banda, la població sobre la qual s'ha fet la investigació, és a dir, el conjunt de tots els casos, van ser adolescents i joves participants del fenomen fan.

1. ELS INSTRUMENTS

1.1. El qüestionari

El qüestionari va ser dissenyat com a un instrument per a fer la tria dels casos de la investigació qualitativa, als quals se'ls hi farien entrevistes. Es va crear a través de *Formularios Google* i fou validat per un professor de la Universitat de Girona, professional de l'educació i l'antropologia, per un professional de l'educació extern a la universitat i per dues noies participants del fenomen fan, una de 27 anys i una de 13 anys.

La mostra va ser escollida a través de mostreig no probabilístic intencional. Es va escollir aquest mostreig perquè es poden seleccionar els subjectes de forma no

aleatòria, podent passar el qüestionari només a persones que participessin del fenomen fan, alhora que es procura que la mostra sigui el màxim representativa i aconseguir resoldre els problemes de representativitat que pot generar aquest mostreig. A més a més, es va escollir perquè la mostra escollida va ser a la qual es tenia fàcil accés. Gràcies a aquest tipus de mostreig, el qüestionari es va distribuir a diferents persones residents a Catalunya les quals sabia que estaven implicades en el fenomen fan. Després aquestes persones van distribuir el qüestionari a grups catalans de diferents xarxes socials, com *Whatsapp*, *Facebook* o d'altres. Aquest grups estaven relacionats amb determinats *fandoms* del fenomen fan i hi havia tota classe de persones. Finalment es van recollir 79 qüestionaris, tres dels quals es van detectar com a no vàlids, dos d'ells perquè no s'havien contestat de forma coherent, simplement havien posat lletres a l'atzar, i un altre perquè havien posat un nom que no corresponia amb el gènere i es contestaven monosíl·labs. Per tant, la mostra finalment va ser de 76 persones.

Com que el qüestionari, que s'adjunta a l'annex 1, era un instrument de tria de casos, no era de caràcter anònim i demanava algunes dades personals per tal de poder contactar amb els subjectes, si donaven el seu consentiment, en cas que fossin seleccionats per a ser entrevistats. Aquest instrument constava de 5 preguntes de dades personals per a recollir dades d'identificació, 1 pregunta per conèixer si estarien disposats o no a ser entrevistats, 7 preguntes obertes de cos i una novena que donava les gràcies i deixava espai obert a comentaris. Només constava de 3 preguntes tancades, la d'edat, on només es podria triar edats compreses entre els 12 i els 25 anys perquè es necessitava una mostra participant en el fenomen fan adolescent; la de gènere, home i dona, i una altra per saber si estaven disposats a ser entrevistats, on havien d'escollir sí o no. Totes les altres preguntes foren obertes perquè cada subjecte pogués donar les seves dades i perquè per a fer la tria dels casos era indispensable que la mostra contestés tot el que volgués sense restriccions. Només d'aquesta manera es podria contrastar qui donava més informacions, qui havia reflexionat més sobre les qüestions i qui semblava més disposat a ser entrevistat, així com veure més clarament els diferents subgrups naturals que es podrien trobar dins del fenomen fan i fer una tria de casos mínimament representativa. Tot i ser preguntes obertes destinades a fer un triatge, totes estaven vinculades als objectius de la recerca i fins i tot es va incloure una pregunta trampa. La pregunta número 5 era la mateixa que la número quatre però formulada diferent i amb conceptes més complicats per comprovar la coherència de les respostes i evitar que el

subjecte respongui a l'atzar, així com per veure si entén el concepte d'identitat tal i com es planteja en aquesta recerca.

A continuació es mostra una taula que es va elaborar per a poder crear el qüestionari, la qual relaciona els objectius de la recerca amb les diferents qüestions.

Taula 2 - Relació dels objectius i les preguntes del qüestionari

Objectius	Preguntes
Analitzar de quina manera el fet de formar part del fenomen fan adolescent influeix en la cerca d'identitat durant l'adolescència.	4.Què creus que t'aporta com a persona formar part o haver format part d'aquests <i>fandoms</i> ? 5.Creus que formar part d'aquests <i>fandoms</i> t'ajuda o t'ha ajudat a formar parts de la teva identitat? Per què? En quines coses t'ajuda o t'ha ajudat?
Conèixer més profundament aquest fenomen.	1.Digues de quin o quins <i>fandoms</i> et consideres part o has format part en un passat (poden ser <i>fandoms</i> de grups música, cantants, llibres, actors...) 2.Quin dels <i>fandoms</i> que has nomenat anteriorment consideres que forma part del fenomen fan adolescent? Per què? 3.Si has nomenat diversos <i>fandoms</i> a la pregunta 1, ordena per ordre de major a menor importància els quatre més importants per a tu.
Ajudar a minimitzar els prejudicis i estereotips cap a aquest fenomen.	7.T'agradaria que la societat tingués més coneixements sobre què és un <i>fandom</i> ? Per què?
Afavorir a què professionals de l'educació, famílies i altres persones interessades entengui millor aquest fenomen i com aquest pot influir als adolescents.	6.Si has contestat que "sí" a l'anterior pregunta, digues si creus que els adults (pares/mares, professors, etc.) comprenen suficientment tot el que comporta i aporta formar part d'un <i>fandom</i> i per què. 7.T'agradaria que la societat tingués més coneixements sobre què és un <i>fandom</i> ? Per què?
Analitzar quin tipus de relacions es creen dins d'aquest fenomen.	4.Què creus que t'aporta com a persona formar part o haver format part d'aquests <i>fandoms</i> ?
Dotar de major reconeixement aquest fenomen social.	7.T'agradaria que la societat tingués més coneixements sobre què és un <i>fandom</i> ? Per què? 5.Creus que formar part d'aquests <i>fandoms</i>

	t'ajuda o t'ha ajudat a formar parts de la teva identitat? Per què? En quines coses t'ajuda o t'ha ajudat?
Generar nous temes d'investigació sobre el fenomen fan.	4.Què creus que t'aporta com a persona formar part o haver format part d'aquests <i>fandoms</i> ?

Quan es van recollir els qüestionaris es va detectar que aquest podia fer una doble funció, com a instrument de tria de casos i també per a recollida de dades, ja que les preguntes tot i ser obertes responien a part dels objectius. A més a més, aquestes dades podien ser tractades de manera quantitativa tot i que les seves variables fossin qualitatives, cosa que podia generar informació més representativa i objectiva i podia ser de gran utilitat per a triangular dades. És per això que finalment es va decidir analitzar i processar gran part de la informació dels qüestionaris i incloure'ls a la recerca.

Per tal de fer el buidatge es va fer servir el programa SPSSx i es van fer diverses proves per a conèixer la mitjana, la moda i els percentatges, així com es va passar la prova chi-quadrat per a comprovar dues variables qualitatives, edat i resposta negativa o afirmativa a la pregunta número 5 del qüestionari (veure annex 1).

1.2. L'entrevista

Es van fer 11 entrevistes, ja que sempre és millor tenir un número imparell. A més a més, aquest nombre va garantir complir els terminis de temporalitat del treball i major diversitat d'opinions i d'edats. La tria de casos per a les entrevistes va fer-se, com s'ha dit anteriorment, en funció de qui més informació aportava als qüestionaris, qui havia reflexionat més sobre les preguntes i qui semblava més disposat a ser entrevistat, alhora que de forma directament proporcional en quant al gènere de persones enquestades i en quant a una resposta negativa o afirmativa a la pregunta número 5 (veure annex 1). Es va decidir fer de forma proporcional a la variable de gènere i a la variable dels resultats de la cinquena pregunta, la qual era una pregunta clau per a la recerca, per tal d'intentar tenir uns casos el màxim de representatius. No es va fer proporcional a les diferents edats perquè es considerava més valuós la quantitat d'informació i reflexió que s'havia aportat al respondre les qüestions que no pas la

variable de l'edat, tot i que es va intentar que la tria tingués edats diverses per a que més o menys totes estiguessin representades.

Dels 76 qüestionaris vàlids que es van recollir, 72 van ser contestats per dones (94,73%) i 4 per homes (5,62%). Tenint en compte que havia de ser proporcional, sobre les 11 persones que havien de ser entrevistades 10 serien dones i 1 home. A més a més, d'aquestes 10 dones entrevistades, 2 havien d'haver respòs no a la pregunta número 5 del qüestionari, ja que 13 dels enquestats van respondre en negatiu (17,11%) i d'aquests 13 només un era home, per tant les persones entrevistades que haguessin contestat en negatiu havien de ser dones. Finalment, els casos triats van ser de 10 dones, una de 14 anys, que va contestar que no a la cinquena pregunta del qüestionari, dues de 15 anys, tres de 17 anys, de les quals una també havia contestat en negatiu a la cinquena pregunta; una altra de 18 anys, dos de 21 anys i una de 25 anys; i un noi de 15 anys.

Taula 3 - Casos

NÚMERO DE CAS	GÈNERE	EDAT
Cas 1	Dona	25
Cas 2	Dona	21
Cas 3	Dona	21
Cas 4	Home	15
Cas 5	Dona	14
Cas 6	Dona	17
Cas 7	Dona	17
Cas 8	Dona	18
Cas 9	Dona	17
Cas 10	Dona	16
Cas 11	Dona	15

Es van fer 11 entrevistes al llarg de tot el mes d'abril en diferents dies i setmanes. D'aquestes, 8 en persona a les diferents poblacions de residència dels casos,

els quals vivien arreu de Catalunya i distribuïts per les quatre províncies. Les altres 3 es van fer via *Skype* perquè era complicat coincidir en horaris amb els subjectes.

La durada de les entrevistes depenia molt del subjecte entrevistat però totes duraven aproximadament una hora. L'estructura d'aquestes va ser semiestructurada per tal de poder establir un diàleg col·loquial sense masses interrupcions i sense haver de seguir completament un guió i així aconseguir que els subjectes es sentissin més relaxats alhora d'entrevistar-los. Les entrevistes semiobertes són idònies per a aconseguir descripcions del món en què viuen les persones entrevistades i així poder fer interpretacions precises del significat que tenen tots els fenòmens descrits en elles. A més a més, amb les entrevistes no només es poden recollir dades en quant al diàleg, sinó que la informació no verbal que ens pugui donar el subjecte mitjançant els seus moviments, el seu to de veu, la seva expressió, entre d'altres, és quelcom molt important per a entendre si cal variar la pregunta, reformular-la canviar de temàtica o, simplement, per a analitzar la informació (Martínez, 2006).

Com que les entrevistes van ser semiobertes seguien un guió que vaig crear de temàtiques sobre les quals havia de preguntar, però no estava condicionada a seguir-lo i també podia anar més enllà si l'entrevistat em donava l'oportunitat. Tot i que es poden posar exemples, les preguntes no estaven pautades, a cada entrevista foren diferents en funció del context, de la manera de parlar de l'entrevistat, de l'edat, del grau de maduresa del llenguatge de la persona, del grau de comprensió, etc. Per tal que s'entenguin les temàtiques del guió de l'entrevista a continuació s'exposarà un breu resum sobre què representa cada tema i exemples de qüestions que es plantejaven:

- **Influència / Identitat:** En aquesta categoria se'ls hi plantejaven qüestions relacionades directament amb la influència que havia o estava tenint formar part del fenomen fan i com això afectava o havia afectat la seva identitat. Per exemple, directament si creien que allò havia influenciat la seva identitat, què pensaven que aquest fenomen els havia aportat, sobre quines coses havien reflexionat, què era allò que han o havien canviat o modificat en la seva identitat arrel d'estar dins d'un *fandom* del fenomen fan... Cal tenir en compte que amb aquells que semblava que no sabien ben bé què era la identitat se'ls explicava com, segons es planteja en aquesta investigació, es modifica la identitat i una mica què és, així com es plantejaven les preguntes de maneres més o menys senzilles en funció de la persona.

- Amics: Preguntes sobre les diferents relacions d'amistat que s'han establert dins dels *fandoms*. Per exemple, si encara continuen, com van sorgir, on es van conèixer, si s'han arribat a veure en persona, si són considerats importants i veraders amics, quina diferència troben entre aquests amics i altres que tenen fora dels fenomen fan...
- Cultura juvenil: Preguntes relacionades amb els temes dels quals es parla dins d'un *fandom* i sobre si el fenomen fan és com una cultura juvenil. Per exemple si es parla sobretot de l'ídol adolescent i el seu material cultural o també es tracten altres temes, si es considera que el fenomen fan és una nova cultura juvenil, si creuen que aquest fenomen és una cosa més local, estatal o global...
- Estereotips mitjans: Preguntes relacionades amb les diferents imatges que ofereixen els mitjans de comunicació sobre els fans del fenomen fan o sobre els famosos d'aquest fenomen i el seu material cultural. Per exemple, si allò que ensenyen els mitjans de comunicació del fenomen fan es pot generalitzar, com veuen ells la informació que donen els mitjans de comunicació, què opinen sobre les notícies que parlen dels ídols adolescents...
- Educació / Pares: Aquesta categoria inclou preguntes diverses relacionades amb els diferents agents educatius adults dels joves i adolescents, així com de situacions o entorns diversos. Per exemple, si es senten recolzats o entesos pels seus pares o familiars, si creuen que els ajudaria que els professors, orientadors, monitors o altres agents educatius tinguessin més coneixements sobre fenòmens com el fenomen fan, com els ajudaria aquest coneixement dels adults a ells com a fans, si tenen anècdotes de situacions en que s'hagin sentit o no recolzats per adults i què els va fer sentir aquella situació...
- Famosos / Material cultural: Es pregunten coses relacionades directament amb el què creuen que els aporta o no el famós o material cultural al qual segueixen. Per exemple, si alguna cançó o alguna cosa que hagi fet el seu ídol els ha fet reflexionar en algunes situacions, si els llibres que han llegit o les pel·lícules que han vist els han fet veure les coses amb altres ulls, si recolzen sempre o no al seu ídol, si són o no crítics amb el seu ídol...
- *Fandom*: Aquesta categoria està separada de la de cultura juvenil perquè és aquella que genera preguntes sobre de quins *fandoms* formen part o diferents situacions o moments que han viscut dins d'aquest fenomen fan. No és tant des d'una visió de quins temes es tracten dins d'aquest sinó des de la perspectiva

d'intentar entendre com funcionen les relacions dins d'aquests grups, així com conèixer amb més profunditat a la persona. Per exemple, de quins *fandoms* formen part, quant fa que són fans, què és més important en un *fandom*...

- Futur professional: Aquesta categoria és externa a la d'influència i identitat perquè és quelcom que no havia d'oblidar en les entrevistes i que si l'hagués inclòs en aquella altra podia haver oblidat preguntar. Alguns exemples de preguntes son si alguna vegada han reflexionat, buscat orientació o triat el seu futur professional amb persones que coneguessin del *fandom*, si havien reflexionat sobre aquest tema emmirallant-se en el seu ídol i el material cultural que generava...
- Orientació sexual: No és una categoria vital per a la recerca però és un altre punt a través del qual es pot identificar com influència el fenomen fan a la nostra identitat, la qual també inclou la nostra orientació sexual. Igual que la categoria anterior és externa a la d'influència i identitat perquè és quelcom que no havia d'oblidar en les entrevistes i que si l'hagués inclòs en aquella altra podia haver oblidat preguntar. Les preguntes en aquest apartat eren molt diferents en funció de la persona i es solien fer al final de l'entrevista quan la persona es sentia més còmode. Algun exemple de qüestió era si algun cop s'havien sentit atrets sexualment pel seu ídol o creien que era més aviat quelcom romàntic, si aquella atracció els havia fet reflexionar sobre la seva orientació sexual, si pensaven que havien començat a sentir i reflexionar sobre els seus primers desitjos sexuals a partir de l'atracció cap al seu ídol...
- Xarxes socials: Preguntes sobre com i amb quina freqüència fan servir les xarxes socials en relació al fenomen fan. Per exemple, si fan servir molt les xarxes socials, si les fan servir per saber coses sobre el famós o per relacionar-se amb altres persones, si han fet amics a través de les xarxes socials...
- Paraula: Aquesta és una categoria que té una finalitat molt concreta però no és vital per a la investigació. En aquesta categoria es preguntava amb quina paraula descriurien una emoció o un sentiment que sentissin formant part del fenomen fan, perquè a través de la resposta es podia analitzar si hi intervenia molt la part sentimental o no en aquest fenomen.

A continuació es mostra una taula en la qual es relacionen aquestes temàtiques sobre les quals es va preguntar i els objectius de la recerca. S'ha de dir que no s'especifiquen les preguntes que es van fer servir perquè aquestes, com s'ha dit, eren espontànies. Alguns dels temes que es van incloure al guió no tenien una finalitat relacionada amb els objectius, sinó que eren temàtiques per tal de conèixer a la persona i fer-la sentir còmode alhora d'establir la conversa.

Taula 4 - Relació dels objectius i les temàtiques de les entrevistes

Objectius	Temes de les preguntes de les entrevistes
Anàlitzar de quina manera el fet de formar part del fenomen fan adolescent influeix en la cerca d'identitat durant l'adolescència.	Identitat / Influència. Futur professional. Orientació sexual. Amics.
Conèixer més profundament aquest fenomen.	Cultura juvenil. Amics Xarxes socials. Famós / Material cultural. Paraula clau. <i>Fandom.</i>
Ajudar a minimitzar els prejudicis i estereotips cap a aquest fenomen.	Cultura juvenil. Estereotips mitjans. <i>Fandom.</i> Famós / Material cultural. Xarxes socials. Amics.
Afavorir a què professionals de l'educació, famílies i altres persones interessades entengui millor aquest fenomen i com aquest pot influir als adolescents.	Identitat / Influència. Futur professional. Orientació sexual. Amics. Educació / Pares. Estereotips mitjans. Paraula clau.
Anàlitzar quin tipus de relacions es creen dins d'aquest fenomen.	Amics. <i>Fandom.</i> Identitat / Influència.

	Xarxes socials.
Dotar de major reconeixement aquest fenomen social.	Educació / Pares. Estereotips mitjans. Identitat / Influència. Futur professional. Orientació sexual. <i>Fandom.</i> Cultura juvenil.
Generar nous temes d'investigació sobre el fenomen fan.	<i>Fandom.</i> Famós / material cultural. Cultura juvenil. Xarxes socials. Educació / Pares. Estereotips mitjans.

La informació de les entrevistes va ser tractada principalment de forma qualitativa i per fer el seu buidatge es van transcriure totes i es va fer servir el programa *Atlas.ti*. En aquest programa es van utilitzar principalment els codis, els quals ajuden a agrupar la informació en categories, i els memos, que són anotacions que pots anar fent alhora que classifiques la informació en codis. Els codis que es van utilitzar van tenir els mateixos noms que les diferents categories del guió dels temes a tractar a l'entrevista, ja que ja estava familiaritzada amb elles. A més a més, aquestes categories es van redistribuir i reorganitzar a l'hora de fer l'anàlisi i la redacció dels resultats per a poder definir i separar les temàtiques i fer la lectura de la investigació més simple. D'altra banda, els memos foren idonis per aclarir coses que en el tros de l'entrevista seleccionat per un determinat codi no s'entenia perquè estava fora de context.

2. CRONOGRAMES

Taula 5 - Cronograma de tutories

	DESEMBRE 2015	GENER 2016	FEBRER 2016	MARÇ 2016	ABRIL 2016	MAIG 2016	JUNY 2016
Tutoria grupal							
Tutoria individual							

Taula 6 - Cronograma d'entrevistes

ABRIL 2016						
Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
				1	2	3
4	5	6	7	8	9 - Cas 1	10 - Cas 2
11	12	13	14	15	16 - Cas 3 / Cas 4	17 - Cas 5 / Cas 6
18	19 - Cas 7	20	21	22	23	24 - Cas 8
25	26	27	28	29	30 - Cas 9 / Cas 10	1 Maig - Cas 11

Taula 7 - Cronograma del treball

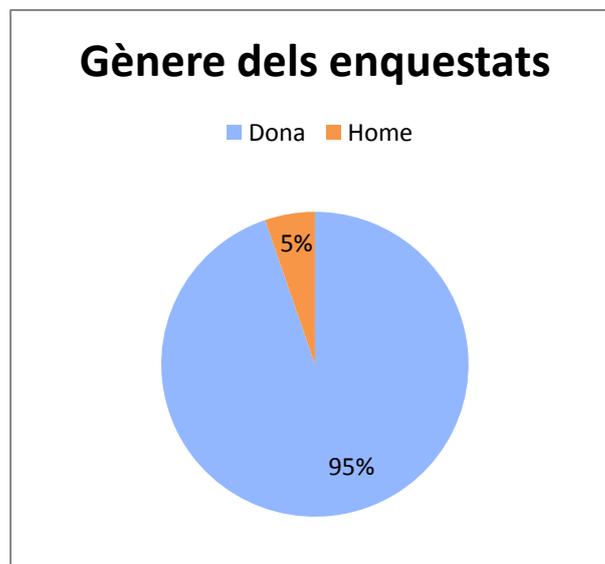
	SEGON SEMESTRE CURS 2014-2015	DESEMBRE 2015	GENER 2016	FEBRER 2016	MARÇ 2016	ABRIL 2016	MAIG 2016	JUNY 2016
Redacció de la proposta	■	■	■	■	■	■		
Marc teòric	■	■	■	■	■	■		
Revisió dels objectius				■	■			
Qüestionaris				■	■	■		
Entrevistes					■	■	■	■
Metodologia						■	■	
Resultats						■	■	
Conclusions							■	■
Introducció							■	■
Revisió del treball								■
Preparació i exposició oral								■

ALÀLISI DELS RESULTATS

1. ANÀLISI DELS QÜESTIONARIS

A mode d'introducció, cal destacar que unes de les característiques més extenses del fenomen fan i dels seus *fandoms* és que aquest té un caràcter generalment femení i adolescent, cosa que s'ha pogut confirmar a través dels resultats d'aquest estudi. Com es pot observar a la taula número 8, els qüestionaris van ser contestats per 72 noies o dones (94,7%) i només per 4 nois o homes (5,3%) tot i que aquests es van distribuir en diversos grups de diferents xarxes socials, de diversos *fandoms*, i de distintes edats. Així doncs, veiem com és cert que el fenomen fan té com a principals protagonistes a les noies o dones. A més a més, també es pot afirmar que és un fenomen generalment adolescent ja que, com es pot comprovar a les taules 9 i 10, es pot observar com la mitjana aritmètica d'edat dels enquestats és 17,82 anys i la moda, l'edat que més es repeteix, els 17 anys.

Gràfic 1 - Gènere dels enquestats



Taula 8 - Mitjana aritmètica dels qüestionaris

Estadístiques		
Edat		
N	Vàlid	76
	Perduts	0
Mitjana		17,82

Taula 9 – Moda dels qüestionaris

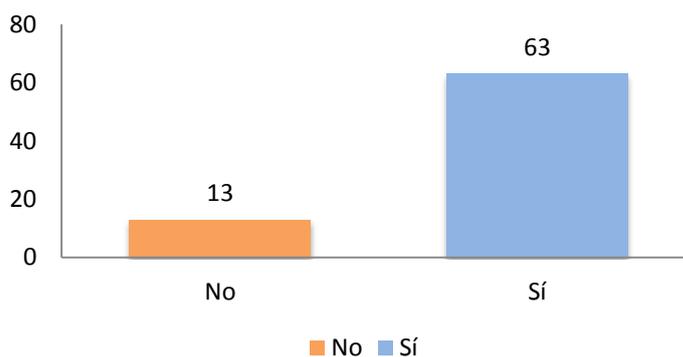
Estadístiques

Edat		
N	Vàlid	76
	Perduts	0
Moda		17

Aquests resultats ens poden portar a pensar, com es plantejava al marc teòric, que el fenomen fan és l'antecedent de la cultura *teeny-bopper*, encara més havent observat que 75 dels 76 enquestats (98,68%) segueixen a ídols masculins de la música *pop*. Recordem que la cultura juvenil *teeny-bopper* va néixer als anys 90 i que es basava en un flux constant d'ídols masculins de la música *pop* i on les principals protagonistes eren les noies (Martínez Sanmartí, 2002). Totes les característiques d'aquesta antiga cultura coincideixen amb les característiques del fenomen fan i queden demostrades en aquest estudi.

