

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES CULTURALES -MUSEO**



**FEMINISMO GEEK. CONSUMO CULTURAL Y
REPRESENTACIONES EN TORNO A SUPERHEROÍNAS EN
AUDIOVISUALES LIVE ACTION**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

PRESENTA:

AYLA HUERTA MIRANDA

DIRECCIÓN

DR. CÉSAR ENRIQUE JIMÉNEZ YAÑEZ

MEXICALI, BAJA CALIFORNIA, ENERO 2024

[Agradecimientos]

A mi director, César Enrique Jiménez Yañez por sus recomendaciones, confianza y apoyo durante esta investigación. Su guía me permitió ver más allá de lo evidente.

A Susana Gutiérrez Portillo y Marco Antonio González Pérez, por sus comentarios, cuestionamientos, reflexiones y sugerencias. Al doctor Mario Magaña Mancillas por su lectura exhaustiva y ayuda con el formato de este trabajo escrito.

A todo el cuerpo académico y administrativo del Instituto de Investigaciones Culturales de la Universidad Autónoma de Baja California por su disposición, atención y orientación en todo tipo de requerimientos.

Al equipo de Fuera de Foco por gestionar y hacer posible mi conversación con Gaby Meza, a Gaby Meza por aceptar platicar conmigo. A todas las mujeres dentro de Justice Girls que continúan resistiendo los discursos misóginos y ataques de personas que se sienten amenazados por mujeres geeks, fanáticas y feministas. A todas y todos quienes llenaron mi cuestionario. A todas las personas, amistades, compañeras y compañeros que me han acompañado de una u otra forma en este viaje geográficamente multisituado.

Al programa de Becas Nacionales del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías. Así como a quienes contribuyen con sus impuestos a financiar esos apoyos.

A mi familia por su apoyo

A Sen, Harris, Lucy, Tomás y Gris por su ánimo y cariño

Contenido

Introducción	5
Capítulo 1	18
Superhéroes, un producto muy contextualizado	18
1.1 De la adversidad surgen los (súper) héroes	19
1.2 Superhéroes vs. la autoridad	24
1.3 Oportunidades dentro de la crisis: diversidad racial y disidencia sexual.....	27
1.4 Censura y reestructuración en Hollywood, los superhéroes entran a pantalla	31
1.5 Siglo XXI. El resurgimiento de los superhéroes en pantalla.....	35
1.5.1 9/11. El tiempo de Marvel	36
1.5.2 #Metoo. Supergirl vs. Trump.....	37
1.6 La industria de los superhéroes	44
Capítulo 2	51
Superheroínas. Representaciones y estereotipos de género	51
2.1 Superhéroes y superheroínas vs. Estereotipos de género	52
2.2 Wonder Woman. De la Tercera Ola al Postfeminismo.....	55
2.3 Tropos y sexualización de superheroínas.....	62
2.4 Cambios representacionales y narrativos. De la sexualización a la acción	64
2.4.1 De Ms. a Capitana	64
2.4.2 La inteligente e irónica She-Hulk	67
Capítulo 3	72
Los Geeks y su universo	72
3.1 Cultura geek. De <i>outsiders</i> a <i>mainstream</i>	73
3.2 Masculinidad Geek. Dinámicas tóxicas dentro de los <i>fandoms</i>	78
3.3 De la Masculinidad Geek al Feminismo Geek	83
Capítulo 4	95
Plan metodológico. De los Fan Studies al Feminismo Geek	95
4.1 Estudios cinematográficos, audiencia acrítica	96

4.2 Los estudios de la cultura desde Latinoamérica. Consumo de bienes culturales	97
4.2.1 Estrategias de valoración simbólica	100
4.2.2 Visiones de consumo de bienes culturales	103
4.2.3 Estrategias de solución de conflictos	103
4.3 <i>Fan Studies</i> . La figura del aca-fan	105
4.3.1 La dualidad entre el aca-fan y el fan-scholar	106
4.3.2 Investigaciones de aca-fans.....	109
4.4 Feminismo Geek. Epistemología y propuesta metodológica.	110
Capítulo 5.....	120
Feminismo y masculinidad geek en el fandom hispanohablante de Marvel y consumo de bienes culturales protagonizados por superheroínas	120
5.1 Venciendo al algoritmo.....	124
5.2 ¿Eres geek?.....	126
5.4 Feminismo geek. Estrategias para contrarrestar el discurso hegemónico	129
5.5 Conflictos discursivos y valoraciones simbólicas en torno a representaciones de superheroínas	135
5.5.1 Simpatías políticas en el <i>fandom</i>	144
5.5.2 ¿Superheroínas feministas?	148
5.6 Visiones de consumo y figuras legitimadoras	149
5.7 Patrones de consumo e identificación basada en el género. Consideraciones finales	152
Conclusiones.....	162
Referencias bibliográficas.....	170

Introducción

“Nunca tendrás las condiciones adecuadas para escribir”, las palabras del doctor Fernando Vizcarra se clavaron en mi mente. Me encontraba a miles de kilómetros de mi país, con las botas llenas de lodo y una fría brisa mojaba mi rostro, iba camino a la biblioteca de la estación de trenes de Nijmegen y esas palabras resonaban en mi cabeza. Me encontraba en Países Bajos en una corta estancia académica y las condiciones sin duda no eran las idóneas para pensar, analizar, reflexionar y escribir. No obstante, no podía quedarme sin hacer nada, debía al menos terminar de leer el material que Anne me había otorgado.