Aquestes dades estadístiques anteriors són purament descriptives i tot i que no influeixen directament en els objectius d'aquesta investigació són útils per a conèixer de forma objectiva les diferents característiques del fenomen fan. Però els qüestionaris disposaven de més preguntes que sí eren de rellevància per a aquesta recerca. Per exemple, només 1 dels 76 enquestats (1,32%) van contestar que no els hi aporta res com a persona formar o haver format part dels *fandoms* del fenomen fan, dins la qüestió número 4 (veure annex 1). Això demostra que el 98,68% dels enquestats està d'acord en que el fenomen fan i els seus *fandoms* els hi aporten o han aportat coses, alhora que a la cinquena pregunta (veure annex 1), que és la mateixa que l'anterior però formulada de forma més tècnica i fent servir el concepte d'identitat, 63 d'ells (83%) opinen que sí, que aquest fenomen els ha ajudat a formar parts de la seva identitat (veure gràfic 1 a continuació).

Gràfic 2 - Resposta a la pregunta número 5 del qüestionari (veure annex 1)



També es va detectar que quan més petits són més cops han respòs que no a aquesta qüestió i per això es va analitzar si la variable edat i la variable de la resposta a aquesta qüestió tenien relació a través de la prova chi-quadrat (veure taules 10 i 11 a continuació). Com que el nivell de significació de la prova s'allunya molt del 0,05 que és necessari per a afirmar que hi ha una relació entre les dues variables, la conclusió és que no hi ha relació entre aquestes. D'altra banda, s'ha de destacar que els recomptes esperats coincideixen en alguns casos però en d'altres són molt diferents de la realitat.

Taula 10 - Tabulació creuada Edat-Identitat

			Identitat		Total
			No	Sí	
Edat	14	Recuento	1	3	4
		Recuento esperado	,7	3,3	4,0
	15	Recuento	1	9	10
		Recuento esperado	1,7	8,3	10,0
	16	Recuento	1	9	10
		Recuento esperado	1,7	8,3	10,0
	17	Recuento	2	15	17
		Recuento esperado	2,9	14,1	17,0
	18	Recuento	2	11	13
		Recuento esperado	2,2	10,8	13,0
	19	Recuento	1	5	6
		Recuento esperado	1,0	5,0	6,0
	20	Recuento	2	2	4
		Recuento esperado	,7	3,3	4,0
	21	Recuento	1	3	4
		Recuento esperado	,7	3,3	4,0
	22	Recuento	0	3	3
		Recuento esperado	,5	2,5	3,0
	23	Recuento	2	0	2
		Recuento esperado	,3	1,7	2,0
	25	Recuento	0	3	3
		Recuento esperado	,5	2,5	3,0
Total		Recuento	13	63	76
		Recuento esperado	13,0	63,0	76,0

Taula 11 - Proves de chi-quadrat

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15,417 ^a	10	,118
Razón de verosimilitud	13,118	10	,217
N de casos válidos	76		

a. 18 casillas (81,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,34.

Com que aquestes preguntes eren obertes, no només contestaven sí o no i per tant s'han pogut analitzar altres informacions extretes de les diferents respostes a aquestes dues qüestions anomenades anteriorment. Es va detectar que la majoria fan especial referència als amics o coneguts que han fet arran de ser part dels diferents *fandoms*, més que no pas fer referència a l'artista i material cultural al qual segueixen. Es va poder aprofundir en aquesta temàtica al llarg de les entrevistes. També s'ha detectat que la gran majoria, 69 persones (90,79%), van respondre a la pregunta número 7 (veure annex 1) que voldrien que la població tingués més coneixements sobre què és un *fandom* perquè així desapareixerien alguns dels estereotips relacionats amb el fenomen fan i la gent entendria més les persones participants en aquest fenomen. A més a més, 73 dels enquestats (96,05%) van dir que no creien que els adults (pares/mares, professors, etc.) entenguessin tot el que comporta ser part d'un *fandom*, responnent a la pregunta número 6 (veure annex 1), i gran part d'aquests afirmaven que creien que pels adults ser fan és una tonteria i que no entenen tot el que comporta formar-hi part, com per exemple conèixer noves amistats.

A partir d'aquests resultats quantificats es pot observar com la majoria dels fans opinen coses molt semblants pel què fa a aquest fenomen i com el veu la societat. A més a més, a totes elles els hi agradaria que els seus agents educatius més propers coneguessin més profundament aquest fenomen per així poder-se sentir més enteses pels altres.

2. ANÀLISI DE LES ENTREVISTES

2.1. Cultura juvenil

El fenomen fan adolescent és molt ampli, inclou una gran varietat de *fandoms* que, tot i no ser iguals, es formen de manera similar i mouen més o menys al mateix tipus de persones, com s'ha comprovat a l'anàlisi dels qüestionaris. Aquesta idea s'ha pogut veure al llarg de les entrevistes, i prèviament als qüestionaris, on s'ha detectat que dintre d'aquest fenomen es poden fer dos grans blocs de *fandoms*, els *fandoms* que podríem anomenar occidentals i els orientals. No hi ha gaire diferència entre aquests dos grans blocs però penso que cal diferenciar-los perquè les mateixes fans ho fan. Als qüestionaris, tot i que pocs parlen de *fandoms* orientals, es va detectar com sempre separaven, dins de la pregunta número 1 (veure annex 1), aquests dos grans blocs de *fandoms* i a més a més una de les entrevistades (Cas 1) és fan d'un grup de música d'estil k-pop i va nomenar-lo també de forma separada.

“Eh... Sí, de Exo. Aunque he de decirte que hace poco... Pero sí, porque ya he conocido a gente y los sigo, me gusta enterarme de lo que hacen, las galas a las que van, los premios que ganan y eso, las canciones que sacan... [...] Aún me estoy iniciando... Además las fans asiáticas están mucho más locas y organizan más los fandoms y así. Pero bueno, mmmh... Nada raro.” (Cas 1)

Dins d'aquests dos grans blocs hi ha diferents *fandoms*, els més repetits al llarg d'aquesta recerca són el d'en Justin Bieber, el de One Direction, el de Taylor Swift i el de Harry Potter, que actualment no és ben bé un fenomen fan adolescent però que fa uns anys ho va ser. Tots ells són *fandoms* del bloc occidental.

“Pues hace que soy fan como toda mi vida pero no me di cuenta hasta los 13 años. Y empecé siendo fan de Justin Bieber, eh... Cuando tenía 13 años y luego pues... One Direction y ahora... Bueno, ¡y Taylor Swift también! Y ahora pues 5 Seconds Of Summer y bueno, poco más. Y también pues de películas y libros, porque a mí me gusta mucho leer, pues Harry Potter, Los Juegos del Hambre... De series, que también me gustan mucho... Y bueno sí, eso más o menos” (Cas 8)

Formar part d'un *fandom* és molt més que ser fan, de fet al llarg de les entrevistes s'ha pogut veure com tothom fa distincions entre aquestes dues idees. A l'inici de les entrevistes se'ls hi preguntava de quins *fandoms* eren i totes te'n citaven

alguns però finalment acabaven dient alguna frase semblant a aquesta: “*Y soy fan de otras cosas pero no es lo mismo*” (Cas 5). La gran majoria considera que per passar de ser fan a formar part d’un *fandom* s’han de donar una sèrie de situacions a la teva vida, però poques saben explicar-ho, només les entrevistades de major edat.

“Yo creo que es todo como una mezcla de cosas. Que te guste mucho el grupo o la historia y que también estés a lo mejor en alguna parte de tu vida en la que no sales tanto, que estás más perdido o lo mejor te ha pasado algo, o no tienes tantas cosas que hacer y como que te vuelcas en eso y buscas como una vía de escape de esa manera. No es que la busques pero al final es tu vía de escape. Entonces yo creo que para meterte de lleno en un fandom del fenómeno fan se tiene que dar una serie de cosas que hagan que te metas, pues eso, no tener a lo mejor tanta vida social, que te guste mucho, que hagas amigas y que tengas unos ciertos sentimientos, que no solamente te guste la música o la historia de la película o de la saga, sino que sus personajes te gusten o los cantantes... ¿Qué más...? Pues eso.” (Cas 1)

Però hi ha una característica en la qual sí que coincideixen totes. Totes pensen que allò que et fa sentir realment part del *fandom* és el fet de conèixer a gent que també s’hi senti part, crear una xarxa d’amistats. De fet, un *fandom* és com qualsevol altre tipus de grup, on t’hi sents realment integrat quan comences a relacionar-te amb altres persones i quan hi estableixes diferents tipus de relacions.

“Jo el que crec és que sempre ets sents més integrada en un puesto quan coneixes a la gent que hi és. Això és igual en una classe, és a dir, si tu vas a una classe nova no et sents tant integrada com si ja portes 4 o 5 anys en aquella classe. Aleshores jo crec que si, que quantes més persones coneixes d’aquell fandom, més integrada t’hi sents. Però això és igual que en tot” (Cas 9)

Com veiem al marc teòric, els grups són conceptes abstractes que creem les persones per tal d’ordenar la societat i poder definir-nos entre nosaltres. Així doncs, els *fandoms* són grups inventats, abstractes, creats per a poder classificar a les fans en categories socials i així poder formar part de la visió que tenen d’elles mateixes. Tajfel (1984 citat per Guitart, 2009) mostra com aquesta categorització ajuda a establir relacions amb les persones que comparteixen quelcom amb nosaltres però també pot implicar una despersonificació, que s’acabi veient a les persones a partir del seu grup i

no de qui són. A les entrevistes s'ha trobat una fan (cas 8) que és conscient d'aquest problema de la categorització i rebutja els *fandoms* i els noms que se'ls hi donen perquè opina que és difícil definir quan algú hi forma part o no però, tot i així, fa referències a ser fans d'una cosa o d'una altra. També està categoritzant però sense fer servir un nom en concret, el qual pot semblar que marca molt més els límits d'un grup.

“Yo, sinceramente, no creo en los fandoms, es una cosa como qué... Es como cuando tienes una pareja y dices que sois novios, igual no hace falta decirlo porque ya estás ahí, ¿para qué decirlo? Entonces yo no me considero de los fandoms, no digo yo soy de este fandom, yo soy Directioner o yo soy lo que sea... Pues, yo sigo a esta persona pero... Ídolos, ídolos solo tengo dos, pero que me gusten o que me guste como son o me guste su música o me guste como actúan... pues tengo algunos pero ídolos, ídolos pues... Es que no puedes tener veinte mil ídolos. Tienes uno o dos. Entonces, en los fandoms, fandoms en sí, pues no creo, creo que tú eres una fan de algo y ya está. Los fandoms es algo que han inventado para decir “tú eres o no eres” pero que no tiene mucha importancia.” (Cas 8)

També hem vist a la cerca bibliogràfica com altres autors, com Maffesoili (1990), parlaven de què en la nostra època de la postmodernitat ha tornat la necessitat del grup. Aquests grups modifiquen i construeixen les nostres identitats però són creats, no només de les interaccions, sinó dels sentiments i les emocions que sorgeixen dins d'ells. Som éssers socials que vivim en grups i aquests ens generen sentiments i emocions, les quals són molt importants per a generar una idea sobre nosaltres mateixos. Els *fandoms* del fenomen fan tenen totes les característiques dels grups i, per tant, també generen sentiments i emocions les quals semblen ser per a la majoria de les entrevistades uns dels elements més importants d'aquest fenomen. Totes coincideixen en què formar part d'un *fandom* no té tant a veure amb el famós en sí sinó que és especialment quelcom sentimental i emocional, per alguna raó t'hi sents molt lligat i et desperta moltes emocions.

“Yo creo que más sentimental. A mí... O sea, me produce feelings⁴. Me... No sé cómo explicarlo.” (Cas 4)

⁴ *Feelings*: Paraula anglesa que significa sentiments.

“Sí. Pero... Eh... No creo que sepa explicarlo con palabras... Creo que son sentimientos, no sé... A mí me pasó el otro día que iba en el metro y vi a una chica que llevaba una chapa del grupo de Exo y me dieron muchas ganas de tocarle la espalda y decirle: ‘¡Eh! A mí también me gustan...’ Y, no sé, hablar con ella. Es como un sentimiento de... no sé, te sientes cercana a esa persona por algo...” (Cas 1)

Com deia Thompson (1997), el *fandom* s’ha d’entendre com a un fet social normal sorgit en el context ordinari de la vida quotidiana de moltes persones que, en determinats moments, viuen de manera conjunta i apassionada la seva afició per a alguna cosa o persona i que organitzen bona part de la seva activitat d’oci diària en funció a ella. Així doncs, veiem com en un *fandom* hi ha tres agents essencials: Les fans, els ídols i els materials culturals. En alguns casos concrets, com els *fandoms* dels llibres que formen part del fenomen fan, aquests agents es modifiquen una mica i, a vegades, desapareix l’ídol perquè és el mateix que el material cultural, o apareix l’ídol després quan es fa la versió cinematogràfica d’aquell llibre.

“Depende de por donde lo mires. El ídolo es como el producto. Es muy importante como sea el ídolo o como quieren que veas que es. El ídolo tiene que... O sea, si ahora estamos... Si se lleva el color negro y se llevan las canciones indie pues el ídolo tiene que ir de negro y tiene que cantar indie. Entonces es muy importante el ídolo porque es el que atrae a las masas. Las masas pues... también son importantes porque si no estuvieran las masas tampoco estaría el ídolo. Es como un trabajo de equipo, sin una cosa no puede haber la otra. Y por otro lado, el material pues... Yo creo que a veces al final es lo que menos importa, o sea sí, va ligado al ídolo pero hay gente que tiene de ídolo a Youtubers y los Youtubers... Pues no tienen material que se diga aquí... En general no mucho o no suyo, pero como les gusta una persona como piensa o su personalidad, como es delante de la cámara, pues eso. Creo que lo más importante es el ídolo y las masas por igual, luego está el material que también es muy importante pero que a veces desaparece o aumenta, depende de qué seas fan.” (Cas 8)

Tot i així, només quatre de les entrevistades es mostren en desacord a l’hora d’escollir quin és l’agent més important en un *fandom* del fenomen fan i aquell que et fa sentir-t’hi part, curiosament algunes de menor edat. La resta opinen que el més

important d'un *fandom* i el que realment t'aporta més coses dins del grup són les persones que coneixes o amb les quals et relaciones, sigui establint-hi una amistat o sigui a través de relacions puntuals. També importa l'ídol o el material cultural però el més important a l'hora de sentir-te part del grup són les persones amb les quals et relaciones. A més a més, destacar que com més grans d'edat són les entrevistades, més conscients i segures es mostren a l'hora de fer aquesta afirmació i són capaços d'exposar-la sense dubtar.

“A ver, yo creo que a ti te puede gustar mucho alguien pero que cuando empiezas a hablar con otros fans y a ver que no eres como el único que se siente así pues, te empiezas a sentir más como en casa, igual te metes como más en lo que es la vida fan. Yo creo, yo antes de tener... Bueno, yo es que ya, como yo empecé a ser fan fan fan en 2011 y ya tenía Twitter pues nunca me he sentido en plan: ‘Ai mira, ¡una persona igual que yo!’ Pero no sé, yo siento que, por ejemplo, cuando hablo con mis amigas pues vale muy bien, pero cuando yo hablo con gente que siente lo mismo que yo pues es más... diferente, te sientes como más... Que te entiende la gente, vamos. O sea, que yo creo que sí, te metes más en lo que es la vida fan cuando conoces a gente que está igual que tu.” (Cas 8)

De fet, són tan forts els vincles que s'acaben establint en aquests grups i el vincle que estableixen amb els *fandoms* que 7 de les 11 entrevistades han afirmat en algun moment de la conversa que senten que els *fandoms* són com famílies que han escollit. Que més de la meitat hagin fet aquesta informació sense que se'ls hi preguntés directament si senten que és com una família és quelcom revelador, ens mostra com aquests grups són realment importants en la vida d'aquestes fans.

“Yo creo que un fandom es realmente como una familia. Hay un dicho, que yo siempre lo uso, que los amigos son la familia que escoges. Entonces tú tienes unos amigos, que son tus amigos del pueblo, tal, y luego tienes tus amigos del fandom, que tú los has escogido a ellos, porque te gusta como son, porque piensan como tú, porque les gusta lo mismo que a ti. Al fin y al cabo son la familia que tú has escogido, son la gente en la que tú realmente confías en ellos, confías tus problemas... Aunque a lo mejor no los conoces tanto, porque hay mucha gente en el fandom y no vas a conocer a todo el mundo. Pero sí que es una familia, en el sentido de esa conexión, en el sentido de que

todo el mundo se siente ayudado. Sabes que si tienes un problema, te van a ayudar o van a intentar ayudarte. [...] Entonces, creo que eso se ve tanto en redes sociales como en un concierto, cuando una persona se desmaya, alguien que no se encuentra bien, todo el mundo se preocupa e intentan ayudarlo, es como un apoyo que vas a tener siempre. [...] Hay también gente que no son buenas personas. Hay como todo, en tu vida, en tu barrio, también te vas a encontrar gente que es muy buena y gente que no lo es tanto, pero al fin y al cabo, eso es lo que te da la experiencia. Pero al sentirte como parte de una familia en general la gente es buena. [...] La mayoría te aportan cosas buenas, y hay gente que aunque no te aportan cosas buenas te aportan lecciones. [...] Por lo tanto, hay experiencias negativas, pero aprendes. Al fin y al cabo la vida es aprender. (Cas 2)

D'altra banda no es pot obviar la gran importància que tenen Internet i les seves xarxes socials entre les fans. Són moltes les referències que les entrevistades han fet sobre aquests temes. S'ha pogut observar com totes utilitzen alguna xarxa social per a relacionar-se amb altres persones del *fandom* o conèixer coses sobre l'artista o material cultural al qual segueixen. A més a més, totes consideren que les xarxes són un pilar molt important dins del fenomen fan i per tal de poder participar-hi activament.

“Sí. Creo que sí, son importantes para el fandom aunque... Bf... De todas maneras, si no tienes una red social ahora... Es que te condiciona mucho a la hora de enterarte de las cosas, o de poder, sí, sobretudo enterarte básicamente. Ya sea Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, lo que sea, alguna... Yo creo que si eres fan, sobre todo si empiezas a ser fan, sobretudo también porque lo ves todo en esa red social o algo o porque tienes que seguir a la persona a través de una red o algo... Es que, ¿si no? No sé... Si no tienes eso tampoco llegas... No puedes acceder a según qué cosas.” (Cas 7)

Però les fans no només fan servir les xarxes socials per a seguir al seu ídol o estar actualitzades sobre el material cultural al qual segueixen, sinó que a les entrevistes s'ha vist com la majoria d'elles exposen que és el lloc on fan més amistats i estableixen més relacions. Sembla que a través de les xarxes els hi és més fàcil accedir a persones amb els mateixos interessos i és per això que per a elles és un element comunicatiu molt important. Les participants del fenomen fan estan molt relacionades amb la mediatització, que recordem que és el procés mitjançant el qual les tecnologies i els

mitjans de comunicació han canviat les formes de relacions socials, les interaccions passen a ser intervingudes per les tecnologies.

“Si, si, si, por supuesto. Yo ya te digo, empecé con los Jonas Brothers porque me metí en un foro, si no, yo creo que se hubiera quedado como ‘ah mira, estos chicos cantan bien, muy bonitos ellos’, y ya está. Porque básicamente creo que tienes la posibilidad de unir gente con las redes sociales, porque yo, cuando me gustaban los Jonas, o cuando me gustaba One Direction, que me siguen gustando, ¿eh? En mi entorno cercano, mis amigas cercanas, no había nadie que compartiera mis intereses en ese sentido. A nadie le gustaban los Jonas Brothers, a nadie le gustaba One Direction, me llegaron a decir: ‘¡Pero como te pueden gustar estos! Porque no sé qué, porque no sé cuántos...’. Y yo, a través de las redes sociales, he encontrado gente que les gusta y que a lo mejor en su entorno cercano les pasa lo mismo. Es decir, es que no encuentro a nadie que le guste, entonces, a partir de ahí, unes a gente, y así es como una manera de hacer las cosas grandes y la comunicación llega mucho más rápida.” (Cas 2)

Cal no caure en l’error de pensar que les interaccions intervingudes per les tecnologies són menys importants per a les persones perquè, com s’ha vist a les entrevistes, per a totes les fans tenen la mateixa rellevància una relació que s’hagi creat *online* que una que s’hagi creat *offline*.

“Unas de mis mejores amigas son de Latinoamérica y las conocí porque era... ¿cómo se dice...? ¡Administrador! Administrador de una página de 1D⁵ y ¿sabes cuándo era en plan: ‘¿Queréis hacer un grupo?’ Y, pues, éramos como 50-60 personas y al final quedamos como 5, que son los que seguimos hablándonos y para mí son una parte muy importante de mí porque aunque no los haya visto nunca y dudo que pueda verlos pues es... Me siento muy identificado con ellos, son... Yo creo que son más verdaderos amigos que los que tengo ahora aquí porque... a pesar del tiempo antes éramos 50 y ahora quedamos solo 5 y siempre hablamos y nos contamos de todo y creo que eso es que en realidad tienes unos amigos, no sé cómo explicarlo porque nunca les he visto pero... son mis amigos.” (Cas 4)

⁵ 1D: Abreviació del nom del grup de música One Direction.

Però això no implica que no valorin les relacions *offline* o que no valorin poder conèixer als seus amics de la xarxa en persona. Per a elles és important poder posar cara i ulls a la gent i poder abraçar-los, són veritables amistats que els influeixen directament i que generen molts sentiments i moltes emocions. De fet, totes es mostren molt còmodes i felices a l'hora d'explicar les seves experiències coneixent als seus amics o coneguts de les xarxes en persona.

“Por ejemplo, yo en los conciertos he conocido a gente con las que me he llevado bien en ese momento, quizá luego dos semanas después porque sigues comentándolo, pero no ha tenido mayor transcendencia. En los conciertos no, no, no. En plan, hay alguno que lo sigo en Instagram todavía y me siguen pero, ya. Algún fav en Twitter o un retweet pero para de contar, no. Así, en las redes sociales sí que he conocido a gente con la que de hecho amistad y a veces te sorprendes y todo porque tu pones algún tweet o algo y parece que no te leen... Un tweet es cuando... una publicación de 140 caracteres en la red social de Twitter... Pues eh... A veces pones algo y te sorprende porque tu pones cosas y te contestan o cosas así... ¡Que me pasó el otro día! [...] Luego ha habido gente que he conocido en Twitter que me ha dado su Whatsapp y he hablado con ellos. Y de hecho hablo. Pues les he conocido en persona o ¡está en proceso! ¡Y son amigos míos! Mi mejor amiga de Internet, Internet Best Friend (IBF), la conocí... Nos conocimos, en abril de 2013, nos vimos por primera vez en julio de 2014 en un concierto y no nos hemos vuelto a ver y nos vemos... ¡Este junio! Tengo que ver a tanta gente en el concierto de 5 Seconds Of Summer, que verás... ¡Que voy el 10 de junio de 2016! ¡Ya mismo! ¡Madre mía! ¡Tengo que conocer a tanta gente ese día! ¡A ver si llega!” (Cas 7)

Com es veu, les amistats sorgides arran de ser fans no són menys importants que d'altres per a aquestes joves i adolescents, de fet la majoria pensen i expliquen com aquestes relacions van començar perquè eren fans d'un artista o d'un material cultural però ha acabat creant un fort vincle, una forta amistat, que es basa en altres coses. És per això que encara que deixessis de banda el fenomen fan elles pensen que no acabaria l'amistat, sí que exposen que en alguns casos hi parles menys però ho atribueixen a diferents moments vitals i no a una perduda d'amistat per haver deixat de tenir una vida fan activa.

“Nuestra amistad vale que empezó porque ambas éramos fans de X artista pero se basa en otras cosas, por eso es amistad. O sea, se basa en lo normal, estar ahí cuando una está mal, en reírnos de cualquier gilipollez, hablar de cosas que pasan... No solo en eso. A veces sí que no hablas tanto con alguien que era amiga tuya pero es porque como en todas las amistades a veces se enfría un poco la cosa en según qué épocas...” (Cas 7)

Alguns d'aquests vincles cerats a través del *fandom* han donat peu a situacions com la que va viure el cas 4, on es va sentir molt més acollit pels amics que tenia en aquest grup social que per aquells que tenia de l'institut, per exemple.

“O sea, es que también gracias a mucha gente del fandom yo era, bueno soy, gay. Y, bueno, por el apoyo y todo eso, porque muchas personas se han quedado normal, o sea, la mayoría no le han dado importancia, por ejemplo muchas Larryshippers⁶. Y me ayudaron mucho a eso, a abrirme y a decir lo que pensaba y sentía y no sentirme mal por algo que no he elegido. [...] O sea, también ha pasado que gente que llevo cuatro o cinco años siendo su amigo cuando les dije lo mío fue en plan: ‘No pasa nada’, pero al final acabaron alejándose de mí... Y, en general, gente del fandom y eso pues, como que más se... se unieron a mí porque ya teníamos algo... No sé, o sea me apoyaban y todo eso o simplemente les daba igual y los demás no... Eran más tole... Tolerantes o no sé”. (Cas 4)

Finalment és importat comentar que les mateixes fans consideren que el fenomen fan és una cultura juvenil quan se'ls hi planteja el tema i entenen que el *fandom* és l'equivalent a les bandes o les fraternitats però de forma més globalitzada, com s'exposava al marc teòric. A més a més la majoria creuen que, en comparació a altres cultures juvenils, el fenomen fan va molt més enllà i és molt més global, especialment gràcies a les noves tecnologies.

“Creo que hoy por hoy es un fenómeno que se caracteriza por ser súper globalizado gracias a Internet, si estás en la otra punta del mundo te puedes enterar de lo que pasa en la otra. [...] Lo que pasa que los fandoms no tienen por qué... O sea, en el mismo fandom hay personas que piensan de diferentes maneras aunque sienten un sentimiento muy fuerte hacía ello, pero cada

⁶ *Larryshippers*: S'anomenen així les fans del grup de música de One Direction que creuen que dos dels cantants mantenen una relació sentimental en secret i que els hi donen suport com a parella.

persona es muy diferente en sus ideales, de hecho yo creo que todos tenemos ideales. Entonces, yo creo que eso es lo bueno de los fandoms en comparación a otras culturas o movimientos urbanos, que todos suelen tener un mismo ideal o unas mismas ideas, y en los fandoms del fenómeno fan no. [...] Porque no es que estén vacíos de contenidos, creo que están muy llenos de sentimientos, ideas y de un montón de cosas que... O sea, no están vacíos de política o ideas sociales, yo creo que cada persona tiene su propia ideología y puedes aprender de las otras personas. Puede que tú tengas una ideología y conozcas a alguien en el fandom que piensa totalmente diferente y cuando hablas con ella te das cuenta de esto y puedes reflexionar, o no, que tú idea no era la mejor y que la de esa persona también está muy bien, o no. Entonces, yo creo que la diversidad de esta cultura es buena. Porque vamos, yo no creo que ningún fandom del fenómeno fan esté vacío ni de ideologías ni de movimientos sociales, sino que las ideas dentro de este son muy diferentes y no se puedes categorizar o catalogar de alguna manera. No puedes decir este fandom es de izquierdas o de derechas, porque hay personas de una y de otra.” (Cas 1)

Veiem com aquesta noia (cas 1) reivindica que els *fandoms* sí que tenen ideals però, a diferència de les altres cultures juvenils, no es caracteritza per un sol pensament o ideal. La globalitat del fenomen fan és tan àmplia que també afecta el pensament polític i social que l'envolta, és una cultura que engloba infinitat de corrents ideològics però que no es correspon amb cap concretament.

“Aún se tiene demasiado la visión antigua de cultura juvenil, de que tiene que ir ligada a un pensamiento político o social o no se... Y pienso que eso está cambiando, al menos en el fenómeno fan y los fandoms eso ha cambiado y eso no quiere decir que no sea una cultura juvenil pero es diferente y aún no se ha cambiado esa visión...” (Cas 1)

La diversitat d'opinions dins del fenomen no comporta que no es parlin de temes polítics o socials, simplement aquesta cultura no gira al voltant d'aquests perquè no hi està arrelada a cap en concret. Justament les fans veuen aquest fenomen i els *fandoms* com a espais d'aïllament de la realitat i de desconexió.

“Aunque te diga la gente que no, nosotras sí que hablamos de cosas importantes que estén pasando en el país o en el mundo o a nosotras... Lo que

pasa es que... Es que no es de lo que más hablamos. O sea... Pues sí que hablamos de las elecciones, de los refugiados, de lo que me ha pasado en el cole, de que mis padres se han peleado... Pero, ¿sabes? Es que a veces lo gracioso del fandom es que te hace... Como que eres libre, ¿sabes? Como desconectar de la realidad y decir gilipolleces, como que Luke se va a casar conmigo y esas cosas, pero obviamente yo no creo que Luke se vaya a casar conmigo, ¿sabes? Pero yo que sé, lo dices pues para descojonarte un rato o imaginarte una realidad paralela porque es que el mundo está hecho una mierda, pero eso yo ya lo sé y me como mucho la olla, ¿sabes? Y claro que hablamos de eso en el grupo pero no siempre porque si no no seríamos fans ni seríamos na, seríamos depresivas.” (Cas 5)

Totes les entrevistades coincideixen en dir que parlen amb altres fans sobre coses que no tenen a veure directament amb l'artista o material cultural al qual segueixen i que és una cosa que passa gairebé diàriament. A més a més, és quelcom normal per a elles, no veuen estrany tractar temes que no tinguin a veure amb el seu objecte d'admiració. Aquests resultats tomben un dels estereotips del fenomen fan i posen en rellevància que les fans són seguidores incondicionals d'algun artista o material però que també són persones crítiques que debaten sobre temes que van molt més enllà. També és necessari remarcar que aquestes interaccions sobre aquests temes amb persones que també són fans fa que la identitat es vegi afectada, perquè les diferents ideologies que troben dins del *fandom* les fan reflexionar sobre les seves mateixes i canviar alguns punts de vista.

“Mira, tengo un grupo de Swifties que es un grupo reducido y que hablamos de todo prácticamente menos de Taylor. O sea, es brutal, a ver, a ver, cuando empezamos a conocernos sí que hablábamos de Taylor pero han pasado como dos años y durante esos dos años hemos ido hablando de política, de la escuela, de cómo veíamos las cosas, de... pues de temas más sentimentales, no sé, de todo. O sea, no hablamos solo de Taylor ni mucho menos. Además hablas de eso y ves otros puntos de vista...” (Cas 10)

2.2. Estereotips i prejudicis

Són diversos els estereotips i prejudicis que van lligats a aquest fenomen. Al llarg del marc teòric s'ha vist com principalment se'l relaciona amb l'aïllament social, amb ser una cultura consumista i passiva i, fins i tot, amb algun trastorn. Tot i que sovint les fans estan relacionades amb aquestes característiques, a les entrevistes no s'han detectat.

Pel que fa a l'aïllament social, la majoria coincideixen en què no és un problema general, de fet moltes afirmen que són casos aïllats dins dels *fandoms*. També coincideixen en la idea que l'aïllament social de les fans adolescents és una imatge molt acceptada per la resta de la societat perquè és quelcom del que se'n fa ressò quan es troba un cas però que entre elles no coneixen a ningú que realment estigui patint algun tipus de problema i que no surtin mai de casa per estar lligats a Internet.

“Doncs sí que diuen molt això però jo si ho penso... La veritat és que no crec que mai hagi estat a casa totalment tancada... No et negaré que sempre he pensat, sobretot quan era més petita, “uf no cal que vagis dient que t’agrada en Justin perquè igual et critiquen o igual pensen malament de tu” o et jutgen simplement per aquest... per aquest fet, saps? I clar, al ser més petita doncs no pensava “hauria de passar d’ells i donar-me igual”. Al contrari, “no dic res i jo a casa sola sóc súper Belieber, però a fora no tant”, saps? Llavors em... Això sí em passava, però jo al menys mai he arribat a aïllar-me a casa menys i menys per... per el simple fet de que a fora poguessin criticar. I que... no he conegut a ningú que li hagi passat això de no sortir mai de casa... Poder sí hi ha gent que hi ha èpoques que està més hores a l’ordinador perquè no tenen bons amics fora i en troben allà però no sempre... No conec a ningú amb un problema així, que sigui algo d’una malaltia, ni al grup de Beliebers ni res... Poder... Trobo que la premsa i els mitjans de comunicació sempre intenten vendre inclús canvien fets i manipulen per tal de cridar l’atenció i vendre i troben una persona que és així, s’enteren i ja generalitzen, no? Quan realment no és així!” (Cas 6)

A més a més, totes coincideixen en què aquelles que no surten tant de casa no tenen problemes patològics de forma general, perquè en aquest cas no sortirien mai o no serien capaces de relacionar-se de forma sana amb altres persones ni via Internet, ni

molt menys quan es volguessin conèixer en persona. Moltes de les entrevistades pensen que t'aïlles una mica més en èpoques que no tens tants amics i en busques via Internet, que és un lloc on poden trobar fàcilment persones amb els seus mateixos interessos.

“Sí, yo creo que son casos aislados, que no es tan exagerado porque a lo mejor eh... Quiero decir, si una persona no sabe relacionarse, no se le da bien y no tiene esas habilidades, tampoco debería porque relacionarse con gente por Internet, ¿no? Porque, al fin y al cabo, por Internet tienes conversaciones, incluso, la mayoría de la gente, suele quedar con las personas a las que conoce en persona, siempre intentas quedar para conocerlas y si se tratara de un problema esas personas no querrían quedar o no sabrían relacionarse contigo en persona, ¿no? Entonces, yo creo que se trata más de, que a lo mejor no se sienten bien con la gente que hay a su alrededor, igual están en un colegio en el que no tienen amigos o no tienen los mismos gustos que los demás y por eso tienen que buscar amistades y gente con las que tengan cosas en común en otros sitios.” (Cas 1)

Com dèiem a l'apartat de cultura juvenil, les fans fan servir Internet i les xarxes socials per a conèixer persones però, com deia l'anterior testimoni, generalment volen conèixer en persona a aquells amics o amigues que només han conegut a través d'una pantalla. Un cop més queda reflectida la idea que per a elles és molt important conèixer en persona a la gent que han conegut *online* i torna a veure's com no tenen cap problema de relacions socials perquè el seu desig de relacionar-se ho descarta.

“Home i tant, és a dir, tu pots utilitzar les xarxes com una manera de conèixer aquestes persones, ja sigui perquè viuen lluny o per qualsevol cosa, i després has de ser perfectament capaç de poder veure aquesta persona a la cara i comportar-te de la mateixa manera segons la qual et comportes quan parles amb ella per internet. De fet, fas amics per Internet però després comptes els dies que et queden per a poder conèixer a aquella persona en persona. No conec a ningú que s'hagi negat a conèixer a algú en persona o que només vulgui parlar amb algú per les xarxes. Però hi ha casos que no és així, i aleshores són els casos aquests que són un problema.” (Cas 9)

Una de les entrevistades explica com ella sí que va estar durant un temps força aïllada però remarca la idea que no era quelcom patològic sinó que ho feia en una època

en què no se sentia còmode ni estimada per la gent del seu voltant més proper i es refugiava en parlar amb altres persones via Internet que ella sentia que l'entenien millor.

“Yo creo que es relativo. Es relativo porque yo he sido una de esas personas que me he pasado muchas horas delante de un ordenador, muchísimas, tardes enteras, mañanas enteras, absorbida por el ordenador, y mi padre me decía: ‘Tú tal’. Pero creo que también es lo que quieren hacer ver de nosotros, lo que quieren hacer ver de un fandom sobretodo los medios de comunicación, de una persona que se encierra allí y no se relaciona con nadie, que tampoco es verdad. Yo creo que también tiene que ver con la persona en sí, también con el nivel de madurez, porque yo por ejemplo, cuando empecé con los Jonas, si que me he llegado a estar tardes y tardes enteras sin hablar con nadie que no fuera a través de una pantalla de ordenador. Sin salir, que me decían, oye ¿sales? Y yo decía no, porque prefería quedarme en mi casa, mirando el foro de no sé qué. Pero conforme me he ido haciendo mayor, he entendido que ser fan de algo no implica no tener una vida, no tener una vida más allá de un ordenador. [...] Es un problema de distancia, de intereses. Es lo que te decía, yo en mi entorno con 13 años, no encontraba a nadie que le pudiera gustar lo que a mí me gustaba, que les gustaran los mismos libros que a mí, que le gustaran los Jonas Brothers, que le gustara tal, de hecho los de mi alrededor se metían con lo que me gustaba, entonces, yo me sentía más a gusto con un ordenador, con la música de los Jonas Brothers y estando hablando con una persona que, a lo mejor, vivía, yo que sé, en Madrid, pero porque compartíamos ese interés. [...] Hay personas que sí, que se quedan en su casa por esto que decimos, que se sienten más comprendidas por una persona que está a no sé cuántos kilómetros, que por la gente de su alrededor. Pero creo que va a épocas y que encuentras un equilibrio entre las dos cosas, no es que seamos así, no es que tengamos problemas y estemos todo el día enganchados al ordenador, es una racha.” (Cas 2)

Veiem com en aquestes cites, i es va repetint al llarg de totes les entrevistes, les fans culpabilitzen bàsicament als mitjans de comunicació d'aquestes imatges distorsionades del fenomen fan. Exposen que els mitjans busquen sensacionalisme i casos extrems que compleixin els estereotips acceptats per la societat i que sovint es retransmeten coses fora de context o sense tenir en compte les circumstàncies d'eufòria

que senten en cas que, per exemple, estiguin sent gravats a les portes d'un concert. Aquestes afirmacions van en concordança a la idea de Jenkins (2010) que deia que generalment els mitjans de comunicació ofereixen una imatge distorsionada de la comunitat fan i conformen la realitat d'aquesta cultura per tal d'adaptar-la als estereotips dels lectors o televidents.

“Yo creo que la gente se piensa esas cosas por los medios de comunicación porque normalmente te graban haciendo cosas que... deben pensar que estás medio loco, en plan chillando y todo eso o cantando por la calle porque estás emocionado y yo creo que si se hablara más, hablaras más con las personas y no solo pensarás en ‘oh, me están grabando’ y hacer algo para que tu ídolo te vea, creo que entendería la gente mucho mejor todo... Porque tú cantas para tus ídolos y ellos te graban para dejarte mal y eso... [...] Además van a buscar un poco la mala imagen. Van a eso. Y por eso la gente se cree que es algo de niñas locas, en plan muchas niñas que chillan o lloran, buscan siempre eso.” (Cas 4)

D'altra banda en moltes ocasions s'ha taxat a les fans com a consumistes indiscriminades i passives de materials culturals totalment comercials però com s'ha vist al marc teòric això no és ben bé així. Les fans del fenomen fan, així com altres fans d'altres fenòmens, són els creadores de la cultura participativa i s'apropien, milloren i fan circular informació sobre els materials culturals sobre els quals estan interessades. Generalment aquestes dinàmiques, participacions o col·laboracions van molt lligades a un realisme emocional que donen sentit a les seves vivències com a seguidores (Jenkins, 2010).

“Cuando me aburro o quiero desahogarme por algo que me ha pasado escribo fanfics, compongo alguna canción, edito algún vídeo... Me monto mis historias y to eso y mola porque luego la gente las ve y te dice: ‘¡Ua, tía lo haces genial!’ Y eso te anima a hacer más cosas... Un día cree un videoclip con trozos de premios y otros vídeos, quedó súper bien, ¿eh?! ¡Además cree una historia paralela, ahí súper sentimental!” (Cas 5)

Però com s'ha exposat a la cerca bibliogràfica, els adults tendeixen a criticar, menysprear i ridiculitzar les cultures juvenils, els hi resten importància i intenten desacreditar-les i això és quelcom que les fans noten constantment en aquells qui les envolten.

“Ellos creen que los fandoms son una tontería o una tontería de esas de adolescentes y to eso y pues creo que no... No nos entienden y tampoco nos quieren entender.” (Cas 11)

Finalment cal fer incís en què cap de les entrevistades semblava estar a l'extrem del *celebrity worship* i per tant no tenien un dels trastorns amb el qual més es relaciona el fenomen fan, l'erotomania o síndrome De Clerambault. Aquest és un trastorn de la personalitat que, com s'ha explicat al marc teòric, té a veure amb l'extrema idealització de l'amor romàntic i una unió espiritual, més que no pas amb una atracció sexual. La majoria d'investigadors tenen clar que ser fan i ser o tenir *celebrity worship* no són sinònims, així com tampoc ho són ser fan i tenir erotomania (Stever, 2011) però, tot i que no és un dels objectius principals d'aquesta recerca, a través de les entrevistes s'ha pogut demostrar un cop més aquesta idea, ja que la majoria de les entrevistades s'inclinen més cap a una atracció sexual, la qual s'allunyaria molt d'aquest trastorn que està basat en una idealització romàntico-religiosa.

“Jo crec que és més atracció sexual... És a dir, a veure, jo, si pogués triar triaria abans ser la seva amiga que la seva parella perquè no estic enamorada d'ell però hem sembla un bon xaval, és a dir, m'agraden els seus comportaments però no fins al límit d'estar enamorada d'ell, és a dir, no el conec per estar enamorada d'ell, és impossible, la gent ho diu de broma o perquè els hi atrau. Seria només atracció sexual penso, però també el seu caràcter m'agrada, però no fins al punt de arribar a enamorar-me, no ho veig possible.” (Cas 9)

Així doncs, les entrevistes desmenteixen i desmunten gran part dels estereotips i prejudicis lligats a aquest fenomen i mostren com la majoria de les fans es senten confoses o indignades davant d'aquestes característiques que els hi ha sigut atribuïdes tot i no ser aquelles que realment concorden amb el fenomen en general.

“Pues no sé por qué ese rechazo de la gente, porque la verdad es que no lo sé. No se rechazan tanto otras culturas juveniles o otros fenómenos que también incluyen a fans, como el futbol por ejemplo. [...] No sé por qué causa ese rechazo o esa mala visión que yo sea fan de un fenómeno fan, pero lo causa o eso parece muchas veces.” (Cas 1)

2.3. Identitat

A la nostra societat occidental, les definicions més acceptades sobre els períodes de la joventut i l'adolescència són aquelles que parlen sobre què són èpoques de canvi que repercuteixen especialment en la reorganització de la identitat.

Com s'ha exposat al marc teòric, la identitat és el que fa referència a allò que un pensa d'un mateix, a l'autoconcepte, a una posició existencial, a una autoestructura interna, una organització interior de les necessitats, el talent, les creences, la postura sociopolítica, l'orientació sexual, la història individual, la direcció professional i la percepció que es té d'un mateix, i que proporciona un sentit i una direcció a la vida (Marcia, 1980). Per a conèixer la nostra identitat hem de respondre a la pregunta “qui sóc?”, una pregunta que no es pot respondre de forma individual, sinó que en general es busquen suports en grups i s'acaba creant la identitat social o col·lectiva, un concepte del psicòleg social Henry Tajfel (1984 citat per Guitart, 20009). Segons ell, la identitat social és aquella part del nostre autoconcepte que sorgeix de pertànyer a un grup (o grups) socials, els quals ens aporten significats de valors i emocionals. Els *fandoms* del fenomen fan serien aquests grups als quals fa referència Tajfel, en els que les adolescents busquen suport per a modificar o crear la seva identitat.

“No sé, yo a veces me pregunto pues lo típico, ¿sabes? Que quién soy y to eso. ¡Pero es que yo que sé! Y digo: Soy niña, tengo 14 años, soy estudiante, soy catalana... Y pues, ¿qué? Pues al final pues soy Vampette, Tributo, Potterhead, de la 5 SOS Family, em... Mendes Army y... Swiftie. ¿Sabes? Y... no sé qué más. Pues siento que me parezco o me gustan cosas de estos fandoms y ya está. Porque tampoco sé cómo explicarlo.” (Cas 5)

També és important l'ídol o el material cultural però allò que més influeix a la construcció de la identitat són les persones amb les quals s'acaben relacionant dins del fenomen fan. A més a més, es veu que com més grans d'edat són les entrevistades, més conscients i segures es mostren d'aquesta afirmació, són capaces d'exposar sense dubtar que el més important i que més t'influeix són les altres persones, encara que a vegades costa de veure.

“La gente es lo más importante. Sí, yo creo que sí. Sí... Bueno, no es que sea lo más importante, sino que es lo que más te llega, lo que más te influye, lo que más te aporta, aunque a veces no te das cuenta, cuesta de ver.” (Cas 1)

S'adonin o no és innegable que aquests vincles que han establert gràcies a la seva identitat col·lectiva o social, sentir-se part d'un grup i relacionant-nos amb els altres, els ha afectat a allò que anomenem identitat individual. A més a més, recordem que el fenomen fan és molt ampli, està molt globalitzat i inclou gran diversitat d'opinions tant polítiques, com socials, culturals, entre d'altres, cosa que aporta a les adolescents i joves nous punts de vista que a vegades no havien vist o no s'havien plantejat abans.

“Yo creo que sí porque, claro, ves otras... ves gente totalmente diferente a ti que pueden vivir en otros sitios y que te pueden enseñar cosas que seguramente no conocerías si estuvieras en tu casa y hablaras con tu familia y tus amigos más de por aquí... No sé, gente de otros países incluso, puedes aprender otras lenguas de forma mucho más fácil, porque pones más interés, que si las aprendieras en el colegio. Yo aprendí inglés gracias a los fandoms, vaya te lo digo así porque cuando iba a secundaria era muy mala y ahora estaba cursando advance y eso es por los fandoms, vamos.” (Cas 1)

En aquest cas, a l'entrevistada (Cas 1) se li va intentar rebatre aquesta idea, se li va plantejar per què el *fandom* era important si també pots aprendre idiomes i veure conèixer nous punts de vista viatjant, entrant a qualsevol xat on hi hagi persones de diferents països i va contestar remarcant, un cop més, que és quelcom sentimental, de sentiment de pertinença. Sentir-te part d'un grup fa que t'escoltis encara més a aquella persona perquè saps que coincideix amb tu en alguna cosa i això crea una mena de vincle que per a elles és molt important.

“Yo creo que los sentimientos también influyen y el sentirte parte de algo... a que escuches aún más a esas personas, te interesas más porque los dos formamos parte de algo que conocemos y que nos gusta, como si en algo ya nos conociéramos... Porque no sé, si estás en tu casa y tienes amigos y familia pero no haces otra cosa ni vas más allá, pues a lo mejor no acabas de conocer a nadie más o formando parte de otra cosa y estar en un fandom hace que te sientas parte de algo, algo más grande, algo casi mundial, que crea una serie de sentimientos que yo creo que son buenos y que te hacen aprender y mejorar como persona. No mejorar pero a lo mejor aprender otras cosas, otros puntos de vista de personas que viven a lo mejor en la otra punta del mundo.” (Cas 1)

L'adolescència i la joventut són etapes en les quals el grup d'iguals juga un paper molt important (Raviv et al., 1995). A les fans els hi passa igual i quan entren en aquestes etapes de transició entre formar part d'una família i formar part d'una societat, busquen orientació, suport i ajuda especialment en els seus amics, en el seu grup d'iguals, que en molts casos inclou als *fandoms* o a les amistats que han fet arran d'aquests. Els *fandoms*, com qualsevol altre grup d'iguals, desenvolupen diverses formes d'autosocialització i ofereixen una gran influència en la construcció de la nova identitat d'aquestes noies.

“He pedido consejo a personas del fandom antes que a otros amigos que no lo fueran bastantes, bastantes veces, pero es por eso, porque yo era bastante pequeña y yo me sentía bastante perdida. Mis padres no entendían que a mí me gustara hasta ese punto los Jonas Brothers o que yo no me sintiera bien porque a la gente de mi alrededor no le gustaban y lo criticaban, porque a mi hermana tampoco le gustaban, además me acuerdo que había una rivalidad súper grande entre Tokio Hotel y los Jonas Brothers. A mi hermana le gustaba Tokio Hotel, a mí me gustaban los Jonas Brothers. O sea, era una lucha constante incluso en casa. Yo también tenía esa lucha fuera, en la calle. La gente me decía: ‘Es que los Jonas Brothers, no sé qué no sé cuántos’. Y luego la tenía en casa, porque mi hermana estaba exactamente igual, criticándolo. Entonces, yo prefería buscar consejo en una persona que realmente me entendiera, que realmente no me juzgara porque me gusta esto o me gusta lo otro, sino que realmente escuchara mi problema y me diera una visión de lo que estaba pasando. Entonces, creo que en ese sentido, prefieres más una persona de un fandom, que a lo mejor no la has visto en persona y no tienes esa cosa de decir: ‘Bueno, yo qué sé, la veo mañana y se lo explico’. Pero sabes que te va a entender, sabes que no te va a juzgar porque te guste esto o te guste lo otro y que realmente va a intentar ayudarte, porque hay mucha gente de fuera que hace ver que te intenta ayudar, pero no. Lo único que quieren saber son tus problemas para poder juzgarte más todavía. Y entonces yo no me siento a gusto, no me sentía a gusto pidiéndole consejo a alguien del instituto, por ejemplo. Entonces lo buscaba en personas que sabía que como mínimo iban a hacer el esfuerzo de entenderme.” (Cas 2)

Totes les entrevistades expliquen situacions en les quals van demanar consell a algú del *fandom* abans que en algú altre per por a ser jutjades o perquè no se sentien suficientment enteses pels altres. A més a més, moltes coincideixen en el fet que a vegades també ho fan perquè senten que una persona que no els veu cada dia serà més objectiu i realista a l'hora de donar consells, envers una persona que és més propera a la seva realitat, a la seva via diària, que podria maquillar les seves paraules per tal de no generar conflictes entre persones que coneix més i que també veu cada dia.