En su texto, Anne Kustritz (2015) reflexiona sobre su fanatismo y las dificultades que implican para un académico considerarse como fan de lo que estudia, su forma de abordar el tema en nuestras conversaciones me hizo reflexionar sobre mi feminismo y mi relación con ese movimiento social y por qué, al igual que a ella le fue difícil identificarse como fan, a mí me resultaba complicado asumirme como feminista y la importancia de reflexionar sobre ello debido a la investigación que estaba realizando, la que presento en estos párrafos.

Fue en este viaje donde también encontré el trabajo de Paul B. Preciado y con él simpatiqué, sobre todo con sus reflexiones en torno al Régimen de la Diferencia Sexual. En su conferencia, convertida a texto, Preciado (2020) cuestiona a los asistentes sobre la complicidad de la psicología con el Régimen de la Diferencia Sexual sin saber o ignorar que practicar la psicología basándose en postulados teóricos surgidos del régimen heteronormativo lleva a la jerarquización de los cuerpos y a la sobrevalorización de las experiencias de unos por encima de las de otros y otras. Sus reflexiones me llevaron a ver los estudios realizados sobre las representaciones de superheroínas que hasta entonces había leído como

investigaciones cómplices a ese régimen de la diferencia, cómplices por reproducir los estereotipos de género que estudian y cómplices por reforzarlos en sus investigaciones. En esa postura me encontraba cuando comencé a ver la serie de Prime Video titulada *The Power* (2023) y comprendí que el Régimen de la Diferencia Sexual tiene un peso real en la forma en la que vemos el mundo y en los productos que creamos a partir de él y que mi demanda para dejar de ver el mundo a través de él no iba a hacer que esos productos y esas realidades dejaran de existir. *The Power* y demás productos culturales, de ficción o no ficción, que dan cuenta de la violencia ejercida contra las mujeres hablan de realidades y experiencias que trascienden fronteras y que deben ser estudiadas. Esta serie también me hizo darme cuenta de que a pesar de considerarme una persona no binaria, me identifico en gran medida con algunas de las experiencias que viven las mujeres que protagonizan la serie. Mi experiencia, mi identidad está atravesada por el género con el que me perciben, por supuesto.

De las reflexiones surgidas por la lectura de Preciado, *The Power* y los textos de Anne, llegué al siguiente posicionamiento, mismo que está en constante construcción: yo no busco una salida de la diferencia sexual al igual que Preciado. Mi no binarismo es más un posicionamiento político, es una protesta frente al régimen de la diferencia sexual, un cuestionamiento dirigido a las estructuras que tanto daño han hecho a mujeres y hombres. El reconocimiento por la existencia de un sistema político, económico y cultural que violenta la vida de las mujeres y demás seres sintientes, hace que mi feminismo sea antiespecista. Por último, mi feminismo también es *geek*. Este trabajo es evidencia de ello.

Ahora bien, mi interés por estudiar audiovisuales de superhéroes no inició en esa estancia y esta investigación no es producto de aquellas reflexiones que realicé

en la amigable biblioteca de Nijmegen. En realidad mi vínculo con los audiovisuales de superhéroes no es exclusiva ni limitante de este género, de hecho adoro el trabajo de H.P Lovecraft, disfruto de las películas de terror y de ciencia ficción, escucho *doom* metal y bebo grandes cantidades de café. En realidad el producto que me hizo reflexionar sobre mi fanatismo fue *Game of Thrones* (2011-2019), fue debido a esta serie que me reconocí como fan, me sentí parte de un grupo de personas que nos juntábamos en distintas partes del mundo a presenciar las dinámicas de poder entre los siete reinos de *Westeros*.

Ver los capítulos cada semana era todo un acontecimiento familiar, de modo que llegar al final de la serie fue un golpe duro. El dolor de ver cómo algo tan valioso ypreciado terminaba de manera tan terrible me impulsó a buscar a alguien que comprendiera mi decepción. Así llegué a varios canales de *YouTube* y cuentas de *Twitter*¹ angloparlantes, en donde comprobé que mi opinión era compartida: HBO había arruinado una de sus mejores producciones y estábamos dolidos y furiosos. Fue en estos espacios donde me percaté que la crítica realizada hacia estos productos culturales no era exclusiva de una serie o un género cinematográfico, se criticaba todo: desde *Game of Thrones*, *Doctor Who*, *Star Trek*, *Star Wars* e infinidad de superhéroes. Advertí el creciente descontento por la aparición de personajes que rompían con los estereotipos de cómo debía verse un protagonista, un superhéroe o un cazafantasmas. El debate vertido en esos espacios ganó mi atención, las discusiones entre fans giraban en torno a la feminidad de las superheroínas, la supuesta inclusión forzada de personajes gays en audiovisuales de superhéroes y la agenda “progre” de Hollywood, por nombrar algunos.