“Suposo que com que ho parles via Facebook o Whatsapp no ho veus cara a cara, no has de veure aquesta persona cada dia i, per tant, tens aquesta confidencialitat. Saps que no et jutjarà i no el coneixes tant, al menys en persona, però pots consultar-li coses perquè potser li ha passat el mateix o té una opinió molt diferent del que et dirien els teus pares o amics del poble. Però sí, jo he demanat consell de tot, des de roba fins a problemes que m'hagin passat o com resoldre alguna cosa i sabia que no em jutjarien i intentarien ser més objectius.” (Cas 3)

Elles també destaquen, com a quelcom molt ric, que els *fandoms*, al ser tan amplis, engloben gran diversitat d'edats i acaben fent amics i relacionant-se amb persones més petites o més grans que elles. Aquestes diferències d'edat també enriqueixen els diferents punts de vista i creen encara més aquesta sensació de que el *fandom* és com una família. També moltes parlen de com les fans més grans encoratgen a aquelles més petites a no avergonyir-se d'allò que els hi agrada i són agafades com a referents en molts casos.

“Sí, he conocido a gente más mayor y más pequeña que yo. O sea, yo he sido influenciada por otras personas, por como pensaban, y yo también habré influenciado a otras fans más pequeñas por decirlo de alguna manera... Y yo creo que eso es una cosa muy bonita porque es como... No es como tener hermanas mayores pero es parecido... Es como gente que... Vas aprendiendo cosas de gente que es más mayor. Por ejemplo, yo en mi 'trabajo de investigación'⁷ muchas cosas del diario de la fan las he aprendido a raíz de gente que he conocido en colas, de... Y son gente mucho mayor que yo... Y como piensan y

⁷ L'entrevistada cas 8 va fer el seu treball de recerca de segon de batxillerat sobre el fenomen fan, vist des d'una perspectiva més aviat de publicitat. El seu treball constava d'una part teòrica i una part pràctica. A la part pràctica ella va crear un “Diari de la fan” on exposava diverses vivències que patien les fans dintre dels *fandoms*, en concerts i en la vida quotidiana.

todo, y como ven las cosas del mundo... O sea, no sé, yo he aprendido mucho de la gente.” (Cas 8)

D'altra banda, el fenomen fan no només ha influenciat a aquestes noies en quant a les seves idees, sinó que totes exposen com formar-hi part ha fet que canviessin coses de la seva personalitat, en molts casos sense ser-hi totalment conscients i probablement lligat a les seves noves idees.

“Sí, por una parte sí. Porque me han hecho hacerme más social, conocer a mucha más gente que yo no sabía ni que existían. Y me ha hecho quitarme por una parte la vergüenza que yo tenía en hacer nuevas amistades.” (Cas 11)

Com s'ha vist a l'apartat d'estereotips i prejudicis de l'anàlisi de resultats, sovint es veu a les fans com a persones aïllades poc interessades en les relacions socials i poc obertes en relació amb els altres. És curiós doncs que els resultats de les entrevistes posin en evidència que totes les entrevistades afirmen que formar part d'aquest fenomen les ha ajudat a ser més extravertides, a conèixer a més persones i a adquirir millors habilitats socials que les han ajudat a establir noves relacions. Tot això també els ha ajudat a sentir-se millor amb ells mateixos i a millorar el seu autoconcepte i la seva autoestima.

“Me ha influenciado mucho. Porque antes, yo era en plan muy introvertido y a medida que iba conociendo a gente de fandoms y todo esto fue en plan... fui como, abriéndome y iba expresando todo lo que quería, fui más extrovertido y ahora soy como soy, que estoy un poco loco pero me gusta, sí.” (Cas 4)

Formar part d'aquesta cultura també ajuda a les joves i les adolescents a mantenir el seu autoconcepte i redefinir part de la seva identitat, així com desenvolupar una major autonomia i millorar les relacions. Com veiem al marc teòric hi ha estudis que contradiuen aquestes afirmacions, de fet posen en manifest diferents aspectes negatius que comporta formar part d'un *fandom* del fenomen fan perquè representa l'adoració d'algú o alguna cosa (Cheung i Yue, 2003). Recordem que alguns dels aspectes eren raonar menys sobre la família, sobre el treball, sobre la religió, el pensament i les activitats polítiques, les creences i la història individual, pitjor percepció d'elles mateixes, entre altres coses, i, per tant, la identitat no es configurarà, simplement s'imiten models autoritaris. Però, com ja es remarcava també en aquell apartat de la

recerca, qualsevol adoració és negativa, no només respecte al fenomen fan, i les adolescents no agafen aquestes figures o materials famosos com a figures autoritàries. Per a elles representen la llibertat d'expressió i el pensament crític i, per tant, sí que els ajuda a fer-se preguntes i raonar sobre la seva identitat, així com també és possible que les ajudi a millorar el seu autoconcepte i la seva autoestima. A més a més, el fenomen fan va més enllà del famós o material cultural al qual es segueix, com hem vist té molt a veure amb la identitat col·lectiva, el grup i les relacions socials. A través de les cites s'ha pogut veure com les fans sí raonen sobre diferents aspectes de la vida. També expliquen perquè el fenomen fan els hi aporta millor autoconcepte i millor autoestima quan podria semblar que això tingués l'efecte contrari, ja que segueixen a persones o materials que són, en molts casos, purament comercials i que prediquen el culte al cos i altres aspectes que poden generar una pobre autoestima.

“Te sube la autoestima en el hecho de que te sientes comprendido, te sientes parte de algo, te sientes bien. Dices, no pasa nada porque me guste esto o porque me guste lo otro, porque encuentro gente que le gusta lo mismo que yo. Que luego cada uno tiene sus propios demonios y tiene sus problemas personales y tiene sus cosas, y es eso lo que realmente es el problema básico. Entonces, si luego tú, lo que es la parte social, la suples con ese fandom, tienes ahí esa base, esa gente, que sabes que te va a apoyar, da igual lo lejos que estén, como que puedes llevar mejor tu propia batalla contigo. Yo por ejemplo, sufría mucho de bullying, aparte por sobrepeso, aparte porque me gustaban los Jonas, tal. Yo encontré el respaldo en la gente. [...] No es fandom por el famoso, es el fandom por todo, por el contenido, por la gente. Yo, por ejemplo, he tenido problemas de sobrepeso y tengo el claro ejemplo de Taylor Swift, que para mí es la persona más perfecta del mundo mundial. Tiene unas piernas kilométricas, es súper delgada, es rubia con los ojos azules, monísima. Pero yo, por ejemplo, nunca me he vuelto loca a hacer dietas, a no comer, a irme a correr 3 horas... Por querer ser como ella. Porque sé que es físicamente imposible, que cada uno es como es y hay que quererse y bueno, al final, es más la gente y el apoyo que recibes, tanto del fandom como también del mismo famoso a través del contenido que crea. Yo he recibido indirectamente mucho apoyo de Taylor Swift con sus canciones, con sus letras, con lo que ella me ha transmitido a través de una situación

que ella también había pasado. Entonces, sobre todo es el hecho del contenido, es decir, esta persona, con sus letras, me está demostrando que ha vivido exactamente lo mismo que yo. Y ella es más guapa, o es más tal, pero ha pasado por lo mismo. Por lo tanto significa que da igual que seas más guapo, o que seas más feo, más pobre o más rico, eres persona y vas a pasar por una cosa buena o por una cosa mala. No tiene nada que ver tu físico, ni tu condición. Creo que en parte, la imagen que dan y parece que dan es que como de súper perfecto todo pero también muestran una parte muy real que las fans vemos, y te muestran que ellos también sufren, y que a ellos también les pasan cosas, que no todo es flores y arco iris.” (Cas 2)

Les fans, com veurem més endavant quan es parli del famós i el material cultural, no imiten tot allò que el seu ídol fa o tot allò que el material cultural els hi diu perquè, tot i que són els seus referents, com diu el cas 2, no volen ser totalment com ells, perquè saben que no és possible, ni fer tot el que fan ells. Encara que els famosos o els materials culturals del fenomen fan vulguin donar sensació de ser perfectes, les fans tenen molt clar que no ho són.

Finalment, recordem que dues de les entrevistades (Cas 9 i Cas 5) havien contestat als qüestionaris, a la pregunta número 5 (veure annex 1) que elles no pensaven que el fenomen fan hagués afectat a la seva identitat. Se'ls hi va tornar a fer la pregunta a l'entrevista i van tornar a opinar que no. Però abans d'aquesta pregunta havien estat explicant totes les amistats que havien fet gràcies al fenomen i d'altres aspectes que, segons el què entenem per identitat en aquesta recerca, van relacionades amb la identitat i fan que aquesta variï. Se'ls hi va plantejar aquesta idea de la identitat, de com aquesta es crea en funció de la nostra relació amb els altres i del grup, també se'ls hi va parlar de l'experiència emocional de la identitat, que és un terme que es fa servir per quan som capaços d'identificar-nos com a nosaltres mateixos, com si no haguéssim canviat, però tenint en compte que som diferents de com érem abans (Balzat, 2002). Després d'aquestes explicacions van canviar les seves respostes.

“A vere, jo puc debatre una idea amb algú i puc acabar dient: ‘Potser tens raó’. Però el que jo pensa no acostuma a canviar a no ser què sigui reforçat. És a dir, m'explico, per exemple, jo sempre he defensat la igualtat de gènere. Però parlant amb persones que defensaven més radicalment aquesta igualtat, m'ha fet vere que hi ha més desigualtat de la que jo em pensava. Aleshores,

m'ha fet defensar més aquesta igualtat. O sigui, llavors ja la defensava però al donar-me compte que està pitjor de lo que em pensava, m'ha fet obrir els ulls i vere que, joder, hem de fer més coses, ¿m'entens? [...] Sí, això sí. Perquè clar, tu has de pensar que jo, per exemple, entre al fandom, per així dir-ho, als 12 anys i ara en tinc 17 i clar, la meva identitat s'ha anat formant al llarg d'aquest temps. Sí que han canviat algunes ideologies però jo al què em referia és que si jo ara penso que, per exemple, en la igualtat de gènere, que no canviaré radicalment d'opinió, sinó que potser sí amb això l'augmentaré o disminuiré i això serà un canvi, però no canviaré d'un extrem a un altre. O sigui, definir una mica més la meva identitat que jo tenia mig definida, com si diguéssim.” (Cas 9)

En aquest cas veiem com aquesta noia entenia que quelcom només t'afectava la identitat si canviaves totalment, no tenia en compte els petits canvis que aquesta va patint que també hi són i fan que aquesta variï. És probable que encara no hagi assumit del tot l'experiència emocional de la identitat i per això pensés, abans d'explicar-li el concepte, que ella no ha canviat perquè se sent la mateixa i que per tant la identitat tampoc ho ha fet. L'altra noia (cas 5) que va respondre no a la pregunta número 5 del qüestionari (veure annex 1), va afirmar que va respondre que no perquè no tenia gaire clar què era la identitat però després de conèixer que s'entenia per identitat a la meva recerca també va canviar d'idea.

“Yo puse que no porque ¡yo que sé! No sé mucho qué es la identidad y to eso, ¿sabes? Y siempre había pensado que solo pueden cambiar-la pues tus padres, profes o como mucho amigos pero de esos que tienes que ver cada día y eso... Pero no sé... Es que ahora que lo dices pues sí, claro que los fandoms me han influido. Más o menos no sé, pero lo han hecho. Porque yo soy como soy por ellos, por lo que me gusta y por los amigos que he hecho que me han hecho cambiar muchas cosas y eso... Maneras de pensar o de ver las cosas... Así que sí, claro.” (Cas 5)

Així doncs veiem com, si més no en aquests casos, opinaven que el fenomen fan no els hi afectava la identitat perquè no tenien ben entès el concepte, cosa lògica, ja que es tracta d'un concepte abstracte molt difícil de definir i, encara més, de mesurar. Totes les altres entrevistades van afirmar que sí que els hi afectava la identitat, tant al

qüestionari com a les entrevistes, tot i que també se'ls hi va explicar el concepte perquè veiessin a què ens estàvem referint en aquesta recerca.

2.3.1. *Futur professional*

És innegable que una part important de la nostra identitat individual la conforma allò que volem fer amb la nostra vida professional. És quelcom que ara no està tant definit com fa unes dècades però que encara forma part de la identitat. Ens ajuda a definir el nostre autoconcepte, és una categoria social més gairebé tan important com el fet se sentir-te d'un país o d'un altre. El fenomen fan també influeix en aquesta part de la identitat, de fet s'ha preguntat per aquesta qüestió a totes les entrevistades i totes elles, excepte dues, han confirmat que algun cop han reflexionat sobre el seu futur professional emmirallant-se en els famosos als quals segueixen, el material cultural del qual són fans o parlant amb persones que han conegut als *fandoms*.

“Me ha hecho reflexionar mucho porque yo era una persona que leía cero, o sea, no me gustaba leer para nada, tenía muchas disputas en casa por leer y fue precisamente cuando entré en el foro de los Jonas Brothers cuando empecé a leer. Empecé a leer historias que la gente escribía, empecé a leer cualquier cosa y realmente me gustaba y decía: ‘¡Ostras!’ Y un día dije: ‘Voy a aventurarme a escribir algo’. Y a partir de entonces ha nacido ahí mi sueño. Yo realmente, ahora mismo, quiero ser escritora. De lo que sea, de novelas, de cuentos... Quiero escribir y quiero que alguien lea lo que yo escribo y lo que yo produzco. Y a lo mejor si yo no hubiera entrado en un fandom en el que la gente escribía historias y en el que yo hubiera dicho: ‘Voy a escribir, a ver si le gusta a la gente o si no le gusta, a ver si se me da bien o no se me da bien, ver sus comentarios o reacciones’, a lo mejor yo no me habría planteado jamás en mi vida el hecho de que quiero escribir y publicar un libro ahora mismo.” (Cas 2)

Algunes de les entrevistades s'han emmirallat en altres fans, com el testimoni anterior, fixant-se en allò que feien les altres dins del *fandom* i buscant-se a si mateixes intentat reproduir allò que havien vist i els hi agradava. D'altres no s'han emmirallat però han parlat, reflexionat, demana consell o orientació a altres noies del *fandom* sobre allò que els agradaria fer.

“Sí, por ejemplo... Hablé con una chica y no sabía qué estudiar el año que viene y, es eso, aunque no la conocía, creo que nunca habíamos hablado por privado solo en el grupo, yo estaba en plan preocupado por esto, y ella me ayudó, me orientó, me hizo pensar en qué me gustaba y qué podía hacer y creo que sí, claro, el fandom te puede ayudar en eso.” (Cas 4)

També poden buscar orientació en altres persones que no formin part del fenomen fan però és probable que en alguns moments ho demanin a altres fans perquè, com s'ha vist en altres moments dels resultats de l'anàlisi de les entrevistes, segurament se sentin menys jutjats demanant consells a aquest tipus de persones i, a més a més, amb l'avantatge que en ser un fenomen tan ampli podran trobar persones que coneguin professions de tot tipus.

“Yo pregunto por los grupos porque hay mucha gente más mayor de muchos sitios que fijo saben más cosas y to eso, ¿sabes? Seguro que pueden darme más ideas o decirme: ‘¡Esto es una mierda porque tal, no lo hagas! O: ‘¡Esto mola mucho porque cual, hazlo!’” (Cas 5)

Destacar per últim que, com s'ha dit, també hi ha persones que s'emmirallen en el famós o el material cultural al qual segueixen per a buscar allò que voldrien fer o ser en un futur pel què fa al sentit professional.

“Sí, sí. El ser escritora, especialmente por Harry Potter y también por los fanfictions que he leído de los diferentes fandoms... Creo que eso me ha dado ganas de escribir y de pensar en llegar a publicar un día algún libro. Sí, yo creo que los fandoms me han influido mucho, aunque no lo he conseguido todavía pero sí, es algo que quiero hacer...” (Cas 1)

2.3.2. Orientació sexual i identitat de gènere

La identitat també va lligada a la sexualitat i a la identitat de gènere. Com hem vist al marc teòric són moltes les fans que comencen a tenir els seus primers desitjos sexuals fixant-se en els seus ídols o que reflexionen sobre la seva orientació sexual a partir de sentir desitjos o no cap a aquestes persones.

“Em... A veure, evidentment hi ha una part de mi que li agrada en Justin físicament, no només és la música o el que penso que és la seva manera de ser

pel que deixa que veiem. A vegades veig una foto d'ell que surt guapíssim i és en plan: '¡Ufff! ¡Que guapo que és! ¡M'encanta!' I això... Però no més enllà, saps? [...] Però sí que m'agrada molt, físicament i la seva música i... Inclús hasta la seva veu, els seus ulls, el seu perfil i aquestes coses, m'agrada molt, m'agrada, ha ha ha.' (Cas 6)

Fins i tot alguna ha reflexionat sobre aquests temes a través d'un material cultural del fenomen fan al qual ella admira.

"A mi One Direction pues... O sea sí, pero no soy del fandom, ni tampoco me parecen muy guapos y to eso, ¿sabes? Así que cuando leo no me imagino a Harry, me imagino a otro que sí a lo mejor se le parece pero no él. Y ese me gusta. O sea... ¡me gusta mucho! ¡Ja ja ja! Claro, yo lo empecé a leer y pensé: 'Ui, ui, esto me gusta'. No el libro, o sea sí, pero él y lo que hacía y como me lo imaginaba y claro pues... ¡Ai! ¡Que sí, ja ja ja! Empecé a pensar en él... bueno eso, el sexo y los tíos... Que no creas, a veces me había planteado si me gustaban las tías o así pero ahí lo empecé a ver claro..." (Cas 5)

Però no només el famós o el material cultural al qual segueixen les fa reflexionar sobre l'orientació sexual o la identitat de gènere, sinó que sovint generen converses sobre aquests temes dins dels *fandoms* i de petits clubs de fans o grups d'iguals que s'han creat i parlen sobre aquests temes. Parlar o veure com altres fans en parlen ajuda a què moltes es replantegin els seus punts de vista, no només sobre elles mateixes, sinó també cap a ser més respectuoses i obertes pel que fa a la sexualitat o el gènere d'altres persones. I això, per conseqüència, els ha fet canviar una part de la seva ideologia i de la seva identitat. Només una de les entrevistades (cas 4) va exposar-nos aquest tema.

"Per exemple, a dins del grup aquest que et deia, Beliebers Barcelona⁸, hi ha molta gent que és molt oberta i parlen de coses com, per exemple, tema sexualitat o si ets transsexual o bisexual o coses així. Clar, abans jo tenia una perspectiva, que era la que m'havien donat els meus pares, amics i familiars, que era ser heterosexual i ja està, no havien passat d'aquí perquè tots ho som. Però clar, arribo al grup, començo a veure que hi ha gent que és bisexual, no sé què, comencen a parlar del tema, t'informes i vaig obrir una

⁸ Beliebers Barcelona: Un grup de Facebook de fans de Justin Bieber per a persones residents a Barcelona, tot hi que hi ha gent de tota Catalunya.

mica més la ment. Jo ara penso molt diferent que fa un parell d'anys, potser. [...] Conec noies que volien ser nois, s'estan operant, s'estan hormonant, estan fent el canvi, i clar, jo no m'havia trobat mai amb això. Crec que t'influeix, et fa pensar i canviar una mica però cap a bé, perquè t'ajuda a obrir més la ment i plantejar-te coses.” (Cas 3)

A les entrevistes tothom va coincidir en apuntar que en algun moment donat s'havien sentit atretes pel famós al qual seguien i, com s'ha vist, una també ho va manifestar cap al material cultural del qual és fan. Recordem també que un dels nostres casos és un noi, el qual també va fer la mateixa afirmació.

2.3.3. Famós i material cultural

Durant el període de crisi d'identitat, també anomenat cerca d'identitat, els adolescents sovint busquen referents per tal de veure's emmirallats d'alguna manera i no sentir-se tan perduts (Raviv et al., 1995; Anderson, 2012; Caldwell i Henry, 2005; Stever, 2011; Yuliawati, 2013). Dins del fenomen fan això és quelcom que es veu clarament, moltes adolescents es veuen reflectides en els famosos o els materials culturals als quals segueixen i això fa que intentin trobar-se a si mateixes i respondre a la pregunta de "qui sóc?" imitant comportaments que el material mostra o que el famós també fa.

“A ver, yo creo que sin los libros que me he leído o sin la música que yo escucho no sería yo. No sé. Es como que... O sea, ahora me expreso a veces y cada vez que hago algo pienso en algún momento de algún libro o en una canción que me recuerda a lo que estoy haciendo o lo hago porque me anima eso... Y pues yo creo que sí, que me ha influenciado mucho. O sea, poco a poco han hecho quien soy, o sea, a ver, que también han influido muchísimas otras cosas y... Pero eso ha sido como un... un granito de arena que yo creo que sin eso concretamente la misma persona no sería.” (Cas 10)

La música, els llibres, les sèries de televisió, les pel·lícules, etc. poden ser materials culturals que formin part del fenomen fan i que aportin diferents estímuls a les adolescents i joves fans. Aquests estímuls poden ser respostes a preguntes que puguin sorgir al llarg d'aquestes etapes, les quals poden fer que aquestes reflexionin sobre diversos aspectes de la vida (Raviv et al., 1995). És per això que per a totes les

entrevistades són tant importants aquests materials, perquè les han ajudat a replantejar-se coses que pensen que no s'haurien plantejat d'una altra manera.

“La canción que a mí más me ha influido ha sido Live While We're Young de 1D, que fue en plan... Eres joven, haz lo que quieras, luego a lo mejor ya te arrepentirás o no, pero habrás hecho lo que quieres de una vez. Me ha hecho abrirme mucho más, en plan de, pues, a lo mejor hoy lo hago mal pero a lo mejor ya más adelante sabré que lo he hecho mal y no lo repito en plan de... eso. De abrirme más, ser más extrovertido y no sé... no como antes, porque yo antes era súper tímido y así, y fue en plan: 'No sabes que va a pasar mañana, da igual los demás, si quieres diviértete hoy y haz lo que quieras y haz lo que te parezca a ti y sé feliz ¡porque eres joven!' Supongo que no habría pensado en eso sin esa canción...” (Cas 4)

També alguna de les entrevistades ha mostrat com alguns materials no només les fan reflexionar, sinó que són com missatges que voldrien rebre d'altres persones del seu voltant però que, pel que sigui, no reben i els troben en aquests. Aconseguir que algú, encara que sigui a través d'un llibre o d'una cançó, els hi digui allò que estaven esperant les fa sentir molt millor amb elles mateixes perquè finalment obtenen aquella resposta que necessitaven.

“Hi ha una cançó que es diu Never Say Never, mai diguis mai. Suposo que arrel d'aquesta cançó hem vaig interioritzar la frase i sempre que anava a fer alguna cosa però no hem veia gaire segura hem deia a mi mateixa: 'Fes-ho, que passi el que hagi de passar i si toca arrepentir-se, t'arrepentiràs i si no, aprendràs la lliçó.' I a partir d'aquí fas més coses. Però hi havia una altre també, que es deia Be Alright, que cada vegada que estava malament hem posava la cançó, l'escoltava, entenia la lletra i és clar, em feia plorar més però hem desfogava. T'està transmeten el missatge que potser una altra persona t'hauria de transmetre, encara que sigui a través de la cançó, que és que has d'estar bé. Si ningú et pot dir que estiguis bé, al menys tens la cançó, i t'ho diu la cançó i això t'ajuda.” (Cas 3)

Però no només fan servir els materials per a emmirallar-se i respondre preguntes, sinó que també agafen com a referents personatges famosos. Aquest punt és quelcom que sovint inquieta a famílies i educadors que es mostren preocupats per les noies, les quals a vegades segueixen a famosos que, a criteri d'aquests adults, són males

influències per a les seves filles. És una preocupació lògica perquè algunes d'aquestes noies estan molt lligades a aquests famosos però cal tenir en compte que tenir un referent no implica imitar tot allò que fa aquella persona i que en molts casos, com van exposar 4 de les entrevistades, les fans són les persones més crítiques envers el seu artista.