¹ Cuando esta investigación ya estaba en curso la plataforma aún se llamaba Twitter, actualmente ha cambiado su nombre a X. He decidido mantener el antiguo nombre de la plataforma.

Esas observaciones motivaron mi estudio por estos productos culturales, de ahí surgió el estudio que realicé en licenciatura. En ese entonces yo y mi actual pareja, estábamos meditando sobre realizar una tesis conjunta y obtener, por fin, nuestro título universitario. Como estudiantes de comunicación, el debate en torno a estos productos culturales motivó la investigación que giró en torno a la presencia de personajes pertenecientes a la diversidad sexual en una variedad de audiovisuales de superhéroes. Nos centramos en este tema ya que en aquel momento los audiovisuales de este género contaban con la presencia de varios personajes que salían de la heteronormatividad, entre ellos: Valquiria de la película *Thor: Ragnarok* (2017), Nia Nal y Alex Danvers, de la serie *Supergirl* (2015-2021); Negasonic Teenage Warhead y Yukio, ambas de la película *Deadpool 2* (2018); y Oswald Cobblepot, Barbara Kean y Tabitha Galavan de la serie televisiva *Gotham* (2015).

La investigación desarrollada en ese tiempo se relaciona hasta cierto punto con la contenida en las siguientes páginas, más allá de que ambas toman como objeto de estudio los audiovisuales de superhéroes, un tema en común es la audiencia de estos productos y su opinión, capturada en entrevistas y comentarios en espacios digitales, sobre las nuevas representaciones, en el caso del presente trabajo, de superheroínas. La elección por estudiar superheroínas se debe a la cantidad de películas y series del género que tienen de protagonista a una mujer, motivo que ha hecho que el *fandom*² vertido en redes sociales esté lleno de debates sobre el feminismo encarnado en esos personajes, su utilidad en la narrativa y su incorporación a este género debido a motivos políticos.

² La palabra *fandom* es un anglicismo y hace referencia a la contracción producto de la unión de “*fanatic kingdom*”, que puede traducirse como reino del fanático. De forma que *fandom* se puede entender como una colectividad de individuos que comparten un gusto y consumo en común por un producto de la industria cultural.

El constante lanzamiento de audiovisuales de este género hace que su *fandom* se mantenga siempre activo, al tanto de los posters promocionales, el nuevo tráiler de la próxima película, el casting, las opiniones de los directores y lo que otros directores dicen sobre este tipo de películas. A partir del año 2015 ha habido un incremento en producciones televisivas y cinematográficas protagonizadas por superheroínas. En el ámbito cinematográfico se han estrenado más de ocho películas: *Escuadrón Suicida* (2016) protagonizada por un grupo de villanos, dentro de los cuales destaca el icónico personaje de Harley Quinn; *La Mujer Maravilla* (2017), *Captain Marvel* (2019); *La Mujer Maravilla 1984* (2020), *Aves de presa y la fantabulosa emancipación de una Harley Quinn* (2020), *El Escuadrón Suicida* (2021), otra vez con la presencia de Harley Quinn, *Viuda Negra* (2021). *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (2022), *Black Panther: Wakanda Forever* (2023), donde la hermana del difunto rey T'Challa, Shuri, se vuelve la nueva Pantera Negra y *The Marvels* (2023), la más reciente producción de Marvel, con cuatro personajes femeninos en papeles protagónicos.

En el formato televisivo cada vez es menos excepcional la presencia de mujeres como protagonistas, de hecho su visibilidad en este formato es mayor que en producciones cinematográficas. Por ejemplo, destacan las series de personajes de Marvel Cómics como *Agente Carter* (2015) y *Jessica Jones* (2015); mientras que DC sacó *Supergirl* (2015-2021) a la cual le dieron seis temporadas. *WandaVision* (2021), *Hawkeye* (2021), *Ms Marvel* (2022) y *She-Hulk, attorney at law* (2022), son las últimas producciones protagonizadas y coprotagonizadas por personajes femeninos surgidos de las páginas de Marvel Comics. Como punto de comparación quiero agregar que en la primera década del siglo XXI únicamente se realizaron dos películas protagonizadas por mujeres: *Catwoman* (2004) y *Elektra* (2005), ambas

calificadas como malas, “podridas”, de acuerdo al sitio web dedicado a la evaluación, información y noticias de películas *Rotten Tomatoes*.

Al incremento de producciones cinematográficas y televisivas protagonizadas por superheroínas cabe añadir que la representación de las mismas en estos nuevos productos está cambiando, es decir no sólo se trata un cambio en la cantidad sino también en la forma de ser representadas. Las superheroínas están pasando de ser la *femme fatale*, acompañante, novia o esposa del protagonista para convertirse en el centro y detonante de la acción. A este cambio representacional vale agregar que las productoras y los medios de comunicación gustan de publicitar estas recientes producciones protagonizadas por superheroínas, con títulos como: *Why Wonder Woman is a masterpiece of subversive feminism* (Williams, 2017) y *'Captain Marvel's' Real Origin story is feminist AF* (Goodman, 2019). Debido a estos encabezados han surgido investigaciones que abordan el tipo de feminismo presente en estos audiovisuales, estudios cuyos principales objetivos son identificar qué clase de ideas feministas están plasmadas en esos audiovisuales, qué elementos dentro de ellas hacen referencia al feminismo y qué tipo de acciones empoderan a las protagonistas. Estos estudios (Gablaski, 2020; Grimaldi y Guadalupe, 2021; Rodríguez, 2019), cuestionan si en realidad estas películas rompen con los estereotipos y normas de género, y de qué manera lo hacen o si por el contrario, su inclusión en este género cinematográfico se trata únicamente de una técnica de mercadeo en la que se intercambia el género de un personaje por aquel que convenga al clima político del momento³.

Para complementar la información que los estudios enfocados a las representaciones de superheroínas han otorgado, es pertinente dirigir la atención a

³ Como lo expongo en el apartado del Primer Capítulo, especialmente al surgimiento de superheroínas y, más evidentemente, en la *Blaxploitation*

quienes consumen estos productos culturales ya que son ellos, los fans quienes generan discursos en torno a estas representaciones catalogadas por feministas, tanto por académicos como por fanáticos, tomando en cuenta que es en el discurso donde se fijan las representaciones sociales. En esa línea el cuestionamiento que motivó esta investigación fue: ¿Cómo es el consumo cultural de las representaciones de las superheroínas, realizado por sus fans, presentes en los audiovisuales de superhéroes? Dirijo la atención a las características feministas que los fans reconocen en esos bienes culturales, si es que identifican alguna, si realizan un consumo intencionalmente feminista y qué tipo de feminismo es ese. Con estos cuestionamientos en mente no dejo de otorgarle atención al contexto en el que estos bienes culturales son producidos y consumidos. En ese sentido, los objetivos que guiaron esta investigación fueron: 1. Describir el consumo cultural de las superheroínas protagonistas de los audiovisuales en *live action*, realizado por los fans de los superhéroes, 2. Analizar la relación entre el consumo y el feminismo de los fans de los superhéroes, 3. Describir los elementos feministas reconocidos por las y los fans presentes en las representaciones femeninas de los audiovisuales de superhéroes y, 4. Determinar a qué tipo de feminismo pertenecen dichas características. A estos objetivos debo agregar algunos elementos recogidos de la propuesta hecha por John B. Thompson sobre el estudio de la cultura.

De acuerdo con Thompson (1998) la cultura debe estudiarse tomando en cuenta la constitución significativa y la contextualización social de las formas simbólicas (p. 227), por ello su propuesta es estudiar las formas simbólicas en relación con su contexto y procesos históricos donde se producen, tomando en cuenta que éstos son distintos a aquellos donde son consumidas. En ese sentido y para complejizar el contexto histórico en el que surgieron estas figuras de la cultura

popular, en el Primer Capítulo presento un breve pero informativo recuento del origen de los superhéroes, prestando especial atención al hecho de que la creación de estos personajes siempre ha estado ligada a cambios sociales coyunturales. Los apartados de este Primer Capítulo contextualizan sobre la influencia de conflictos bélicos de carácter internacional en la producción de estos personajes originados en Estados Unidos de América, de igual forma brindo información sobre las regulaciones hechas por instituciones de dicho país concernientes al contenido de los cómics y en producciones cinematográficas.

La temporalidad seguida en este Primer Capítulo no es lineal, en realidad responde más a la necesidad de presentar primero el material en el cual están basadas las películas y series televisivas protagonizadas por superheroínas y superhéroes. En otras palabras, ante de la película existió el cómic. Debido a eso los primeros tres apartados corresponden al surgimiento de estos productos culturales en su versión escrita, para posteriormente hablar de los contextos en el que surgen las adaptaciones televisivas y cinematográficas de estos personajes.

El objetivo del Primer Capítulo es demostrar que los superhéroes son un producto altamente contextualizado, es decir que su contexto político, social y económico influyen de gran manera en la creación de personajes, sus historias, vestuario e incluso en las audiencias que leen los cómics o ven las películas. Este recorrido histórico también informa sobre los cambios que ha sufrido la industria hollywoodense debido a regulaciones, movilizaciones sociales y corrientes cinematográficas; y cómo ese contexto propició la creación de nuevos superhéroes y la llegada de este género a la televisión y el cine. En el apartado final de ese capítulo presento información sobre la industria audiovisual en Hollywood, responsable de

llenar las salas de cine y servicios de *streaming*⁴ de contenido de superhéroes. Hablo sobre compra y venta de derechos de personajes, unión de empresas, despidos y contrataciones que han influido en la producción y cancelación de películas y series de superhéroes.

El segundo capítulo está dedicado a las representaciones. Una primera versión de este apartado ya fue publicada en el libro *Investigación y experiencias educativas centradas en la creatividad artística. Música, cultura audiovisual y artes escénicas en la sociedad de las pantallas* (2023), editorial Dikynson, en el capítulo 32. En este capítulo presento brevemente lo que otros autores (Moscovici, 1974; Jodelet, 1986 y González, 2021) han escrito en torno al concepto de representaciones sociales, cómo están integradas y su función, la cual, de forma muy resumida, es ayudar a los individuos a interpretar la realidad y a los otros sujetos que en ella habitan. Hago mención a que dichas representaciones sociales también poseen un carácter negativo cuando se transforman en estereotipos que promueven valoraciones sesgadas y dificultan la interacción con aquello que sale de nuestro marco de referencia proporcionado por las representaciones.