“Los que no saben nada de ellos y critican, es criticar por criticar. A veces las fans nos cebamos mucho y to eso, vale, pero pienso que es que nosotras más que nadie somos las únicas que tendríamos que opinar porque somos nosotras las que sabemos cómo son ellos, bueno, como se supone que son al menos. [...] O sea, nos cebamos porque cuando pasa algo que no nos ha gustado somos las primeras en quejarnos y algunas heavy. A veces les intentas defender pero porque te da rabia que se critique sin saber o porque vale, eso está mal pero somos humanos, ¡todos la cagamos!” (Cas 5)

Es va preguntar molt sobre aquestes qüestions a les entrevistades perquè es considerava important saber què en pensaven i una gran majoria, excepte les més petites, van dir que pensaven que eres més influenciable, i era més fàcil que imitessis les accions del famós, quant més petites eres. Tot i així, remarquen que no s'imita tot allò que el famós fa perquè sovint ja tenen idees sobre si allò és èticament correcte per a elles o no i, en cas que no ho sigui, encara que defensin al famós, no vol dir que elles posteriorment copiïn aquella conducta.

“Jo crec que has de ser tu mateix i deixar-te influenciar és cosa teva, no és cosa del cantant, el cantant en sí ha de fer el que vulgui, perquè és una persona normal i corrent i també fa coses malament i tu si vols copiar la seva conducta la copies i si no, no. Clar, alguns la copiaran, sí, perquè poder són persones de 14 o 15 anys que no tenen una referència i si l'agafen a ell de referència, per a imitar-lo vull dir, malament, però bueno.” (Cas 3)

Algunes fans no imiten la conducta del seu ídol però tampoc l'accepten. Una de les entrevistades ens explica com no totes són capaces d'admetre en públic que aquell famós s'ha equivocat, no tant perquè no s'ho creguin, sinó com a una espècie de lluita contra totes les crítiques que rebrà i que elles rebran, perquè seran jutjades per admirar a persona que ha fet quelcom malament i que és una mala influència. Crítiques que, sota els seus ulls, són injustes perquè es fan sense tenir un bon coneixement de la realitat. També destaca que per a elles és un problema que sempre es busca el que és dolent, la

influència negativa que els hi pot aportar aquella persona, però que mai busquen quelcom positiu.

“A ver, yo me doy cuenta que no hacen cosas bien, ¿eh? Nadie es perfecto. Lo que pasa es que no creo que sean de mala leche... O sea, que no sé, tienen algún problema de fondo, ¿sabes? Todos tenemos uno por qué cuando hacemos algo mal... Pues es por eso, ¿no? A veces aunque sabes que lo han hecho mal no lo quieres aceptar y pones excusas porque... Es que ya va a salir en todos los sitios que la han cagado y tú eres su fan, ya lo sabes que está mal pero no vas a irlo diciendo porque ya lo dirán, ¡y mucho!, otros. Encima luego en el cole o hasta tus padres empiezan: ‘Has visto eso que han hecho no sé qué’, ‘son una mala influencia para ti’, ‘son unos mierdas, ¿cómo te pueden gustar?’, ‘son unos no sé qué y no sé cuántos’. Me atacan tío porque saben que jeso me molesta! ¿Sabes? Es lo que te decía antes de to eso... Que ellos critican sin saber y ¿lo peor? Es que siempre critican, o sea, hablan sin saber y solo para criticarles a ellos o a nosotras, nunca para decir algo bueno, solo esperan y buscan lo malo.” (Cas 5)

Però a vegades sí que intenten obviar del tot la mala conducta. Una de les entrevistades exposa com quan ella era més petita li costava reconèixer allò que havia fet malament el seu cantant favorit i no ho volia acceptar perquè allò no li semblava correcta. Tot i que ella, en el fons, sabia que allò havia passat de veritat, intentava passar-ho per alt perquè aquella conducta era llunyana a les actituds que tindria la persona que ella creia que era aquell famós.

“Quiero decir, que las fans son unas personas muy influenciadas pero que tienen o tienen que tener, em... como un punto de decir: ‘Vale, yo idolatro a esa persona pero esa persona es humana y no lo hace todo bien’. Por ejemplo, yo cuando tenía 15 años y pues veía que alguien decía que alguno de One Direction tenía sexo con groupies pues pensaba: ‘¡Qué va! ¡Eso no es verdad!’ O cualquier cosa y ahora pues lo pi... Ahora pienso que es una cosa natural, ahora me da igual. Porque... Pues igual cuando tienes menos edad pues piensas otras cosas que ahora no piensas o ves... En ese momento eso no me parecía bien y no me lo podía creer, aunque sí, pero no. Por ejemplo, 5 Seconds Of Summer, a mí me gustan mucho pero también pienso que hay

cosas que no están bien que hacen, que son... Que se les sube la fama a la cabeza con según qué cosas. Pero no sé...” (Cas 8)

S'ha de fer incís en què les entrevistades pensen, com es pot entre veure en les altres cites d'aquest apartat, que pots ser molt o gens influït de manera positiva o negativa pel famós en funció de com sigui la fan i de l'entorn que tingui. De fet, equiparen l'artista a qualsevol altra persona del teu entorn, que també et pot influir cap a bé o cap a malament.

“Yo creo que depende también de la persona y depende de que a veces ya ni te aventuras a probar una cosa [...] Pero a lo mejor una persona que no tuviera mi manera de pensar, no tuviera mi mentalidad, no tuviera un buen entorno o no tuviera muy claro que eso no encajaba con su estilo de vida, a lo mejor sí que se hubiera aventurado influenciado por X personas. Pero claro, lo mismo que te influencia un famoso, te influencia tu tío, te influencia tu vecino o te influencia tu amigo que te dice: ‘Mira, me he cogido 5 gramos de marihuana.’ O sea, es exactamente lo mismo, es la capacidad que tú tengas para ser influenciado y el entorno”. (Cas 2)

Veiem doncs com, en el cas que un famós al qual segueixen hagi fet quelcom considerat negatiu, les fans hi reflexionen i no implica que l'imitin. Així com 8 de les 11 entrevistades pensen que en un famós, com en qualsevol persona, pots trobar comportaments que creguis negatius o positius i depèn de tu diferenciar-los i seleccionar el que és bo. Sembla que són conscients d'allò dolent que els hi pot aportar però se centren en allò que a elles els hi interessa, les coses positives.

“Ell m’ha ensenyat lo que s’ha de fer i lo que no s’ha de fer. Perquè estarem d’acord que ha comés molts errors i jo he vist com s’ha destrossat la vida per les drogues. Però això ha sigut un exemple de no comportament que no s’ha de dur a terme. I, per una altra banda, també ell ha ajudat a persones hospitalitzades, persones amb baixos recursos, persones amb marginació per així dir-ho... I això m’ha fet augmentar comportaments positius. Per lo tant, quan veus una persona que admires, comet errors i fa coses bones, joc rec que aquesta persona al admirar-la és un patró de comportament, tant positiu com negatiu, aleshores pots no intentar, al menys intentar no cometre els mateixos errors i procurar millorar com a persona seguint el seu exemple del camí positiu, com si diguéssim.” (Cas 9)

Finalment destacar que algunes de les entrevistades van manifestar que senten una relació d'amistat amb l'artista al qual segueixen i que en molts casos és per això que, encara que aquests tingui comportaments negatius, l'animen i donen suport.

“És a dir, si tu tens un amic que està enganxat a l'alcohol, a les drogues o al que sigui, tu amb aquell amic intentaràs dir-li el què està fent malament i intentar no fer-ho tu si creus que està malament. Pues un ídol és lo mateix. Però representa que tu el veus, tu l'admires en aquella persona i com veus que està malgastant la seva vida o fent una cosa que és dolenta dius: 'A vere, jo això no ho he de fer'. I igualment he de procurar donar-li ànims per a que surti d'aquest pou en el què s'ha ficat.” (Cas 9)

2.4. Educació

A l'últim apartat del marc teòric s'ha parlat de com els joves i adolescents d'avui en dia viuen una realitat molt diferent d'aquella que havien viscut els seus pares o altres adults del seu voltant. Com s'ha vist, l'escola i la família han quedat com a elements més llunyans pel que fa a buscar referents o demanar consells i han guanyat posicions les cultures juvenils i el grup d'iguals. Això afecta directament a la construcció de la identitat dels joves i generalment els adults no les comprenen (Grosser, 2003).

“Ellos creen que los fandoms son una tontería o una tontería de esas de adolescentes y to eso y pues creo que no... No nos entienden. [...] Ellos no lo entienden. No. No. Yo creo que... Es que dicen: 'Esto es una tontería, te tendríamos que grabar diciendo las cosas que dices ahora y enseñártelas después de diez años' o cosas así. Y me quedó en plan: 'A lo mejor sí...'. Pero no es tontería porque... ¡A mí me gustan de verdad! Pero claro, dentro de diez años yo no sé... Ya habré madurado más y todo eso, quiero decir... Que ya no será lo mismo que ahora y yo lo sé, pero es que a mí me gusta, ¡es algo mío! ¡Ahora me gustan!” (Cas 11)

Les entrevistades pensen que, en general, els adults no les entenen, ni família, ni escola, ni cap altra persona adulta que coneguin. Segons el seu criteri, cap dels seus principals agents educatius les entén i això, pel que s'ha pogut detectar a les entrevistes, les té una mica frustrades en alguns casos, especialment a aquelles qui les famílies mostren un total rebuig o menyspreu cap als *fandoms* dels quals formen part.

“Doncs... Em... Mira, en el meu cas, els meus pares no és que em prohibeixin ser Belieber però tampoc em recolzen. Llavors mai he tingut la colònia, mai m’han comprat la manta, ni els coixins, ni cap altra cosa relacionat amb en Justin perquè deien: ‘Això són tonteries, ¡ja se’t passaran!’. Però la tonteria... ¡Ja porto sis anys! Llavors, ells no ho acaben d’entendre, al menys en el meu cas i... sí que se que noies de Belibers Barcelona els seus pares inclús escolten la música i són fans i les acompanyen a concerts si són més petites i també són com una Belieber més adulta i pares però... Pocs. I a mi, ara encara el meu pare pregunta: ‘Encara estàs amb la tonteria?’ I jo: ‘Sí, sí, ha ha ha. ¡Encara no se m’ha passat!’ Però... el per què doncs... no ho se, suposo que... Els meus pares em... Mai han tingut un ídol o referent com jo tinc ara a en Justin, llavors poder per això no... no ho entenen. Jo sempre dic ara: ‘Quan tingui la meva filla i ella tingui un ídol com jo, la recolzaré perquè realment se lo que està sentint i... Encara que d’aquí uns anys li deixi d’agradar, seran records que ella tindrà de la seva infància i... No se...’ (Cas 6)

En aquest testimoni anterior veiem com la noia expressa de manera indirecta que li agradaria que els seus pares la recolzessin i entenguessin pel que fa a tenir un ídol i formar part d’un *fandom*. S’ha de dir que totes les entrevistades han expressat en algun moment de l’entrevista aquest desig, no en tots els casos pels pares però sí cap a diversos agents educatius i altres adults, com per exemple professors, orientadors, psicòlegs, monitors, entre d’altres.

“¡Pues claro! Hombre sí, porque así mi madre se podría poner en el papel mío, ¿sabes? De cómo me siento yo a veces y to eso. Me gustaría que me entendiera. No le pido que sea fan pero que se ponga en el lugar mío y me respete. Yo creo que sí.” (Cas 11)

Molts dels estereotips i prejudicis cap al fenomen fan han portat a moltes famílies i altres agents educatius a la desconeixença o el rebuig d’aquest fenomen. En alguns casos el rebuig ha arribat a ser força extrem, el qual pot generar a les fans sensació de desaprovació per part de persones importants per a elles. Aquesta desaprovació pot provocar baixa autoestima, més dificultats a l’hora d’establir la seva identitat, entre altres coses. Veiem a continuació com el cas 4 ens explica les seves sensacions i situacions que han patit amics seus amb els seus pares pel rebuig que li

tenen a aquesta cultura juvenil, mesclat amb altres temàtiques com l'homofòbia o estereotips de gènere.

“Bueno... A mí en casa nunca me ha pasado que me hayan dicho nada pero supongo que sí, hay gente que no lo entiende. Normalmente son los padres, por ejemplo porque... Bueno, yo no tengo padre pero... Pero supongo que si hubiese tenido, me hubiese dicho en plan: ¿Qué haces con tu vida?! Porque son cinco chicos’, bueno cuatro ahora, y es en plan: ‘Es algo de chicas. ¡No sé por qué te gusta eso!’ Siempre está en plan el... machismo, no sé qué. En plan de que algo solo es de chic... Imponen la ley de género de que es... Ya por ser chico solo te tienen que gustar las chicas o eso solo le puedes gustar a chicas. Y no es así porque yo conozco a muchos Directioners boy que sus padres muchas veces les han castigado en plan romper las cosas, no salir y eso por... por gustarles algo de chicas. Y menos mal, a mí no me ha pasado eso. [...] Tuve un amigo que tenía su habitación con posters y su padre se los quitó y se los rompió. Y las cosas y todo. Sí, muy fuerte. [...] Estas siendo des... O sea, no sé, no estás siendo aprobado por tu padre y es algo importante, porque él... aunque sea, ellos lo vean una tontería esas pequeñas cosas son las que te van a hacer ser quien quieres ser y ser como eres de mayor.” (Cas 4)

Un altre cas a destacar en aquest espai és el cas 5. L'entrevistada va estar, tres mesos, interna a un centre de salut mental a causa d'anorèxia, una malaltia contra la qual encara es troba lluitant. Afirmar que un dels seus grans suports en la lluita contra aquesta malaltia són els *fandoms* dels quals forma part però també es mostra molt trista perquè els seus pares no la deixen participar activament en la vida fan. Això vol dir que té moltes restriccions pel que fa a Internet, xarxes socials, música i fins i tot llibres. Al llarg de l'entrevista mostra el seu desig que algun dia els seus pares entenguin que allò que li estan restringint és un dels seus grans suports en la lluita contra la seva malaltia i no al contrari com ells pensen. A més a més, tant l'institut de la noia, professors, orientadora, etc., que està al cas de la seva malaltia, com els psicòlegs i psiquiatres que l'estan tractant rebutgen o no li donen cap tipus d'importància a tot allò que ella manifesti sobre el fenomen fan i és quelcom que per ella és molt important.

“A ver... Esto... Es muy complicado, ¿sabes? Em... Yo... Cuando estuve interna, por eso que te he contado, pues mis padres no... no me quisieron dar

nada que tuviera que ver con... con esto. Con... Con los fandoms y las cosas que me gustaban y to eso. Porque ellos pensaban que... No sé... Que era malo o yo que sé. Y cuando... Cuando por fin los médicos pues em... me dejaron comunicarme con el mundo exterior pues les saqué a mis padres otra vez el tema y parecía que un poco pos lo entendían. Pero... No. No creo porque vamos, que aún tengo lo que ellos llaman 'restricción'. [...] Es que me dan solo unas horas el móvil, el ordenador, los CDs... Y to eso. Y, a ver, yo ya estoy pos cansada, ya ni les intento explicar las cosas, ¿no? Porque pa que... Y... Tío, me jode porque tengo amigas que irán al concierto de 5 Seconds y que les llevan sus padres y todo, ¿eh? Y los míos no son capaces de entender que si estoy bien es por todo esto que me gusta. ¡Porque me da fuerza, me ayuda a seguir, porque he hecho amigas! Pero no. [...] Ni de coña hablo de to esto con la orientadora, es una imbécil... Y menos con los del hospital. O sea, que lo saben ¿eh? Pero pa que me digan que es una tontería, que ya se me pasará, que muy bien muy bien o que eso no me ayuda en nada, cuando yo creo que sí, pa eso no les cuento na más y punto. Menuda manera de ayudar, ¿a qué sí? Son geniales.” (Cas 5)

El 100% de les entrevistades coincideix en que és necessari fer més estudis sobre el fenomen fan perquè desapareguin els estereotips i perquè s'entengui que no és quelcom irrellevant a les seves vides, sinó que és una cosa important que els hi afecta.

“Sí, totalmente. Yo de hecho creo que, por ejemplo, la sociología lo tendría que estudiar mucho más. Yo creo que cuando empezó esto, el fenómeno fan, yo creo que lo tomaron como un período o algo que ya pasará y no se ha pasado. De hecho, sigue y ahora incluso va, con las redes sociales, va a más. Yo creo que creían que era algo temporal de un grupo o algo y ahora están viendo que no es temporal, entonces ahora hay más estudios, la gente empieza a interesarse más por ello, ahora hay a lo mejor menos prejuicios... Bueno, déu ni do, pero empieza a no haber tantos, entonces yo creo que sí que se tendría que estudiar, sobre todo para, pues no sé, que somos gente normal que siguen a X artista porque se identifica con él o... y porque le gustan... Relacionarse, verse rodeado de gente que piensa cosas parecidas o que tienen gustos parecidos y que es importante para nosotros, ¿sabes?” (Cas 7)

A més a més, totes també pensen que si aquests estudis arribessin a mans de diferents adults que interaccionen amb elles podrien ajudar a millorar el seu entorn educatiu. Podrien fer que es confies més en els adults per a demanar ajuda o demanar orientació i podrien disminuir casos d'assetjament escolar, entre d'altres coses.

“Es algo que... Pos lo que te he dicho... Es lo que soy. O sea, eso que me gusta es un poco lo que soy, ¿no? Y si ni mis pedres, ni mis profes, ni mis médicos lo entienden... Pues no entienden quien soy y no me pueden ayudar ¡en nada! A ver... es que luego me preguntan que por qué no les pido consejo, ja ja ja.” (Cas 5)

“Sí, nous estudis ajudarien en quant a l'entorn educatiu. És que jo crec que els estudis que hi ha són molt tradicionals i estan mal fets. M'explico, normalment a les escoles es fan reunions de pares, i sempre són les típiques reunions de què fer si el meu fill beu, que fer si el meu fill hem contesta, però no hi ha una reunió de què fer si el meu fill noi es vol fer ballarí, per exemple, o si la meva filla noia vol fer futbol, o què fer si la meva filla s'ha “enamorat”, o si ha començat a admirar a un cantant famós. És a dir, s'hauria d'explicar als pares els sentiments dels adolescents i sí, jo crec que s'hauria d'estudiar això, els fandoms. Durant la adolescència sobretot, perquè és quan la gent comença a agafar una identitat, a ajuntar-se amb tribus urbanes i amb fenòmens fans, per així dir-ho, i els pares haurien d'entendre-ho i els profes també.” (Cas 9)

“Hombre... Yo creo que sí. Aprender sobre una cosa siempre es bueno y... pues siempre podemos aprender más cosas sobre algo. Y hombre, si un profesor, orientador, psicólogo... Lo que sea, una persona que te está enseñando o intentando ayudar en algo, te entiende y sabe un poco sobre el tema, sobre tus gustos, sin prejuicios, pues te podrá orientar mejor, vaya, que no si piensa que ya se te pasará o ‘es que estás en esa edad, es normal que estés como un cencerro’ ... Entonces, si sabe un poco más del tema pues quizá te puede ayudar mejor, te puede decir pues oye esto está mal o tienes que tranquilizarte o puede conseguir que se cree más vinculo porque entiende lo que te gusta y así que la comunicación sea más fácil... Con esto a lo mejor consigues que el adolescente te escuche más o que te pida más consejos o te cuente más sus problemas...” (Cas 1)

Més de la meitat de les entrevistades han parlat sobre el *bullying*, l'assetjament escolar, i com aquest afecta o va afectar a persones que coneixen o a elles mateixes. En aquelles situacions totes expliquen que no es va fer res per combatre'l perquè, segons pensen, els professors opinaven que, que es fiquin amb tu per les teves aficions, no és quelcom rellevant.

“Ja, no... Simplement trobo que, que et critiquin pel teu gust musical és com qualsevol altra cosa, l'únic que, eh, no has respectat... Vull dir, eh, si al professor li arriba que estàs patint bullying perquè t'agrada un grup de música doncs poder diu “tampoc és per tant! No t'agobiïs” i passa del tema. En canvi si dius que estàs rebent bullying perquè t'insulten pel teu físic, llavors sí que té més importància social diguem, no? Quan realment en els dos casos estàs tinguent bullying i hauria de tenir la mateixa importància, no? Llavors hi ha una mica de... Això...” (Cas 6)

A través de situacions de *bullying*, i encara més davant d'una actitud passiva dels educadors, les fans es senten un cop en una sensació de desaprovació de la societat cap a allò que els hi agrada, la qual pot tenir conseqüències molt negatives.

“Bueno, yo creo que sí. La principal tarea de todo esto es que la gente entienda qué es un fandom, y lo que implica. Lo que siente esa persona al ser parte de un fandom, o lo incomprendida que puede sentirse porque en su entorno cercano no entienden lo que está pasando. [...] Pero yo me acuerdo cuando empecé con los Jonas Brothers, que yo tenía 13 años, estaba en el instituto, en primero de la ESO y tal... A mí me gustaban muchísimo. Yo no podía decir: ‘A mí me gusta esto porque tal’. A mí me han llegado a caer muchas críticas, muchas burlas, muchas risas, ¡de todo! Por simplemente ser parte de algo. Por lo tanto, en ese momento yo prefería quedarme en mi casa con un ordenador antes que salir a la calle con no sé qué. Gracioso por cierto que lo único que me hacía sentir bien fuera lo que la gente criticaba y al final era como que me hasta me avergonzaba de eso que me gustaba. Yo me acuerdo que me regalaron una mochila de los Jonas Brothers para mi cumpleaños y yo era la persona más feliz del mundo, a mí me encantaba. Y yo me acuerdo de llevar mi mochila a clase ¡y me la pintaron entera! Pintar a los Jonas, diciendo que son gilipollas, que no sé qué... Me destrozaron la mochila. Y entonces yo que tenía, 14 o 15 años. Que a mí me hicieran eso, me

sentó muy mal. Entonces era como para qué voy a estar con esta gente, que me están haciendo esto, que me están haciendo sentir mal, que encima me han roto una cosa que es mía y que me encanta. Y el profe lo vio y dijo que eran cosas de críos que ya se me pasaría. No le dio ninguna importancia porque para ella los Jonas pues no la tenían, ni parecía que entendiera que para mí sí. [...] Con más estudios y más información podemos evitar ese bullying que una persona puede sufrir porque le guste X cosa o porque pertenece a cierto fandom y evitamos que esa persona se sienta peor de lo que ya se siente, porque es lo que tú dices, tu como adolescente estás súper perdido, cuando tienes 14 o 15 años, no sabes qué quieres hacer, encima te sientes que no eres comprendido por la gente de tu alrededor y encima te hacen todo esto, o sea, tu nivel de autoestima sigue bajando, baja y baja y baja.... Entonces, educativamente creo que se pueden hacer muchas más cosas si se conoce y se entiende lo importantes que son los fandoms en nosotras.” (Cas 2)

2.5. Paraula: Emocions i sentiments dins d'un fandom

De les 11 entrevistades, 8 van afirmar que la paraula que elles farien servir per a descriure allò que els hi feia sentir el *fandom* i participar-hi era felicitat.

“Felicidad porque al fin y al cabo estás con gente que se parece a ti o te entienden en algunas cosas y eso te hace ser feliz porque ya no eres el típico rarito de clase al que le gusta One Direction, ahí sois en plan todos raritos que os gusta One Direction. [...] Como tu familia. Además, al fin y al cabo, aunque no seamos para nada hermanos de sangre, los amigos que haces siguen siendo como tus hermanos por todo el apoyo, aunque a muchos ni les hayas visto o sí, pero es un sentimiento como de un grupo... Un sentimiento que se crea en tu interior y es en plan... como que aprecias a esa gente del grupo. Y pensar que conoces a la gente de hace un montón y, no sé, a mí sinceramente me gusta mucho, me siento parte de algo y la gente me quiere como soy y espero que nunca me olvide de ser fan de One Direction o así, aunque no creo.” (Cas 4)

Les altres 3 van respondre eufòria i llibertat, brillant i acollidora, totes fent referència, especialment, als moments en què es troben amb altres persones dels *fandom* cosa que confirma, un cop més, que per a moltes al final és el més importat, encara que a vegades sigui de forma inconscient.