Posteriormente, presento reflexiones en torno a los estereotipos de género y las representaciones de las mujeres presentes en los cómics y en los audiovisuales de superhéroes. Inicio con las formas tradicionales de representar a las mujeres en este género para posteriormente hacer referencia a los cambios observados en las más recientes producciones audiovisuales de los Estudios Marvel, surgidos de cambios en los contextos sociales y políticos donde se producen estas formas simbólicas.

⁴ Los servicios de *streaming* son plataformas privadas que ofrecen a sus suscriptores transmisiones en línea de películas y programas televisivos. Aunque también hay plataformas que transmiten música exclusivamente.

El objetivo de este capítulo es informar sobre la influencia que tienen los escritores, directores, diseñadores de vestuario e ilustradores en los personajes femeninos y en las reacciones de los fans ante esas representaciones. Dedico el último apartado de este capítulo a las superheroínas que las y los fans que forman parte de este estudio identifican como personajes feministas.

El tercer capítulo está dedicado a detallar la cultura *geek*, los espacios de interacción creados en torno a ella y cómo éstos se encuentran dominados por hombres, fomentando la creación de la *masculinidad geek*, un conjunto de actitudes violentas hacia otras identidades, específicamente hacia las mujeres geeks. Frente a la masculinidad geek, surge el *feminismo geek*, un tipo de ciberfeminismo que hace frente a prácticas sexistas y misóginas dentro de espacios geeks. Antes de detallar al feminismo geek como postura política, presento un recuento de los ciberfeminismos que la anteceden. Inicio con presentar las reflexiones realizadas por Donna Haraway sobre la interacción humana a través de la tecnología y prosigo por desarrollar los estudios realizados por feministas y feministas *geeks* sobre la relación de las mujeres con la tecnología, usos y formas de interactuar en espacios digitales. El desarrollo de estas investigaciones y las reflexiones ahí vertidas son el preámbulo del concepto de *feminismo geek* que es usado en esta investigación.

El Cuarto Capítulo está dedicado al desarrollo de la propuesta metodológica del feminismo geek, misma que es empleada en la presente investigación. El objetivo central de este capítulo es describir al feminismo geek como metodología y postura epistemológica dentro de los *Fan Studies*, como lo plantea Nicolle Lamerichs (2018) no obstante, antes de desarrollar al feminismo geek como metodología debo informar sobre las perspectivas desde donde se han estudiado a los productos audiovisuales y sus audiencias; iniciando con los estudios cinematográficos atravesados por la

teoría feminista y el psicoanálisis; los estudios de recepción y, finalmente los *Fan Studies*, donde hago una pausa para explicar el binomio del *aca/fan* presente en quien realiza este tipo de investigaciones, área en donde se inserta el presente trabajo. Una primera versión de este apartado ha sido publicada en el libro *Género y educación ante la manipulación de la comunicación* (2023), algunos párrafos de ese capítulo están integrados en el apartado 4.1 de este cuarto capítulo.

Dedico una sección de este capítulo para especificar a qué me refiero cuando hablo de consumo y por qué elijo el concepto *consumo de bienes culturales* por encima de *consumo cultural*. Para ello me apoyo en el trabajo realizado por Luz María Ortega (2008, 2009) quien brinda una definición sobre *consumo de bienes culturales* y además otorga tres categorías para su análisis, mismas que utilicé en este trabajo.

Finalmente, desarrollo al *feminismo geek* como postura dentro de la academia, como una alternativa dentro de los estudios sobre fans para contrarrestar la sobrevaloración de los fans y cuya propuesta es redirigir la mirada a las dinámicas de poder dentro de los *fandoms* que se estudian.

El Quinto y último capítulo contiene el análisis de la información obtenida de un estudio realizado en cuatro profundidades: la primera de ellas y la más superficial en cuanto al nivel de interacción que se tuvo con las personas corresponde a los comentarios a publicaciones en Twitter sobre superheroínas de Marvel o sobre audiovisuales protagonizados por personajes femeninos. El segundo nivel de profundidad está integrado por las respuestas de las y los fans que contestaron el cuestionario que realicé en *google forms*, este mismo se encuentra en el Anexo 1 aunque también puede ser consultado en el siguiente enlace: <https://bit.ly/m/GeekDivision>. En ese mismo enlace, quien lee estas páginas también puede encontrar vínculos a las entrevistas realizadas, gráficas salidas del

cuestionario, fotografías con cosplayers, algunas forman parte del Anexo 2, y los comentarios recuperados de las interacciones ocurridas en Twitter. La tercera profundidad está integrada por las conversaciones y entrevistas semiestructuradas que tuve con fans y feministas *geeks*. Finalmente, la cuarta profundidad es está integrada por reflexiones producto de un ejercicio autoetnográfico, mismo que guía en buena medida la narración de ese capítulo final.