“Eufòria, crec que eufòria. Perquè fa poc, per treure les entrades pel concert i estaven totes com boges, comptant els dies que quedaven, i és eufòria cent per cent del moment, abans del concert, de durant el concert i després del concert. És que és eufòria cent per cent. [...] Perquè quan surto de la feina el que tinc ganes és d’agafar el mòbil i de veure què ha passat, que estan comentant, que estan dient... Ja no només d’ells sinó de la gent en general, perquè jo conec molta gent de fa 3 o 4 anys i quan els hi passa alguna cosa vull saber què els hi passa, si hem necessiten... [...] Sí, una mica de llibertat sí, perquè desconnectes del món exterior, encara que connectes amb el mòbil, estàs lligat al mòbil, però et dona sensació de llibertat.” (Cas 3)

La gran càrrega emocional que desprèn que 8 hagin respòs felicitat a aquesta qüestió reforça encara més la idea que aquest fenomen està molt lligat a les emocions i els sentiments, els quals recordem que també influeixen molt en la nostra identitat.

“¡Felicidad! Sí, sí, sí. Porque yo, poniendo en él... Porque si en un concierto estoy viéndolos a ellos, estoy escuchando las canciones, su música, y además estoy rodeada de la gente que he conocido y que ahora son mis amigos pues... Pues yo lo que siento ahí es mucha felicidad... Por eso a lo mejor se grita, ¿no?” (Cas 1)

CONCLUSIONS

Aquesta recerca ha intentat fer una aproximació al fenomen fan i com el fet de comar-hi part influeix en la cerca de la identitat durant l'adolescència. S'espera que tota la informació recollida i analitzada pugui arribar a famílies, educadors i altres persones interessades per tal de comprendre millor aquest fenomen, començar a trencar els estereotips i prejudicis que té arrelats i generar nous estudis. S'ha de destacar que al llarg de l'estudi no s'han perdut de vista els objectius i que aquests s'han de tenir presents (veure taula 1) per tal de comprendre les conclusions que es presenten a continuació.

Al llarg de la investigació s'ha respost a l'objectiu principal (veure taula 1) i s'ha pogut observar com el fenomen fan influeix molt en el període de la cerca de la identitat durant l'adolescència i, fins i tot, també en la joventut. A més a més, afecta a tots els petits àmbits que conformen la identitat, intervé en la identitat col·lectiva i, per conseqüència, en la individual, afectant així a la ideologia, a l'autoestima i l'autoconcepte, a l'orientació professional, a l'orientació sexual i a la identitat de gènere i, fins i tot, pot influir en la moral i allò que entenem per bo o dolent. També cal destacar que es va detectar, tant a les entrevistes com als qüestionaris, que aquesta influència és percebuda com a positiva per a les fans perquè les ajuda a millorar les relacions socials, a trobar-se a elles mateixes i a situar-se entre la societat. En aquest punt és remarcable aquesta idea perquè és mostra com la influència que el fenomen fan causa o ha causat a les seves vides és vista com a una cosa bona.

També s'han desmuntat molts estereotips i prejudicis que estaven relacionats amb aquest fenomen, com la creença que les fans tenen un alt nivell d'aïllament social, que fan ús abusiu i malaltís d'Internet, que no són capaces de relacionar-se en persona o que pateixen algun trastorn, entre d'altres. Totes aquestes idees han quedat desmentides al llarg del marc teòric i s'han tornat a desmentir a la recerca. A més a més, s'ha reafirmat allò que Jenkins (2010) deia, que les fans són persones crítiques que constantment estan participant en una cultura participativa en la qual creen nous materials o mouen la informació, alhora que critiquen allò que no els hi agrada o reflexionen sobre tot allò que passa dins dels seus *fandoms*. Això demostra que es troben lluny d'un consumisme passiu, si no que consumeixen productes dels seus

famosos o materials culturals favorits però, en molts casos, després utilitzen aquest per crear o generar quelcom, com fer *fanfictions* per exemple.

El fenomen fan és una cultura juvenil amb unes noves característiques, és molt global, està en continu moviment i correspon totalment a l'època de globalització i de societat líquida que estem vivint. És segurament per això que és tan atractiva per a moltes adolescents, perquè s'adapta totalment a la realitat que estan vivint. Tot i així, s'ha detectat que no és valorada com a una cultura juvenil i que és molt poc estudiada. Això posa de manifest que s'ha de fer una revisió de les cultures juvenils, les seves característiques i com es veuen i entenen, perquè si aquesta no es valora, podria ser perquè la concepció que es té d'elles ha quedat desfasada.

D'altra banda, les relacions socials que sorgeixen de participar en aquest fenomen són l'element més destacat dins *fandoms*, deixant així entreveure que aquesta cultura va molt relacionada amb la identitat col·lectiva o social i que, contràriament al que pugui semblar, allò que realment la manté no és el famós o material cultural als que segueixen, sinó els vincles relacionals que es creen quan hi participes. Les amistats i les relacions són els veritables agents actius d'aquest fenomen, aquells qui el converteixen en un grup social i en una cultura juvenil. Tot i així, no podem obviar la importància del famós i el material cultural, els quals són un punt clau en aquest grup i que, a més a més, en molts casos serveixen de referents per a les adolescents.

Finalment, amb aquesta recerca s'ha detectat com els estereotips i prejudicis cap a aquesta cultura estan tan arrelats a la nostra societat que els diferents agents educatius d'aquelles adolescents que són fans no veuen més enllà. Generalment tenen una imatge distorsionada del fenomen fan i consideren que és quelcom negatiu o poc rellevant per a elles i el seu dia a dia, cosa que, com s'ha vist, no és així. A més a més, aquesta idea de poca importància i la falsa realitat creada al voltant d'aquest fenomen provoca que en alguns casos no s'actui davant de situacions de *bullying* que les noies puguin patir pel simple fet de participar d'alguns *fandoms*. S'ha pogut constatar, a través de les entrevistes i els qüestionaris, que gairebé totes les participants del fenomen fan anhelaven que això deixi de ser així i que, tant els adults del seu voltant, com la societat en general, compreguin com d'important és per a elles aquest fenomen i que no és quelcom negatiu. És necessari que aquest canvi de mentalitat s'implanti realment, especialment en els diferents agents educatius que es poden trobar treballant amb adolescents que formen part d'aquest fenomen. Cal crear una cultura del respecte cap a

aquest col·lectiu i cessar així aquest *bullying* que algunes fans pateixen, alhora que aconseguir apropar-se una mica més a la realitat d'aquestes adolescents. Només així es podran fer bones intervencions amb elles, les quals se sentiran en un bon clima, no se sentiran jutjades i demanaran més ajuda en aspectes que les preocupin. Aquesta ajuda no la demanaran si veuen o perceben es crítica i menysprea allò que els hi agrada i que, a més a més, les ajuda a construir la seva identitat.

Penso que és necessari continuar investigant sobre aquest fenomen que acull a tantes adolescents arreu del món, és una realitat que no podem obviar i que hem de conèixer, especialment des del món educatiu, per a poder comprendre millor a aquestes noies i el seu entorn. En un futur es podrien fer estudis per a comprovar quants adolescents formen part del fenomen fan, per a intentar comprendre com funcionen les relacions dins dels *fandoms* i les diferents jerarquies que s'hi formen, per a saber si els estereotips de gènere influeixen molt en aquesta cultura, per saber quantes d'aquestes adolescents han patit *bullying*, entre molts d'altres que podrien sorgir arran de molts petits temes que he tractat amb poca profunditat al llarg d'aquesta recerca, ja que no eren els meus principals objectius, tot i que havia de parlar-ne per a poder aconseguir els meus.

EL PAPER DEL PEDAGOG

Tot i que molts dels aspectes que tenen a veure amb l'adolescència i la joventut són tractats en gran mesura des d'altres ciències, com per exemple la psicologia, penso que la pedagogia també té molt a dir i s'ha de començar a obrir camí. Com he exposat a la introducció, opino que cal que es doni una visió més educativa dels diferents fenòmens i processos d'aquestes etapes o, si més no, que s'apliquin els coneixements que les altres ciències han aportat en intervencions pedagògiques i educatives. Segurament el fenomen fan no és una de les temàtiques més rellevants de la pedagogia però això no hauria d'implicar que no es treballés. Són forces els adolescents i joves, especialment noies, que estan implicats en aquest fenomen i, així doncs, no podem obviar-lo. Cal treballar per a entendre aquest fenomen, anant més enllà del simple estudi d'aquesta cultura juvenil. S'ha d'entendre què passa en aquest grup social i com aquest és vist pels mateixos participants i per la societat en general perquè és quelcom que afecta la vida diària d'aquests nois.

Al llarg d'aquests quatre anys, el grau m'ha aportat moltes eines i coneixements per a poder realitzar aquest Treball Final de Grau. Hem fet assignatures força generals que m'han ajudat a tenir una base d'altres ciències socials, ciències que han estudiat el fenomen fan o altres moviments de fans. L'assignatura de processos psicològics i de desenvolupament humà em va proporcionar una base teòrica per a entendre millor diferents característiques de l'adolescència i la joventut, alhora que la base per a entendre el concepte de la identitat. Sense aquesta base no m'hauria sigut possible comprendre molts textos psicològics que parlaven de diferents aspectes de l'adolescència, la joventut i la identitat individual. Molt lligada a aquesta assignatura cal destacar la de psicologia social, la qual fou la primera que em va aproximar a diversos fenòmens socials i com s'estudiaven, alhora que poder veure com aquests afecten la vida i també a la identitat de les persones. D'altra banda també s'han de destacar les assignatures de sociologia i antropologia, les quals m'han ajudat a tenir una visió molt més àmplia del fenomen fan i a entendre conceptes que sense haver-les cursat no els hagués entès. I, finalment, bases de la investigació i instruments i estratègies d'investigació educativa que m'han aportat tota la base teòrica per a poder generar una bona recerca i, especialment, idear una bona metodologia que compleixi tots els paràmetres d'una autèntica recerca.

Però a part d'aquestes assignatures, n'he cursat d'altres que també han estat claus per a la realització d'aquest treball. Sense l'assignatura de l'exercici professional de la pedagogia de primer no m'hauria sigut possible veure que l'educació s'estenia a moltíssims àmbits de la vida i, per tant, difícilment hagués pensat que era correcte relacionar el fenomen fan amb la pedagogia. Però gràcies a aquesta assignatura i l'àmplia visió que et donava d'aquesta ciència, vaig poder entendre que, per sort, la pedagogia es pot trobar a gairebé tot arreu i això em va encoratjar a buscar nous temes d'estudi, com aquest. Per un altre costat també cal destacar l'assignatura d'anglès per a professionals, la qual va donar peu al meu marc teòric i la de tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), que m'ha fet adquirir noves idees per a l'exposició oral d'aquest treball.

Destacar també l'optativa la joventut avui: noves formes de socialització. Va ser realment instructiva perquè també va parlar d'adolescència i es va donar una visió molt ampla de la joventut i com aquesta ha evolucionat, així com va ser el primer cop on em va sorgir la idea de fer un treball sobre el fenomen fan. De fet, va tractar les cultures juvenils i quan se'ns va donar la definició de cultura juvenil jo vaig entendre que el fenomen fan també ho era i em vaig aventurar a fer el treball d'aquella assignatura sobre aquest fenomen. El professor, que era un noi que treballava per a la Generalitat de Catalunya en l'àmbit de la joventut em va dir que era un molt bon treball i que havia de tirar per aquest costat si això m'agradava perquè no hi havia gairebé res escrit. Llavors va sortir la idea del meu Treball Final de Grau. Tot i que era una optativa, amb tot el que això comporta, temps limitat, poques classes, etc., m'hagués agradat més profunditzar en temes més actuals perquè es va parlar molt concretament de la història i de temes de fa una dècada, cosa que des del meu punt de vista ja estava una mica desfasat.

Finalment fer incís en el pràcticum, que el vaig fer a l'àrea de joventut de l'ajuntament de Santa Cristina d'Aro, el qual em va permetre treballar amb adolescents i joves tant a la Zona Jove del poble com a l'institut al qual assistíem a fer el programa PIDCES (Punts d'Informació i Dinamització en els Centres d'Educació Secundària). Allà vaig tenir la sort de topar-me amb noies que formaven part del fenomen fan adolescent i vaig adonar-me clarament de la necessitat d'estudiar la influència d'aquest fenomen en la identitat dels adolescents. Quan vaig començar a parlar amb elles i van percebre que no les jutjava i entenia que per a elles era important allò m'explicaven

sobre els *fandoms* i, a més a més, n'estava al dia, vaig aconseguir generar un vincle que les va portar a demanar-me consell sobre estudis, sexualitat i, fins i tot, que visitessin en alguna ocasió la Zona Jove. Allò em va fer veure, encara més, que cal que la societat, però especialment els diferents agents educatius d'aquests nois, entenguin què és veritablement el fenomen fan i que vegin a aquest des del punt de vista pedagògic per a millorar les seves intervencions, els seus programes o els seus serveis amb i per aquests nois.

El treball integra coses que s'han tractat de manera tangencial en les assignatures a les quals he fet referència, però són un exemple de com un pedagog ha d'aprofitar les bases de la sociologia, la psicologia o l'antropologia per a entendre millor un fenomen social i cultural sobre el qual hi haurà d'intervenir. Els pedagogs podem topar-nos amb el fenomen fan en molts dels àmbits en els quals podem treballar, com en l'àmbit cultural si es treballa quelcom relacionat amb la música, els llibres, el cinema, entre d'altres, o en el social i l'escolar, si es treballa amb adolescents que hi formin part. És per això que penso que haurien de conèixer en profunditat aquest fenomen, veure més enllà dels estereotips i intentar utilitzar-lo per a apropar-se més als adolescents i joves, alhora que per a fer unes millors intervencions.

Els pedagogs hem de ser professionals ben informats de l'actualitat i, si es treballa amb adolescents i joves, encara més. Aquests col·lectius viuen totalment en el present i les seves maneres de vestir, de parlar, de veure el món, etc. canvien constantment i, si no ets capaç de seguir aquestes actualitzacions i a més a més les menysprees, és molt difícil que et vegin com a un referent o com a una font de consells. És per això que cal estar informat del fenomen fan, així com d'altres fenòmens, i dels diferents *fandoms* que el conformen, així com estar el màxim d'actualitzat respecte a les novetats dels seus artistes o materials culturals favorits. És una tasca difícil perquè aquest fenomen, com la majoria dels que tenen a veure amb els adolescents i joves, és molt canviant i en pocs anys poden canviar fàcilment els *fandoms* més predominants, per exemple. Tot i així penso que l'esforç val la pena perquè és una de les millors maneres de poder contactar amb ells i les seves realitats.

A més a més, això no només pot ajudar a crear un major vincle amb ells, sinó que en alguns casos es pot utilitzar també com a element d'aprenentatge, es poden reflexionar i aprendre moltes coses de la vida a través de l'admiració a un personatge famós o a un material cultural, alhora que de les relacions que poden establir amb

persones d'arreu del món. Però fins i tot pot servir per a aprenentatges més acadèmics, com millorar la comprensió lectora, cosa que jo he provat. Treballo en un centre socioeducatiu on fem classes de reforç escolar, atencions psicopedagògiques, sessions de psicologia, logopèdia, entre altres coses; algunes de les nenes amb les quals treballo són *Beliebers* i odien la comprensió lectora. Un dia se'm va ocórrer donar-los-hi com a comprensió un text que parlava sobre la vida de la mare de Justin Bieber, la qual va patir abusos sexuals per part de múltiples persones quan era petita, va tenir problemes d'alcoholèmia i drogoaddicció, va tenir al seu fill quan era adolescent en un alberg perquè la van fer fora de casa, entre altres problemes, i reflexionava sobre aquests i com havia tirat endavant. Mai les havia vist tan concentrades llegint un text, fins i tot van marcar les paraules que no entenien i van voler ajudar-se del diccionari per a entendre-les. Gràcies a un text sobre una cosa que tenia a veure amb el fenomen fan i que aparentment no les podia ajudar en res acadèmic, aquell dia van ampliar el seu vocabulari, millorar la seva comprensió lectora i treballar sobre les conseqüències de l'alcohol i les drogues, així com veure com és de difícil la vida de persones que han patit abusos. Aquell dia vaig tornar a veure clar com d'important era per a un pedagog entendre les diferents realitats dels adolescents i les joves, de les quals forma part el fenomen fan, perquè aquestes són les que més influeixen i afecten aquests nois i perquè coneixent-les es pot treballar molt més profundament amb ells.

Aquesta recerca ha estat elaborada tenint en compte el Codi deontològic del Col·legi de pedagogs de Catalunya (2013) que exposa en l'article vint-i-setè que cal "exercir la professió amb dimensió investigadora per tal de contribuir a millorar el coneixement professional a partir d'una pràctica reflexionada i col·legiada". D'altra banda, i complint un dels objectius específics, allò que s'espera que aquest treball aportï a la societat, a més a més de generar coneixement, és justament l'article vint-i-sisè "contribuir a la millor funció d'agents socioeducatius i culturals: les famílies, les comunitats, els mitjans de comunicació, les empreses de lleure, les empreses de producció i serveis, a través de l'acció pedagògica fonamentada científicament".

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, L. E. i Ibarra, A. M. (2015). La elaboración de variables de investigación para estudiar los espacios virtuales de socialización. *Seminario 'Sistemas y Ambientes Educativos - SAMBEO 2015'*. Recuperat de <http://www.virtualeduca.red/documentos/23/ponencia%20educa%20GDL.pdf>
- Anderson, T. (2012). Still kissing their posters goodnight: Female fandom and the politics of popular music. *Participations, Journal of audience & reception studies*, 9(2), 239-264.
- Ariza, M. (2005). Juventud, migración y curso de vida. Sentidos y vivencias de la migración entre los jóvenes urbanos mexicanos. Dins Pineda, M. (Ed.), *Jóvenes y niños: Un enfoque sociodemográfico* (39-70). Ciutat de Mèxic: Universidad nacional autònoma de México.
- Auster, A. (1989). *Actresses and Suffragists: Women in the American Theatre, 1890-1920*. Nova York: Praeger.
- Balzat, O. (Ed.) (2002). *Vivre ensemble autrement*. Brussel·les: Secretaria d'Estat per la cooperació i el desenvolupament de Bèlgica.
- Beck, M. (2012). Inside the brains of Bieber fans: What's behind Bieber Fever? Neuroscience offers explanation; a 'safe' infatuation. *The Wall Street Journal*. Recuperat de <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303640804577488681925950866>
- Bennett, A. (2000). *Popular Music and youth culture: Music, identity and place*. Basingstoke: McMillian.
- Bennett, A. (2004). Virtual Subcultura? Youth, identity and the Internet. Dins Bennet, A. I Kahn-Harris, K. (Ed.), *After subculture. Critical studies in contemporary youth culture*. Basingstoke: McMillian.
- Boyd, D. M. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Estats Units: University of California Berkeley. Recuperat de <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

- Busquets, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de Estudios de Juventud*, (96), 13-29. Recuperat de http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/45/publicaciones/Revista96_1.pdf
- Caldwell, M. i Henry, P. (2005). *Celebrity worship, micro-communities and consumer well-being*. Montreal: 8th International Conference on Arts and Cultural Management. Recuperat de http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/CaldwellM_HenryP.pdf
- Castells, M. (2003). *El poder de la identidad*. Madrid: El País. Recuperat de <http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/081219.pdf>
- Cheung, C. K. i Yue, X. D. (2003). Identity achievement and idol worship among teenagers in Hong Kong. *International Journal of Adolescence and Youth*, 11(1), 1-26.
- Col·legi de pedagogs de Catalunya (2013). Codi de deontologia del col·legi de pedagogs de Catalunya: Normes d'actuació pedagògica. Recuperat de http://www.pedagogs.cat/doc/codi_deontologia.pdf
- Díaz, J. J., Santisteban, A. i Cascajero, A. (eds) (2013). *Medios de comunicación y pensamiento crítico: Nuevas formas de interacción social*. Alcalá de Henares: Asociación universitària de profesorado de didàctica de las ciencias sociales. Recuperat de <http://didactica-ciencias-sociales.org/wp-content/uploads/2013/11/publiGDJA.pdf>
- Espinosa, A. (2015). Todas las claves del fenómeno fan. *Pláacet*. Recuperat de <http://revistaplacet.es/claves-fenomeno-fan>
- Feixa, C. (1993). *La Joventut com a metàfora: Sobre les cultures juvenils*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus: Antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C. (2001). *Generació @: La joventut del segle XXI*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Feixa, C., Saura, J. R. i Castro, J. (Eds.) (2003). *Música i ideologies: Mentre la meva guitarra parla suaument...* Lleida: Secretaria General de Joventut.

- Figueras, M. i Mauri, M. (2010). *Mitjans de comunicació i joves: Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Fina, X. (ed.) (2010). *Cultura i joves II: Hàbits culturals i polítiques públiques*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. Dins Lewis, L. A. (Ed.), *Adoring audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Giner, A. (2012). Adolescencia y educación secundaria. La tutoría. Dins Martínez, M. (Ed.), *Adolescencia, aprendizaje y personalidad: Problemas y soluciones en la educación secundaria* (265-300). Barcelona: Sello Editorial.
- Grosser, K. (2003). Adolescentes y adultos ¿Es posible una interacción sin juzgar ni castigar? ¿Qué hay detrás del llamado conflicto generacional?. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 3(1), 2-12. Recuperat de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/view/9006/17453>
- Guitart, M. E. (2009). La construcción de identidades colectivas en el contexto intercultural de Chiapas, México. *Cuadernos Interculturales*, 7(13), 43-56.
- Ibarra, A. M. i Pérez Naranjo, J. (2013). Jóvenes y Facebook: Socialidad mediada e interacciones sociales. Dins Rodríguez Morales, Z. i Rodríguez Salazar, T. (Ed.), *Socialidades y afectos: Vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas* (257-287). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos: Fans, cultura televisiva y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Kroger, J. (2004). *Identity in adolescence: The balance between self and other*. Nova York: Taylor & Francis Group.
- Larrain, J. i Hurtado, A. (2003). El concepto de identidad. *Revista FAMECOS*, 21, 30-40. Recuperat de <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/348/279>

- Lundby, K. (2009). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Nova York: Peter Lang.
- Maffesoli, M. (1990). *El Tiempo de las tribus: El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona: Icaria.
- Maltby, J., Houran, J. i McCutcheon L. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *J Nerv Ment Dis*, 191(1), 25-9.
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. Dins Anderson, J. (Ed.), *Handbook of adolescent psychology* (109-137). Nova York: Wiley & Sons.
- Marín, M. C. (2010). *Intervenció per al desenvolupament afectiu de l'infant*. Barcelona: IOC. Recuperat de http://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/1752_EDI/EDI_1752_M07/web/html/media/fp_edi_m07_u1_pdfindex.pdf
- Martínez Rodríguez, J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Silogismos de investigación*, 08(01). Recuperat de <http://cide.edu.co/ojs/index.php/silogismo/article/viewFile/64/53>
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista de investigación en psicología*, 9(1), 123-146.
- McRobbie, A. (1993). *Postmodernism and Popular Culture*. London: Routledge.
- Morwook, J. (2012). *The pocket Oxford Latin dictionary: Latin – English*. Oxford: Oxford University Press.
- Nicolson, D. I Ayers, H. (2002). *Problemas de la adolescència: Guía práctica para el profesorado y la familia*. Madrid: Narcea.
- Oxford English Dictionary (1989). *Fanatic*. Oxford: Oxford University Press.
- Oxford Latin Dictionary (2012). *Fanus*. Oxford: Oxford University Press.
- Pindado, J. (2005). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 21(11), 11-22. Recuperat de <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/Los-medios-de-comunicacin-y-la-construccin-de-la-identidad-adolescente/290>
- Plaza, J. (2005). La influencia socializadora de los ídolos juveniles. Los famosos de las revistas femenines para adolescentes. *Familia*, 30, 45-53.

- Raviv, A. et al. (1995). Adolescent idolization of pop singers: causes, expressions, and reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, 25(5), 631-650.
- Rowell, R. (2013). *Fangirl*. Londres: McMillian.
- Solé, J. (2006). Pedagogia i cultures juvenils. *Revista catalana de pedagogia*, 5, 243-257. DOI: 10.2436/20.3007.01.15
- Stever, G. S. (1994). Para-social attachments: Motivational antecedents. Recuperat de https://www.researchgate.net/publication/34973158_Para-social_attachments_Motivational_antecedents
- Stever, G. S. (2009). Parasocial and Social Interaction with Celebrities: Classification of Media Fans. *Journal of Media Psychology*, 14(1).
- Stever, G. S. (2010). Fan behavior and lifespan development theory: explaining parasocial and social attachment to celebrities. *Journal of Adult Development*, 18(1), 1-7.
- Stever, G. S. (2011). Celebrity worship: Critiquing a construct. *Journal of applied social psychology*, 41(6), 1356-1370.
- Stever, G. S. (2013). Twitter as a way for celebrities to communicate with fans: Implications for the study of parasocial interaction. *North American Journal of Psychology*, 15(2), 339-354. Recuperat de https://www.researchgate.net/publication/263257850_Twitter_as_a_Way_for_Celebrities_to_Communicate_with_Fans_Implications_for_the_Study_of_Parasocial_Interaction
- Subires, M. P. i Vera M. T. (2012). Cinéfilos del siglo XXI: De receptores, aficionados, fans y otros roles en la era de la web 2.0. *Revista ICONO*, 1(14), 8-24.
- Tey, A. (2012). Emociones, sentimientos y valores en la adolescència. Dins Martínez, M. (Ed.), *Adolescencia, aprendizaje y personalidad: Problemas y soluciones en la educación secundaria* (141-164). Barcelona: Sello Editorial.
- Théberge, P. (2005). Everyday fandom: Fan Clubs, Blogging, and the quotidian rhythms of the Internet. *Canadian Journal of Communication*, 30, 485-502.
- Thompson, J. B. (1997). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.

UNESCO (2015). *About the Youth Programme*. Recuperat de <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/about-youth/>

Waterman, A. S. (1985). Identity in the context of adolescent psychology. Dins E. L. Grigorenko (Ed.), *New Directions for Child and Adolescent Development* (pp. 5-24). New York: Wiley & Sons.

World Health Organization (2015). *Maternal, newborn, child and adolescent Health: Adolescent development*. Recuperat de http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/en/

Yuliawati, L. (2013). The teenagers' lifestyle of popular culture fans. Dins Mandal, P. (Ed.), *Proceedings of the international conference on managing the asian century* (285-292). Singapur: Springer. DOI: 10.1007/978-981-4560-610_32

GLOSSARI

A

Administrador/a d'una pàgina: La persona encarregada de fer funcionar i actualitzar una pàgina web. Pot haver-hi més d'un/a administrador/a per a facilitar i agilitzar la feina. També es fa servir aquest nom per a les persones encarregades de fer funcionar i actualitzar comptes de club

B

Belieber: Nom del *fandom* i dels fans del cantant Justin Bieber.

D

Directioner boy: Nom que es dóna als fans del grup One Direction del gènere masculí.

Directioner: Nom del *fandom* i dels fans del grup de música One Direction.

F

Fan: Persona que segueix o admira a algun celebritat o algun material cultural.

Fanbase: Sinònim de *fandom*.

Fandom: Concepte que s'utilitza, principalment, per a parlar de tots els fans d'una determinada cosa o persona i engloba tant a gent a títol individual com a clubs de fans. També es fa servir, en molta menor mesura, per a referir-se al fenomen fan en general.

Fanfiction o fanfic o fic: Traduït literalment com a “ficció de fans” és un concepte que es fa servir per a referir-se a històries de ficció escrites per fans, en les quals es fan servir els personatges, les situacions o els espais de la història original però se'n crea una de nova, que pot ser una història paral·lela, una *flash-back*, una història

totalment nova... A vegades també es fan servir personatges secundaris sobre els quals se'n saben poques coses i se'n creen històries. També sovint es fan *fanfictions* sobre la vida de les celebritats, es recreen situacions, s'inventen històries, entre d'altres coses.

G

Groupies: Persona que busca establir relacions, generalment sexuals, amb algun personatge famós, sobretot músics.

I

Indie: Estil de música, o cultura derivada d'aquest estil de música, que va sorgir als anys vuitanta gràcies a la música que és anomenada independent. És un gènere musical molt ampli.

Internet Best Friend (IBF): Terme utilitzat pels i les adolescents i joves per a fer referència al millor amic o amiga que han fet via Internet.

K

K-pop: És l'abreviatura de *Korean Popular Music* (música popular coreana) i és un gènere musical que inclou diferents estils musicals però que tenen a veure amb la música popular de Corea del Sud.

M

Mendes Army: Nom del *fandom* i dels fans del cantant Shawn Mendes.

P

Potterhead: Nom del *fandom* i dels fans de la saga Harry Potter.

S

5 SOS Family: Nom del *fandom* i dels fans del grup de música 5 Seconds Of Summer.

Swiftie: Nom del *fandom* i dels fans de la cantant Taylor Swift.

T

Tributo: Nom del *fandom* i dels fans de la saga Els Jocs de la Fam.

V

Vampette: Nom del *fandom* i dels fans del grup de música The Vamps.

Y

Youtuber: Persona que es dedica a penjar regularment vídeos a Youtube i que es fa coneguda entre els internautes.

ANNEXOS

1. ANNEX 1 – QÜESTIONARI

TEENAGE FANDOM: La influència del fenomen fan en la cerca d'identitat durant l'adolescència

Sóc una alumna de pedagogia i estic fent un treball sobre la influència del fenomen fan en la cerca d'identitat durant l'adolescència.

Aquest formulari està pensat com a instrument de tria de casos, és per això que no és de caràcter anònim i demana alguna dada personal. No és anònim perquè, en funció de les respostes rebudes, em posaré en contacte amb algunes de les persones que heu contestat per tal de demanar-vos alguna nova informació o si us semblaria bé que us poguéssiu entrevistar. Al marge d'això, no faré cap altre ús de les dades personals i preservaré l'anonimat de totes les persones que responguin a aquest qüestionari.

*Obligatorio

Nom: *

Tu respuesta

Cognoms:

Tu respuesta

Telèfon o correu electrònic: *

Tu respuesta

Edat: *

Elige ▼

Gènere *

Elige ▼

1. Digues de quin o quins fandoms et consideres part o has format part en un passat (poden ser fandoms de grups música, cantants, llibres, actors...): *

Tu respuesta

2. Quin dels fandoms que has nomenat anteriorment consideres que forma part del fenomen fan adolescent? Per què? *

Tu respuesta

3. Si has nomenat diversos fandoms a la pregunta 1, ordena per ordre de major a menor importància els quatre més importants per a tu. *

Tu respuesta

4. Què creus que t'aporta com a persona formar part o haver format part d'aquests fandoms? *

Tu respuesta

5. Creus que formar part d'aquests fandoms t'ajuda o t'ha ajudat a formar parts de la teva identitat? Per què? En quines coses t'ajuda o t'ha ajudat? *

Tu respuesta

6. Si has contestat que "sí" a l'anterior pregunta, digues si creus que els adults (pares/mares, professors, etc.) comprenen suficientment tot el que comporta i aporta formar part d'un fandom i per què.

Tu respuesta

7. T'agradaria que la societat tingués més coneixements sobre què és un fandom? Per què? *

Tu respuesta

8. Estaries disposat/da a ser entrevistat per conèixer més a fons què n'opines d'aquest tema? *

Sí

No

9. El treball que estic fent és sobre el fenomen fan i la importància d'aquest durant l'adolescència pel que fa a la cerca d'identitat. Qualsevol comentari, suggeriment o observació que em vulguis fer al respecte em serà de molta utilitat. Moltes gràcies!

Tu respuesta

ENVIAR

100%: has terminado.

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

2. ANNEX 2 – MODEL D'EXEMPLE D'ENTREVISTA TRANSCRITA, CAS 1

E: ¡Buenas tardes! Es una suerte tenerte aquí. Primero quería recordarte que esta es una entrevista para un Trabajo de Final de Grado. Se podrán hacer servir citas textuales o se analizaran cosas que digas, pero será anónimo y solo se dará a conocer tu sexo y edad.

Cas 1: Vale, no hay problema.

E: Para empezar un poco me gustaría saber de qué *fandoms* formas parte...

Cas 1: Bueno pues... No tengo que decir el nombre y la edad, ¿no?

E: No, no.

Cas 1: Vale, pues... Ufff tengo tantos. A ver, pues... Formo parte del *fandom* de One Direction sobretodo, porque es en el que estoy más metida. Aunque ahora lo he dejado un poco más de lado lo del Twitter...

E: “¿Lo del Twitter...?”

Cas 1: Sí. O sea... Pues des del principio estaba ahí en el Twitter, donde me enteraba de las cosas, donde comentaba con la gente y eso. Y luego ya me fui a Tumblr en donde estaba más metida que en Twitter porque, no sé, me gustó más. La gente no era tan... No tenían tanto prejuicios creo yo. Y bueno... pues... soy del *fandom*.

E: Me has hablas de Twitter... Entiendo que tú haces servir Twitter para poder...

Cas 1: Sí, para poderme relacionarme con la gente que le gusta lo mismo que yo, básicamente. Entonces yo creo que, en Twitter, también está bien porque como puedes seguir a diferentes personas y una misma persona puede ser de dos *fandoms* diferentes o de varios y entonces como que hay más diversidad. Pero a la vez, obviamente, hay más gente, gente con opiniones diferentes y... A veces puede ser un poco caótico y... eso. Te puedes como enfadar con la gente. Bueno, pues aparte del de One Direction, soy del Taylor Swift, aunque he de decir que me considero más de One Direction porque conozco a más gente, creo que es una cosa importante en los *fandoms*, y de Taylor Swift pues la verdad es que conozco a mis amigas, que son las normales que les gusta, pero que he conocido de antes, no porque les guste Taylor Swfit. Y... qué más...

E: ¿Eres parte de algún otro *fandom*?

Cas 1: Eh... Sí, de Exo. Aunque he de decirte que hace poco pero sí porque ya he conocido a gente y los sigo, me gusta enterarme de lo que hacen, las galas a las que van, los premios que ganan y eso, las canciones que sacan...

E: Y, a parte de formar parte de *fandoms* que tengan relación con la música, ¿eres de algún otro *fandom* del fenómeno fan de fuera de la música?

Cas 1: Sí. Me gusta... Yo diría que la más importante de todos Harry Potter. Aunque es eso, que no estoy muy metida porque no conozco a nadie directamente y voy como muy a mi rollo, me veo las películas y soy muy fan y eso pero no estoy metida socialmente de lleno que digamos, ¿no?

E: Por qué, por ejemplo, Harry Potter, ahora mismo ya no se consideraría parte de lo que se entiende por fenómeno fan, pero en su época...

Cas 1: No claro, en su época si se consideraría parte del fenómeno fan. Porque en su época cuando salió pues había y yo leía *fanfictions*, que son historias como si fueran el libro pero escritas por fans donde es un universo alterno y eso...

E: Y, ¿cuándo tú crees que empiezas a formar parte de un *fandom* en el fenómeno fan?

Cas 1: Yo creo que... Complicado...

E: ¿Tiene más que ver con si te relacionas con mucha gente o poca, con sentimientos que tienes, con que te guste mucho ese artista o ese libro...?

Cas 1: Yo creo que es todo como una mezcla de cosas. Que te guste mucho el grupo o la historia y que también estés a lo mejor en alguna parte de tu vida en la que no sales tanto, que estás más perdido o lo mejor te ha pasado algo, o no tienes tantas cosas que hacer y como que te vuelcas en eso y buscas como una vía de escape de esa manera. No es que la busques pero al final es tu vía de escape. Entonces yo creo que para meterte de lleno en un *fandom* del fenómeno fan se tiene que dar una serie de cosas que hagan que te metas, pues eso, no tener a lo mejor tanta vida social, que te guste mucho, que hagas amigas y que tengas unos ciertos sentimientos, que no solamente te guste la música o la historia de la película o de la saga, sino que sus personajes te gusten o los cantantes... ¿Qué más...? Pues eso.

E: Hablas de cuando estás más solo o aislado... Hay personas que, visto desde fuera, a veces parece como que se ve que sois personas que no os relacionáis, que estáis todo el día en Internet y así... No sé si esto realmente es así o son casos aislados...

Cas 1: Sí, yo creo que son casos aislados, que no es tan exagerado porque a lo mejor eh... Quiero decir, si una persona no sabe relacionarse, no se le da bien y no tiene esas habilidades, tampoco debería porque relacionarse con gente por Internet, ¿no? Porque, al fin y al cabo, por Internet tienes conversaciones, incluso, la mayoría de la gente, suele quedar con las personas a las que conoce en persona... Entonces, yo creo que se trata más de, que a lo mejor no se sienten bien con la gente que hay a su alrededor, igual están en un colegio en el que no tienen amigos o no tienen los mismos gustos que los demás y por eso tienen que buscar amistades y gente con las que tengan cosas en común en otros sitios.

E: Entonces, ¿crees que Internet lo que hace es ayudarles a poder conectar con personas con los mismos gustos y así y que por eso dentro de los *fandoms* se utiliza mucho el recurso de Internet?

Cas 1: Sí, yo creo que sí, principalmente se usa para eso.

E: ¿Podrías decirme si hay personas a las que consideras amigos muy cercanos tuyos que hayas conocido a través del *fandom*?

Cas 1: Sí, sí, sí sí, bastantes.

E: Y a estas personas, ¿les has conocido solo por Internet o a algunos les has conocido en otros momentos, como en conciertos...?

Cas 1: Bueno, no solamente puedes conocer personas del *fandom* en Internet, sino si vas a un concierto, a ver una película en concreto, o si vas a ver una película del concierto del grupo... Es otro sitio donde puedes conocer a gente, no solamente es Internet y así... O sea, que no solamente te contactas con ellos por Internet, también les puedes conocer en otros sitios.

E: Está claro, puedes hacer amigos casi en cualquier parte... Y respecto a todos estos amigos, lo que más os une, ¿crees que es el hecho de que os guste esto o es algo más sentimental relacionado con que ambos tenéis ese mismo sentimiento y entonces conectáis? Es simplemente el hecho de que te guste el grupo o la historia...

Cas 1: No que va, no es solamente que te guste el grupo. No. Es que la persona normalmente se parece a ti no solo en gustos, sino que pensáis lo mismo en muchas cosas o conectáis... Como cualquier amistad. Porque a ver, des de mi punto de vista, yo he conocido a gente que le gustaba lo mismo que yo con la que no me he llevado bien o la amistad no ha cuajado porque no piensas lo mismo, tienes ideas muy diferentes, no tienes los mismos sentimientos... y que no siempre te tienes que llevar bien con una persona solo porque os guste lo mismo.

E: Entiendo... Sí, como con cualquier amigo que puedas hacer sea de un *fandom* o no.

Cas 1: Sí, eso.

E: Cuéntame un poco, estas personas que has conocido a través del *fandom* de estos fenómenos fans ¿son importantes para ti? Dime algún ejemplo de alguien, de cómo le conociste, online, en conciertos, quedadas...

Cas 1: Yo, la verdad, creo que la mayoría de gente que más aprecio la he conocido online. He conocido también a gente en colas o demás pero no han significado lo mismo para mí que los demás, no sé por qué, no sé decirte la razón, pero ha sido así. Y... son... la verdad es que son bastante importantes, porque hay ciertas personas que conocí al principio del *fandom*, cuando era del *fandom* del fenómeno fan de los Jonas Brothers, aunque ya no se le puede considerar, porque ya no es como un fenómeno porque ya ni si quiera están juntos... Pero, en esa época conocí mucha gente con la que todavía me relaciono y que, además, han pertenecido a los siguientes *fandoms* a los que he pertenecido, como pueden ser One Direction, y siguen siendo parte de mi vida y la verdad es que les considero amigos cercanos como los que tengo yo en mi día a día.

E: Si alguien que conociste a través del *fandom* y es tu amigo deja de formar parte del *fandom* o no evoluciona de la misma manera que tú en cuanto a pasar a otros *fandoms*... ¿Tú crees que la amistad se acaba o es una cosa que se puede consolidar tanto que aunque os deje de gustar eso o a ti te guste One Direction y a esa persona no igualmente podéis mantener esa amistad?

Cas 1: Hombre yo creo que es una parte importante, ¿no? Pero eso no quiere decir que pierdas para nada la relación, lo que pasa que creo que entonces te tienen que unir una serie de cosas y haber vivido una serie de experiencias con esa persona para no perder la amistad, fuera del *fandom*, quiero decir, que podáis ir a sitios, que sepa de tu vida, que habléis de otras cosas...

E: Piensas que estos amigos tuyos que hiciste a través del *fandom*, ¿te han influenciado en diferentes momentos o en cosas? A veces no sabes nada del mundo, de culturas, de ideas... Hasta que tu familia o amigos más cercanos te empiezan a hablar de ello o surgen debates o ideas... ¿Crees que con estos amigos que haces en el *fandom* esto también pasa? Porque da la sensación como que normalmente solo habláis de cosas del *fandom* entonces yo me pregunto si también pasa esto, porque son tus amigos pero como diferentes de tus amigos que podamos decir “del pueblo”.

Cas 1: Yo creo que sí que te puede influenciar, sin duda. Porque puedes conocer a una persona del *fandom* que, aunque te guste lo mismo que a ella. O sea que te guste el mismo grupo o la misma saga, fuera de eso puede ser una persona totalmente diferente a ti, gustarle cosas muy diferentes y entonces, si te las enseña o habláis de eso pues como que eso te puede ayudar a madurar o cambiar tu punto de vista de algunas

cosas. Como, por ejemplo si conoces a una persona que es mayor que tú te puede enseñar muchas cosas que tú no sabes y entonces tener tú dos puntos de vista...

E: ¿Como por ejemplo...?

Cas 1: Umh... No se ponerte ejemplos ahora...

E: Sobretudo porque, supongo que al momento, cuando esto está pasando, cuando alguien te cuenta sus ideas o ves que actúa diferente a como tú lo harías ante algo, muchas veces tú no eres consciente que estás aprendiendo o te estás empapando de algo nuevo, pero con el tiempo lo ves... Por eso te lo pregunto a ti en especial, que eres una de las personas más mayores a las que voy a entrevistar...

Cas 1: Eh, sí... Pues sí, yo creo que a lo mejor la manera de comportarme en el *fandom* especialmente ha cambiado a mida que he ido evolucionando y yo creo que eso es por la gente que he conocido. Porque a lo mejor ellas no gritaban o no se emocionaban tanto por así decirlo y quizás eso, depende de la persona con la que compartas eso o conozcas, pues te enseña a no estar histérica en según qué momentos o a sí estarlo. Y yo creo que he conocido a gente que me ha hecho calmarme mucho y tranquilizarme y controlar mis emociones y que, por ejemplo, cuando pasaba algo en el *fandom* importante, o que era un drama, pues como la gente que he tenido alrededor mío a mida que he crecido pues han sido muy calmadas pues me tomo las cosas de otra manera. Yo creo que eso es una cosa que me ha influenciado muchísimo...

E: Eso respecto al *fandom* pero... ¿Y dentro de tu vida?

Cas 1: De mi vida... Hombre, pues... Sí, yo creo que sí porque, bueno, por ejemplo... En mi vida han pasado cosas como... como por ejemplo hará un año o así lo dejé con mi novio y yo creo que las personas que tenía a mi alrededor que he conocido en el *fandom* me influenciaron sin yo saberlo a que tomara ciertas decisiones que a lo mejor no hubiese tenido las agallas de hacer porque él, por ejemplo, no entendía este mundo y aunque la relación no se acabó por eso, pero sí fue por una de las cosas... Y los amigos que yo tenía fuera tampoco entendían eso... No entendían que a mí me molestara que a él le molestara que yo estuviera en un *fandom* y yo creo que la gente de mi alrededor aunque no me influenció a que le dejara ni nada, sí que me influenciaron a pensar de una cierta manera y a darme cuenta que no podía ser que él no aceptara eso...

E: Te hicieron ver las cosas más claras...

Cas 1: Exacto.

E: Te han influenciado estas personas en alguna otra cosa... Como por ejemplo en cuanto a conocer países, idiomas, culturas... O son cosas que solo en tu casa te han enseñado, por así decirlo.

Cas 1: Sin duda sí, claro. Pero yo creo que ambas se complementan, yo creo que en mi entorno he aprendido muchas cosas, mi familia es muy abierta y mis amigos también, lo que pasa que quizá el ver que otra gente de fuera pensaba lo mismo quizá si que me ayudó a verlo y a entender que... si ves que a lo mejor en los dos mundos que tienes a tu alrededor piensan más o menos igual pues quizá... no sé...

E: ¿Quizá acabas reforzando más la idea?

Cas 1: Sí, no sé... creo que el *fandom* te ayuda a ver que todo no se acaba en tu ciudad y lo que te rodea, sino que el mundo es mucho más grande, que pasan muchas cosas más fuera y que hay conflictos en otros países que tu a lo mejor no conocías y así...

E: Por lo que dices... Da la sensación como que piensas que el fenómeno fan es algo globalizado, no sé si lo ves así o no, lo parece... ¿Puede que haya fenómenos fans que surjan en un determinado país y se queden ahí o crees que es algo como más global?

Cas 1: Hombre... Yo creo que hoy por hoy es un fenómeno que se caracteriza por ser súper globalizado gracias a Internet, si estás en la otra punta del mundo te puedes enterar de lo que pasa en la otra. Antes a lo mejor sí que era más... un fenómeno en concreto más solo de un país y hombre... Cuando sale un grupo de música en un país supongo que ahí es mucho más importante y que con el paso del tiempo se puede acabar globalizando y convirtiéndose en un verdadero fenómeno fan...

E: ¿Qué crees que va antes...? Quiero decir, para ti, ¿qué crees que es lo más importante en un *fandom*, es el famoso en sí, sus canciones, la historia... o es la gente que conoces a través de esta historia...?

Cas 1: Es la gente.

E: ¿Crees que lo más importante en un *fandom* es la gente?

Cas 1: Sí, yo creo que sí. Sí... La gente es lo más importante. Sí, yo creo que sí. Sí... Bueno, no es que sea lo más importante, sino que es lo que más te llega, lo que

más te influye, lo que más te aporta, aunque a veces no te das cuenta, cuesta de ver. Porque, por ejemplo, Taylor Swift me gusta muchísimo, muchísimo, muchísimo pero como no he llegado a conectar con muchas personas del *fandom* que tiene se ha quedado ahí, es una cosa que me gusta mucho pero no conozco a gente y eso hace que participe menos en el *fandom* a veces, comento menos cosas...

E: Como comentas menos, parece que estés menos metida...

Cas 1: Claro...

E: Y en el caso de las canciones, las historias de los libros, los personajes... ¿También te han aportado cosas o no?

Cas 1: Hombre, lógicamente, el artista también es importante, la manera en la que piensa, sus ideales de cierta manera, aunque no sea por sus canciones o las historias, eso también la manera en que se hace conocer también influye lógicamente claro.

E: Pero parece como que mucha gente piensa que los famosos o las historias que tienen que ver con el fenómeno fan no hablan de cosas que te puedan hacer realmente reflexionar sobre la vida u otros aspectos... ¿Tú cómo lo ves? ¿En qué cosas te ha hecho reflexionar?

Cas 1: Pues... Hombre, te hacen reflexionar sobre, por ejemplo, los derechos de la comunidad LGTB... Es una cosa en que muchos... O sea, que hay mucha gente que a lo mejor no se da cuenta de las problemáticas que tienen o es totalmente ajeno y gracias a muchos artistas estos problemas se han dado a conocer, se hacen reivindicaciones... Y ahora como que mucha más gente, al menos de los *fandoms*, acepta y pide esos derechos gracias a eso, a que muchos artistas lo ponen como una cosa buena, como algo que hace falta en nuestra sociedad, que tengan derechos y así...

E: Pero, por ejemplo, en los medios de comunicación se habla mucho de artistas como, por ejemplo, Justin Bieber y todos los problemas que estos han tenido... Entonces, se hace algo difícil creer que esta persona te puede aportar algo, entre comillas, “bueno”, viendo todo lo “malo” que hace o ha hecho... No sé si de ahí se puede sacar algo...