Los datos obtenidos de la etnografía digital corresponden a los datos obtenidos de la observación de las cuentas de Twitter de las usuarias con una postura abiertamente feminista, mismas que considero centrales para esta investigación; cuentas neutrales transmisoras de información y finalmente cuentas que incitan a la confrontación. La observación también fue realizada de los comentarios vertidos en los canales de YouTube de *Fuera de Foco*, *Justice Girls* y los comentarios de las transmisiones en vivo del canal de *Pablo Arcadia*. Esta información es complementada por las conversaciones que tuve con mujeres *geeks*, fanáticas de los superhéroes, feministas que frente a la masculinidad *geek* expresada en discursos violentos vertidos en Twitter, crean espacios de resistencia que combaten el discurso dominante que rodea los bienes culturales protagonizados por superheroínas. Ellas son Yara, Elena, Cota y Viviana, representantes de las Justice Girls que accedieron a platicar conmigo; y Gaby Meza, periodista, crítica de cine, locutora y la mente detrás del medio *Fuera de Foco*, fotografías de nuestro encuentro pueden apreciarse en el Anexo 4. Quiero agregar que en ambas conversaciones la información proporcionada por mis interlocutoras fue extensa sin embargo, me centré en los datos que se encontraban dentro de los objetivos y además recurrí a la triangulación metodológica para descartar información no recurrente.

En el plano *offline* la observación y participación fue realizada en distintas convenciones y festivales *geeks* distribuidos en la república mexicana. Mi participación en esos espacios fue variada, en algunos me dediqué a conversar con los asistentes, en otros decidí repartir tarjetas y estampas con códigos QR que dirigía a los asistentes a un cuestionario que realicé y en otros más asistí a conferencias realizadas por personalidades del mundo *geek*.

Los últimos dos apartados de este capítulo están dedicados al análisis del consumo de bienes culturales haciendo uso de las categorías propuestas por Ortega (2009). Doy cuenta de cómo esas tres categorías se relacionan entre sí y con las representaciones sociales dominantes construidas en torno los bienes culturales protagonizados por superheroínas que a la vez repercuten en su consumo. En el análisis y la identificación de las categorías empleadas me remito a la contextualización desarrollada en el Primer Capítulo. Finalmente, debo señalar que la narración que guía ese capítulo está basada en el trabajo de Ruth Behar (1999) sobre la escritura etnográfica y de acuerdo a las recomendaciones y lecturas otorgadas por la doctora Anne Kustritz.

Capítulo 1

Superhéroes, un producto muy contextualizado

La producción de los superhéroes, probablemente más que otro producto de la cultura popular, se encuentra entrelazada con el contexto político, económico y social del cual surgen, desde su primera aparición en los cómics hasta las más recientes producciones audiovisuales. A continuación, a manera de contextualización, presento un breve pero informativo recuento del origen de los superhéroes, prestando especial atención al contexto histórico en el cual surgieron ya que la creación de estos personajes siempre ha estado ligada a cambios sociales coyunturales.

Quien lea las siguientes páginas dará cuenta de la relación entre conflictos bélicos de carácter internacional con la producción de estos personajes en Estados Unidos, donde surgen estas historias; así como de las regulaciones hechas por instituciones de dicho país, sobre el contenido de los cómics y en producciones cinematográficas. En las siguientes páginas escribo sobre la aparición de estos personajes en formato impreso y su posterior llegada al cine y la televisión. El objetivo de este apartado es demostrar que el contexto político, social y económico influyen de gran manera en la creación de este tipo de personajes, sus historias, vestuario e incluso en las audiencias que leen los cómics o ven las películas.

Este recorrido histórico también otorga información sobre los cambios que ha sufrido la industria hollywoodense debido a regulaciones, movilizaciones sociales, cambios en la política estadounidense, como la llegada de Barack Obama y Donald Trump a la presidencia, así como el surgimiento de corrientes cinematográficas. Situaciones históricas que propiciaron la creación de nuevos superhéroes, la modificación de otros y la llegada de este género a televisión y cine. En el apartado final de este capítulo presento información sobre la industria audiovisual en

Hollywood, responsable de llenar las salas de cine y servicios de *streaming* de contenido de superhéroes. Hablo sobre compra y venta de derechos de personajes, unión de empresas, despidos y contrataciones que han influido en la producción y cancelación de películas y series de superhéroes.

1.1 De la adversidad surgen los (súper) héroes

La tragedia es un elemento recurrente en el surgimiento de los superhéroes, muchos de los hombres detrás de las máscaras son huérfanos y las adversidades que sufren motivan su actuar heroico por ejemplo, la muerte de tío Ben propicia que Peter Parker asuma la responsabilidad de tener poderes sobrehumanos y se convierta en *Spider-Man*, mientras que la muerte de sus padres lleva a Bruce Wayne a transformarse en un justiciero nocturno. La tragedia y sucesos adversos se encuentran presentes en el origen de las figuras heroicas de la literatura en general y forman parte del camino del héroe (Campbell, 2008), esquema bajo el cual son escritos libros, cómics, videojuegos, *mangas*⁵, guiones de televisión y cine. Sin conflicto no hay héroes.