Cas 1: Yo creo que de un artista puedes sacar cosas buenas y cosas malas, como de cualquier persona. Creo que a los medios de comunicación solo les gusta la parte mala porque es lo de más cotilleo, de lo que más se puede hablar, lo que más vende y lo

más sensacionalista pero lógicamente, por ejemplo, creo que, aunque no soy del *fandom* de Justin Bieber, Justin Bieber tiene cosas muy buenas y ha enseñado y ha influenciado a muchas de sus fans, sobre todo a las que son más jóvenes, creo que les ha ayudado a superar malos momentos o a aprender de sus errores como él ha hecho o intenta hacer, por ejemplo...

E: Hablando de medios de comunicación... Hablemos ahora de, entre comillas, los adultos, por así decirlo. Los adultos, padres, profesores, familiares... o los amigos de tu alrededor, los de tu pueblo que digamos, que no son del *fandom*... He oído a muchos fans del fenómeno fan que dicen que no os entienden, que no entienden este mundo. ¿Tú crees eso?

Cas 1: Sí, sí, creo que todos los que formamos parte de esto nos hemos sentido así alguna vez...

E: ¿Por qué crees que no os entienden? ¿Qué os hace pensar que no lo hacen?

Cas 1: Pues no sé por qué ese rechazo de la gente, porque la verdad es que no lo sé. No se rechazan tanto otras culturas juveniles o otros fenómenos que también incluyen a fans, como el fútbol por ejemplo... Pero yo lo noto en ciertos comentarios o... Por ejemplo, no sé, cuando fui a ver a One Direction de concierto fuera del país, me llevaron al aeropuerto dos amigas mías y, pese de que estaban súper contentas de que fuera de viaje y me llevaron al aeropuerto y todo, cuando se despidieron de mi me dijeron: “Bueno, espero que te lo pases muy bien viendo a ese grupo de mierda”. Claro, eh... Hasta qué punto eso... O sea, que yo vaya a ver un grupo les causa ese rechazo, no sé por qué causa ese rechazo o esa mala visión que yo sea fan de un fenómeno fan, pero lo causa o eso parece muchas veces.

E: Y, ejemplo, fans hay de muchos tipos, en realidad y, es verdad, que parece que los que formáis parte del fenómeno fan son jóvenes o adolescentes, chicas... Pero, ¿crees que estos estereotipos o mala visión es algo que pasa siempre en todos los *fandoms* que forman parte del fenómeno fan o que pasa con todo tipo de fans, de deportes o así?

Cas 1: Yo creo que fans hay de casi todo, de deportes, de películas... Pero, no sé por qué hay más rechazo hacía los grupos o cosas que siguen mayoritariamente chicas o son jóvenes... Supongo que es porque es algo que se ha establecido por los medios, intentan reflejar que siempre son chicas jóvenes, que son muy influenciables, que están

históricas y locas y hacen cualquier cosa, hasta cierto punto que no es saludable... Esa visión quiere dar los medios y es la visión que al final cree la gente.

E: ¿Crees que cuando formas tu identidad, te influye mucho con quien te relaciones o no? ¿Crees que estar dentro de un *fandom* en tu etapa adolescente o joven puede hacer que construyas tu identidad de una manera diferente de cómo lo harías si no formarás parte de eso, si simplemente te comunicaras con tu familia o amigos más cercanos del pueblo o del colegio, universidad...?

Cas 1: Yo creo que sí porque, claro, ves otras... ves gente totalmente diferente a ti que pueden vivir en otros sitios y que te pueden enseñar cosas que seguramente no conocerías si estuvieras en tu casa y hablaras con tu familia y tus amigos más de por aquí... No sé, gente de otros países incluso, puedes aprender otras lenguas de forma mucho más fácil, porque pones más interés, que si las aprendieras en el colegio. Yo aprendí inglés gracias a los *fandoms*, vaya te lo digo así porque cuando iba a secundaria era muy mala y ahora estaba cursando *advance* y eso es por los *fandoms*, vamos.

E: Pero eso también lo puedes aprender viajando a otro país y simplemente hablando con gente. ¿Qué crees que hace realmente que conectes o que te influya formar parte del *fandom* en la identidad? Porque claro, yendo a otro país y hablando con otra persona te pueden enseñar más o menos lo mismo e influenciarte, entonces no sé el porqué de la importancia del *fandom* en esto...

Cas 1: Yo creo que los sentimientos también influyen y el sentirte parte de algo... a que escuches aún más a esas personas, te interesas más porque los dos formamos parte de algo que conocemos y que nos gusta, como si en algo ya nos conociéramos... Porque no sé, si estás en tu casa y tienes amigos y familia pero no haces otra cosa ni vas más allá, pues a lo mejor no acabas de conocer a nadie más o formando parte de otra cosa y estar en un *fandom* hace que te sientas parte de algo, algo más grande, algo casi mundial, que crea una serie de sentimientos que yo creo que son buenos y que te hacen aprender y mejorar como persona. No mejorar pero a lo mejor aprender otras cosas, otros puntos de vista de personas que viven a lo mejor en la otra punta del mundo.

E: Por lo que he leído en las encuestas es como si muchas personas consideraran el *fandom* casi como una especie de familia, como si cuando conocen a una persona y

les dicen: “Yo soy de este *fandom*” Y el otro también pues ya surge amistad o algo. ¿Es así? ¿Qué crees que pasa ahí? ¿Qué surge?

Cas 1: Sí, sí. Pero... eh... No creo que sepa explicarlo con palabras... Creo que son sentimientos, no sé... A mi me pasó el otro día que iba en el metro y vi a una chica que llevaba una chapa del grupo de Exo y me dieron muchas ganas de tocarle la espalda y decirle: “Eh, a mí también me gustan...” Y, no sé, hablar con ella. Es como un sentimiento de... no sé, te sientes cercana a esa persona por algo...

E: Como pasa cuando vas a ver un partido de fútbol y ves a personas de tu equipo...

Cas 1: Sí, eso mismo.

E: ¿Crees que el fenómeno fan es como una cultura juvenil? ¿Qué cada fenómeno fan o *fandom* es como una pequeña tribu? Porque, por ejemplo, siempre ha habido grupos que conforman culturas juveniles, como no sé, los skinheads, se sienten parte de algo... Lo que pasa que es como más urbano. No sé si un *fandom* se podría equiparar un poco a esto pero de forma más global y mucho más amplia...

Cas 1: Quizás sí... Lo que pasa que los *fandoms* no tienen por qué... O sea, en el mismo *fandom* hay personas que piensan de diferentes maneras aunque sienten un sentimiento muy fuerte hacia ello, pero cada persona es muy diferente en sus ideales, de hecho yo creo que todos tenemos ideales. Entonces, yo creo que eso es lo bueno de los *fandoms* en comparación a otras culturas o movimientos urbanos, que todos suelen tener un mismo ideal o unas mismas ideas, y en los *fandoms* del fenómeno fan no.

E: Entonces, según lo que tú dices, justamente lo bueno de los *fandoms* del fenómeno fan es lo que muchas veces se ha criticado, que los *fandoms* eno siguen unas ideas políticas, sociales... La base de las culturas juveniles como las conocemos siempre suelen ser determinadas según la manera de pensar o de entender la sociedad o la vida, en cambio los *fandoms* en este caso parece como que no tienen nada que ver con ideales ni nada parecido. Se considera esto como un problema, como una cultura vacía de ideas, superficial, pero tú destacas justamente como algo bueno esto de no estar unido a ningún ideal social o político en concreto...

Cas 1: Sí, mira... Yo creo que sí es algo bueno, muy bueno. Porque no es que estén vacíos de contenidos, creo que están muy llenos de sentimientos, ideas y de un montón de cosas que... O sea, no están vacíos de política o ideas sociales, yo creo que

cada persona tiene su propia ideología y puedes aprender de las otras personas. Puede que tú tengas una ideología y conozcas a alguien en el *fandom* que piensa totalmente diferente y cuando hablas con ella te das cuenta de esto y puedes reflexionar, o no, que tú idea no era la mejor y que la de esa persona también está muy bien, o no. Entonces, yo creo que la diversidad de esta cultura es buena. Porque vamos, yo no creo que ningún *fandom* del fenómeno fan esté vacío ni de ideologías ni de movimientos sociales, sino que las ideas dentro de este son muy diferentes y no se pueden categorizar o catalogar de alguna manera. No puedes decir este *fandom* es de izquierdas o de derechas, porque hay personas de una y de otra.

E: Es una cultura juvenil nueva, diferente de las que ha habido hasta ahora, mucho más diversa y global y parece que cuesta de entender...

Cas 1: La verdad es que sí. Aún se tiene demasiado la visión antigua de cultura juvenil, de que tiene que ir ligada a un pensamiento político o social o no se... Y pienso que eso está cambiando, al menos en el fenómeno fan y los *fandoms* eso ha cambiado y eso no quiere decir que no sea una cultura juvenil pero es diferente y aún no se ha cambiado esa visión...

E: Cambiando un poco de tema... Alguna vez te has sentido atraída, sexualmente hablando, hacía los cantantes a los que sigues o simplemente es algo más... ¿romántico?

Cas 1: Ja ja... Eh... Yo creo que depende pero yo sí que me he sentido atraída sexualmente hacía algunos de los famosos que sigo, sí... Ja ja ja.

E: Y, ¿hacerlo te ha hecho reflexionar? O sea, cuando eras más joven, porque entiendo que si formaste parte del *fandom* de los Jonas Brothers debiste empezar jovencita a formar parte de esto...

Cas 1: Eh, sí... Creo que tenía 16 o 17 años... Lo que pasa que yo antes ya había sido de un *fandom*, de Busted, y ahí sí que era más pequeña, creo que tenía como 14 o 15 años. Y claro, en esa época, yo tampoco no era tan madura sexualmente, quizá, y sí que lo veía como algo más romántico, del príncipe azul, pero cuando fui creciendo pues... mi visión empezó a cambiar, era algo más... de atracción, ya sabes...

E: ¿Crees que eso te hizo reflexionar alguna vez sobre, por ejemplo, tu sexualidad?

Cas 1: Sí, y creo que me hizo más abierta y no tener tantos tabús, creo yo, no se...

E: También me gustaría preguntarte si crees que si hubiera más estudios o información sobre el tema de los *fandoms* en el fenómeno fan y como os sentís los fans, ¿crees que se acabarían o se reducirían los estereotipos que se tienen? ¿Cómo lo ves? La verdad es que yo, antes de empezar el trabajo, intenté investigar un poco sobre el tema para poder hacer una parte más teórica y la verdad es que encontré relativamente poca información sobre ello, y muchos de los que encontré da la sensación que intentan desacreditar este tipo de grupos... Se han hecho estudios para poder ver cuántas personas que formen parte del fenómeno fan tienen algún tipo de problema patológico, aunque han salido que muy pocas o ninguna, la visión de la sociedad sigue siendo como que sí es patológico... Entonces, no sé si piensas que con más estudios podría darse a conocer toda esta realidad... O si tiene que cambiar la actitud de los fans ante las cámaras para acabar con esto o...

Cas 1: No creo que las adolescentes tengan que cambiar delante de las cámaras, para nada. Es que, yo creo que, por ejemplo, cuando hay un concierto y hay una cola, creo que los medios simplemente se fijan en buscar el estereotipo de fan gritona y loca... y no se fijan en todo lo demás, en todas las demás que están más tranquilas pero que también les hace mucha ilusión y que es su sueño y que están hablando con gente que acaban de conocer. Entonces yo creo que los medios de comunicación quizá deberían, no sé, pues no dar a entender que es una cosa patológica.

E: ¿Crees que se solucionaría mejor hablando con los medios o con estudios de esta cultura juvenil a fondo?

Cas 1: Yo creo que... Las dos cosas, ¿no? Si se investiga más, si se hacen más estudios, si se enseña más, se aprende más sobre ello... Eh... Y después los medios obviamente sacan a relucir esos estudios pues yo creo que todo cambiaría un poco y a lo mejor los padres, o otras personas, entenderían mejor a sus hijos o amigos que es algo importantísimo. Porque los padres tampoco no... No, no lo entienden y si leyeran que se ha estudiado sobre ello y que no es tan raro pues al igual cambiaría un poco la visión.

E: ¿Crees que si los padres o otras personas adultas conocieran más o entendieran mejor este fenómeno ayudaría a los adolescentes de alguna manera?

Cas 1: Yo creo que sí porque no se sentirían tan rechazados por la sociedad, porque hay algunas personas que realmente se sienten mal por pertenecer a alguno de estos *fandoms* porque a veces incluso lo esconden a su familia o a sus amigos de toda la vida: “Ah pues no, no me gusta Justin Bieber”. Y a lo mejor pues le gusta mucho y es su afición del día a día...

Cas 1: Y des de un lado más educativo, ¿crees que a través de tener más información o conocimiento del fenómeno fan, se podría intervenir o ayudar mejor a estos adolescentes?

E: Hombre... Yo creo que sí. Aprender sobre una cosa siempre es bueno y... pues siempre podemos aprender más cosas sobre algo. Y hombre, si un profesor, orientador, psicólogo... Lo que sea, una persona que te está enseñando o intentando ayudar en algo, te entiende y sabe un poco sobre el tema, sobre tus gustos, sin prejuicios, pues te podrá orientar mejor, vaya, que no si piensa que ya se te pasará o “es que estás en esa edad, es normal que estés como un cencerro”... Entonces, si sabe un poco más del tema pues quizá te puede ayudar mejor, te puede decir pues oye esto está mal o tienes que tranquilizarte o puede conseguir que se cree más vinculo porque entiende lo que te gusta y así que la comunicación sea más fácil... Con esto a lo mejor consigues que el adolescente te escuche más o que te pida más consejos o te cuente más sus problemas...

E: Crear vinculo es importante para la confianza y eso siempre ayuda a mejorar las intervenciones educativas o al aprendizaje...

Cas 1: Yo creo que sí... No sé, yo tampoco sé mucho de psicología o educación y eso...

E: No te preocupes, no hace falta...

Cas 1: ¡Ja ja ja!

E: Otra cosa que me gustaría preguntarte es...

Cas 1: Dime, dime.

E: Los amigos o amigas que has hecho en el *fandom* son de tu edad, como pasaría en la vida más cotidiana donde sueles ser amiga de gente más de tu edad, ¿no?

Cas 1: Sí, sí, claro. Porque claro, los conoces en el colegio normalmente o en extraescolares... Y esa gente suele tener más o menos tu edad siempre... Pero bueno,

yo creo que en los *fandoms* realmente puedes conocer a gente de diferentes edades, también depende de lo abierta que seas tú o lo abierta que seas a conocer gente de otras edades... Pero sí, pasa de forma más habitual que en tu vida diaria. Yo creo que en el *fandom* conocí casi todo gente más pequeña que yo y pocos más mayores, quizá porque era muy mayor. Pero sí, creo que ha sido bueno el... el conocer gente que... que fuera a lo mejor más joven que yo porque veía otras opiniones o otros puntos de vista que a lo mejor pues a mi alrededor no tenía porque pues eran todos de mi misma edad.

E: Siguiendo con los amigos fans... ¿Has podido ayudar alguna vez, o que creas que has ayudado, a alguna persona en su plena adolescencia que se siente muy incomprendida por otras personas y que tenía algún problema?

Cas 1: Yo quiero pensar que sí que he ayudado a gente... Porque, es eso, muchas veces he hablado con gente más pequeña que yo que estaba en su adolescencia plena y me explicaba sus problemas y yo pues hablaba con ellas y les decía pues que no pasaba nada, que yo era mayor y estaba bien... Sobretudo les decía eso, cuando se preocupaban por la gente que se metía con ellos por formar parte de un *fandom*, que había que aceptarse y que no era un problema... Entonces, quiero pensar que sí les ayudé en cierta manera, sobre todo a aceptarse más y pasar de los demás...

E: Y en cuanto a problemas que no tengan que ver directamente con el *fandom*, ¿crees que les has podido ayudar mejor que otra persona que no forme parte del *fandom*? ¿Ellos te han pedido ayuda a ti antes que a otra persona cercana? O, ¿tú lo has hecho alguna vez en tu adolescencia? ¿Has buscado ayuda o orientación en personas que eran del *fandom* para problemas que no tenían nada que ver con el *fandom*, antes que en amigos más cercanos de toda la vida o un familiar?

Cas 1: Sí... Muchas veces me han pasado cosas y las he explicado antes a gente que he conocido en el *fandom* antes que a mis amigos del pueblo, no se la razón pero me daba la sensación que me entenderían mejor, que a lo mejor no tendrían tantos prejuicios, ¿no? No me dirían “ua, pues esto lo has hecho fatal” o... No sé. Me sentía como más aceptada.

E: ¿Por qué crees que buscaste ayuda en ellos antes que en los demás? ¿Por esto que dices de que te sentías más aceptada?

Cas 1: Sí, sí, sí, es por eso. Supongo que como que la gente del *fandom* somos diferentes pero todos se aceptan, supongo que tú piensas que esas personas te van a

aceptar y no te van a juzgar ni criticar porque tu no le has criticado des de un principio ni has tenido prejuicios sobre lo que le gustaba. En cambio como la gente más cercana... Da la sensación que tienen más prejuicios, no es que tengan más, pero como muchas veces te han criticado, aunque sea en un tono como de broma, pues a veces no tienes ganas de contarles algo, aunque no sea del *fandom*, porque te da la sensación que también te van a criticar.

E: Pero hay personas fuera del *fandom* que tampoco tienen tantos prejuicios como otras, ¿no? Y personas dentro del *fandom* que sí los tienen, ¿no?

Cas 1: Puede ser, puede ser... No sé. Es que a ver, no sé, yo tengo suerte que en mi círculo de amigos no... Ahora mismo me siento bien y eso, pero sí que puedo entender que otras personas no se sientan a gusto con su alrededor porque son diferentes a ellos y no les entienden, no sé... Hay personas con o sin prejuicios pero gente con prejuicios hacía el fenómeno fan hay mucha entonces, si no te sientes aceptado, pues obviamente irás a preguntar o pedir consejo a gente que te da la sensación que no te va a criticar o, al menos, no te va a criticar por tus aficiones, porque ellos tienen las mismas o parecidas.

E: Pero ahora, eres más mayor y tus amigos también y supongo que veis las cosas diferentes, pero cuando fuiste más adolescente, ¿has sentido alguna vez esta sensación que describes, de sentirte mal con amigos o personas porque te sientes juzgada?

Cas 1: A ver, yo mal mal con el grupo no... Pero sí que muchas veces no me he sentido nada comprendida, lógicamente, era como... sí, me lo paso muy bien pero hay según qué temas que no puedo sacar porque no lo van a entender, me van a cambiar el tema o me van a mirar raro y, entonces, solamente podía recurrir a gente que había conocido en el *fandom*... Pero bueno, sé que mucha gente sí que se ha sentido mal...

E: ¿Conoces casos?

Cas 1: Sí, sí... Conozco casos, pero bueno...

E: Podrías decirme ahora algún ejemplo de cosas que te hayan hecho reflexionar las historias de, por ejemplo, Harry Potter, o las canciones de algún grupo... ¿Qué pasó que esto te llegó tanto como para ahora considerarte parte de ese *fandom*?

Cas 1: Vale... Pues... Yo creo que era porque... Bueno, era muy pequeña, iba a primaria, en el caso de Harry Potter. Pues... a mí me gustaba mucho leer pero... Hum... Me gustaba leer y ya está. Pero cuando me dieron el primer libro de Harry Potter fue como que descubrí un mundo mágico en el que los niños eran más como yo, me podía sentir identificada con ellos porque eran niños de mi edad pero que vivían en un mundo mágico y, entonces, cuando yo leía sus libros, me olvidaba de todo mi alrededor, era todo magia y me podía pasar las tardes leyendo o viendo las películas...

E: Y ahora, que eres más mayor y eres parte del *fandom* de One Direction, ellos o las canciones de ellos ¿qué crees que te han aportado o te aportan?

Cas 1: A mí creo que lo que me aportan son... eh... felicidad porque a lo mejor muchas veces estoy preocupada y veo un vídeo de ellos que están haciendo el tonto y es que inmediatamente sonrías y te olvidas un poco de lo que está en el mundo exterior... Yo creo que eso es lo que más me aporta... Eh... Frescura, el... juventud... El ser... sí, estar contenta y así, no sé. Yo creo que eso y que... no sé, sus canciones lógicamente me gustan y creo que no están vacías como se dice, a lo mejor hay alguna que sí que es más para escuchar cuando estás paseando con el coche y eso, son divertidas, pero hay algunas que te hacen reflexionar... Y que que te gusta escuchar cuando te ha pasado algo y te las pones.

E: Para eso existe la música, por suerte...

Cas 1: Pues sí... ¡Ja ja ja!

E: Si me tuvieras que decir en una palabra un sentimiento o una emoción que te aporta formar parte del *fandom*, del *fandom* en conjunto, ¿cuál sería?

Cas 1: ¡Felicidad! Sí, sí, sí. Porque yo, poniendo en él... Porque si en un concierto estoy viéndolos a ellos, estoy escuchando las canciones, su música, y además estoy rodeada de la gente que he conocido y que ahora son mis amigos pues... Pues yo lo que siento ahí es mucha felicidad... Por eso a lo mejor se grita, ¿no?

E: ¡Ja ja ja! ¡Puede ser! Además parece también como que el *fandom* te hace salir de la rutina, ir más allá de tu pueblo y tu zona de confort, por lo que dices vaya... ¿Crees que también da sensación de libertad? Da la sensación que describes eso a veces... ¿o no?

Cas 1: Sí, sí, eso. Porque claro, muchas veces el cantante, grupo de música o actor no es del mismo sitio que tú y es de otro sitio y la gente del *fandom* no tiene por qué ser solo de donde tú vives y entonces te da mucho sentido de libertad no, conoces gente de otros sitios, eh... Sí, yo creo que sí... De que casi te sientes invencible, ¿no? De que puedes hacer muchas cosas.

E: Invencible, ¿eh?

Cas 1: Sí, no sé... Como que puedes con todo o que puedes hacerlo todo... No sé cómo explicarlo, es algo como un sentimiento...

E: No te preocupes, creo que lo entiendo... Por último, me gustaría preguntarte, ¿te ha hecho reflexionar alguna vez el formar parte de un *fandom*, ya sea por el material cultural, el famoso o los amigos, sobre tu futuro profesional? Porque el futuro profesional es algo esencial en la vida de las personas y en la identidad...

Cas 1: Mmmh...

E: Aunque no hayas llegado aún a ese futuro, o sí, ¿pero alguna vez estar en un *fandom* ha hecho que te plantees que es lo que te gustaría hacer con tu vida?

Cas 1: Sí, sí. El por Harry Potter y también por los *fanfictions* que he leído de los diferentes *fandoms*... Creo que eso me ha dado ganas de escribir y de pensar en llegar a publicar un día algún libro. Sí, yo creo que los *fandoms* me han influido mucho, aunque no lo he conseguido todavía pero sí, es algo que quiero hacer...

E: ¡Espero que lo consigas! Yo no te voy a hacer más preguntas... No sé si quieres decir algo más...

Cas 1: Pues... no sé, es que se pueden decir tantas cosas... Pero la verdad creo que me lo has sacado casi todo, ¡ja ja ja! Que a gusto me he quedado...

E: ¡Me alegro entonces! ¡Pues muchas gracias por haber querido formar parte de eso!

Cas 1: ¡De nada! ¡Ya me dejarás leer el trabajo!

E: ¡Claro! ¡Gracias!

CONTRAPORTADA

En aquest treball s'intenta conèixer com el fet de participar del fenomen fan adolescent pot influir alguns adolescents i joves en la cerca de la seva identitat i de quina manera això els ajuda amb aquesta turbulenta etapa i en la seva transició cap a l'edat adulta. Tot això amb el propòsit de proporcionar una base teòrica que ajudi a familiars, educadors o altres adults que es relacionen o puguin relacionar amb fans per entendre'ls millor. A través d'aquesta coneixença s'haurien de fer millors intervencions, programes, projectes o accions que s'allunyin dels prejudicis imposats a aquesta cultura juvenil, la qual pot arribar a aportar molts elements als nois i noies en els seus processos de maduració i cerca d'identitat.

Descriptors: **Identitat, Adolescència, Joventut, Cultura Juvenil, Fans.**