Fuera del ámbito literario, el conflicto también motiva la creación de figuras (súper) heroicas pues los conflictos sociales, económicos y políticos han dado paso —y continúan haciéndolo— a la creación de superhéroes. No es casualidad que dos jóvenes judíos, Jerry Siegel y Joe Shuster, hayan creado a unos de los superhéroes más icónicos, inmersos en un contexto de recesión económica nacional y un conflicto bélico mundial enfocado en la destrucción de la población judía. Me refiero al periodo comprendido entre 1929 y 1939, momento en el que Estados Unidos sufrió una crisis económica sin precedentes, a esa etapa se le conoce como La Gran Depresión.

⁵ Los *mangas* son cómics provenientes de Japón. También hay *manhwas* coreanos.

Mientras ejercía como gobernador de Nueva York, Franklin D. Roosevelt fue electo presidente en 1932. Para 1933, la depresión había alcanzado su punto más bajo, cerca de quince millones de estadounidenses estaban desempleados (Pettinger, 2020; Pells, 2023), no obstante Roosevelt ya había puesto en marcha *The New Deal* para lograr la recuperación y estabilidad económica. Después de tres años de restauración, apareció el primer superhéroe: *The Phantom* –traducido al habla hispana como El Hombre Enmascarado–, realizado por Lee Falk como tiras cómicas en el año 1936 (Marín, 2019; 2023), personaje que cinco años después obtendría una serie televisiva. La primera superheroína en aparecer en un cómic fue *Olga Mesmer, The Girl with X-rays Eyes*—la chica con ojos de rayos x—, quien apareció en una tira cómica de 1937, publicada en la revista *Spicy Mystery Stories*. (Zaboem, 2013; Iglesias, 2016). Vale señalar que el debut de este personaje sucede un año antes de que Superman saliera por primera vez en la revista *Action Comics #1* y cuatro años antes que La Mujer Maravilla, sin embargo, los registros sobre la existencia de Olga Mesmer son escasos.

Los estragos de la Gran Depresión llegaron a Europa, donde comenzaron a gestarse movimientos políticos extremistas, Mussolini en Italia, Franco en España y Hitler en Alemania. En 1938, Superman, creado por Jerry Siegel e ilustrado por Joe Shuster, es impreso por primera vez en una revista de cómics llamada *Action Comics* bajo el título *The Reing of the Superman*—El Reinado del Superhombre—publicado por el fanzine *Science Fiction*, editado por Siegel (Siegel, 1983)⁶. Tanto Joe Shuster como Jerry Siegel provienen de familias judías migrantes (Goldstein, 2014) y, de cierta forma, Superman también. Larry Tye (2012) habla de los elementos judíos en

⁶ Para conocer más sobre los dos creadores de Superman recomiendo leer la breve biografía de Joe Shuster en: <https://www.illustrationhistory.org/artists/joe-shuster>

Superman, un ser de otro planeta que llega a la tierra en condición de refugiado⁷ después de que un fatídico desastre destruyera su raza. Vale recalcar que desde sus inicios los creadores de cómics ya compartían características personales con los personajes que creaban.

En 1941, nueve meses después del ataque a Pearl Harbor, *Timely Comics*, ahora Marvel Comics, puso en la portada de *Captain America #1* una ilustración en la que se mostraba al protagonista, Capitán América, golpeando a Hitler en la mandíbula, “la primera portada ilustrada de Capitán América impactando a Hitler en la mandíbula prevalece como uno de los escenarios más satisfactorios jamás descritos en la cultura popular” (Brown, 2017, p. 80). El personaje fue creado por el escritor Joe Simon y el artista Jack Kirby con el objetivo de personificar la superioridad americana (Brown, 2017). A diferencia de Superman, quien es un personaje preocupado por resolver problemas de índole local y domésticos, Capitán América fue creado con el objetivo de servir y defender a Estados Unidos frente a los enemigos extranjeros. A la creación de Superman siguieron *Batman* (1939), *Flash* (1940), *Green Lantern* (1940) y *Wonder Woman* (1941).

De los primeros personajes femeninos vale mencionar a Lois Lane, la conocida compañera reportera de Clark Kent. El personaje fue creado por Joanne Carter, esposa de Jerry Siegel, y apareció por primera vez en el mismo número en el que aparece Superman, *Action Comics #1*. La popularidad de esta reportera ambiciosa e intrépida del diario *El Planeta* le ganó su propia serie de cómics en 1958, bajo el título *Superman's Girl Friend, Lois Lane—La novia de Superman, Lois Lane*.

⁷ *Action Comics # 987 The Oz Effect* (2016) hace referencia a la condición de refugiado de Superman. La serie *Supergirl* (2015-2021) dedica toda su cuarta temporada a los temas migración y refugiados, usando la metáfora de que tanto ella como Superman provienen de otro planeta.

Antes de que Lois Lane obtuviera su propio cómic, *Wonder Woman* ya se había consolidado como una superheroína famosa; muchas veces considerada como la primera superheroína y desconociendo la existencia de Olga Mesmer o bien la relevancia de ésta no es tanta como la de *Wonder Woman*, cuyo debut fue en *All Star Comics #8*, a finales de 1941, casi a la par que el Capitán América. Trataré a esta superheroína con mayor detalle en el siguiente capítulo.

A partir de 1930 el consumo de cómics, sobre todo de crimen y horror, se disparó de tal manera que a ese periodo se le conoce como la Era Dorada del Cómic (Bacon, 2022). Los tipos de historias eran tan variadas que no existía un grupo específico de audiencia, “eran cultura pop y todos los leían” (Elwell, 2023). Durante ese periodo la gente estaba más preocupada por lo que sucedía del otro lado del Atlántico que lo que era dibujado en los cómics, razón por la que varios títulos eran violentos, siniestros y un poco transgresores. De hecho, durante este periodo los comics, entre ellos los de superhéroes, promovían la diversidad étnica debido a que La Junta de Escritores de Guerra, comité creado con inversión del gobierno estadounidense para combatir la información proveniente de los regímenes fascistas, vio la división racial en Estados Unidos como una amenaza para el desempeño de las tropas, por ello alentaron historias con personajes afroamericanos⁸ (Bacon, 2022). De acuerdo con Mina Elwell “mientras que muchos asocian la Edad de Oro de los cómics con héroes patrióticos, blancos y masculinos que salvan el día en historias de aventuras sin complicaciones morales, los cómics de la época eran más variados y complejos” (2023).

⁸ Destaca el cómic Judgment Day (1953) en donde un astronauta evalúa la población de un planeta de robots con el objetivo de que éste sea admitido en la Alianza Galáctica, el astronauta se decepciona al percatarse de que los robots se diferencian entre dos colores, uno subordinado al otro. Al final de la historia se revela que el astronauta es un hombre afroamericano

En esos años, la incipiente industria de los cómics era más accesible que los medios de publicación tradicionales, como periódicos y revistas, de forma que permitió el ingreso a judíos, afroamericanos y mujeres⁹ (Elwell, 2023; Hajdu, 2009, Ahmed, 2014).

Para 1948, la industria de los comics se había convertido en algo tan redituable que logró obtener setenta y dos millones de dólares en ganancias (Hajdu, 2008, p. 97), tomando en cuenta que los cómics se vendían en centavos, la popularidad de éstos era evidente. Todos parecían comprarlos y todos querían un pedazo del pastel, tanto que los escritores comenzaron a explorar todo tipo de historias y estilos artísticos. *EC Comics* fue una de esas editoriales y comenzó a publicar cómics de horror con violencia gráfica, entre sus títulos destacan *Tales from The Crypt* y *Grim Fairy Tale*. Debido a su estilo, el número de adultos que compraba cómics incrementó (Abad-Santos, 2015).

Al igual que en otros trabajos, escritores y artistas hombres fueron llamados a unirse al ejército estadounidense, razón por la que sus puestos fueron ocupados por mujeres. El ingreso de las mujeres al campo laboral, específicamente en la creación de cómics dio pie al surgimiento de grandes artistas femeninas como Fran Hopper, Lily Renée¹⁰ Marcia Snyder y Ruth Atkinson (Quinlan, 2010).

Se desconoce cuánto tiempo duró exactamente la Era Dorada del Cómic aunque, algunos historiadores y fans (Bacon, 2022; TEAM, 2022) indican que inició a finales de la década de 1930, con la publicación de *Action Comics #1* y terminó al

⁹ Dentro de dichas producciones se encontraban *All Negro-Comics*, escrito y dibujado por personas afroamericanas; *Lady Satan* y *Woman in Red*, ambas con protagonistas femeninos que no eran superheroínas.

¹⁰ Huyendo de los nazis, la pequeña Lily Renée escapó a Londres y posteriormente a Estados Unidos, en donde ingresó al mundo de los cómics. Sus nietos ni siquiera sabían que su abuelita era dibujante de cómics hasta que Trina Robbins, ícono feminista de los cómics, buscó a Renée para entrevistarla. Para conocer más sobre esta importante figura dentro de los cómics y su trabajo recomiendo leer el libro de Trina titulado: *Lily Renée, Escape Artist: From Holocaust Survivor to Comic Book Pioneer*

comenzar los años cincuenta, con creación del *Comics Code Authority* en 1954, suceso que marcó el inicio de la Era Plateada del Cómic.

1.2 Superhéroes vs. la autoridad

El *Comics Code of Authority* fue elaborado por una comisión sobre la delincuencia juvenil en Estados Unidos preocupada por la influencia de dichos productos sobre sus hijos. La elaboración del Código se basó en los argumentos del libro del psiquiatra Fredric Wertham, titulado *Seduction of the Innocent* (1954); en donde se acusaba a los cómics, libros y películas modernas de pervertir las mentes jóvenes estadounidenses. Los planteamientos de Wertham fueron adoptados por la Asociación de la Revista y el Cómic de América, Inc. y fue así que la edición de futuros cómics quedó subordinada a los parámetros adecuados para la preservación del “buen gusto” de Charles Murphy, quien fue el administrador del Código.

Algunas normas versaban sobre presentar los crímenes de forma desagradable, de tal manera que no generaran simpatía en la sociedad ni incitar a otros a realizar delitos, el bien siempre debía triunfar sobre el mal y el villano no debía ser presentado como glamoroso o llamativo, para evitar que fuera copiado por los lectores, además éste siempre debía ser castigado por sus crímenes (The Comics Code Authority, 1954).

Wonder Woman sufrió cambios debido al Código pues, las páginas de sus cómics mostraban recurrentes imágenes de bondage¹¹ y corrían el riesgo de ser censuradas. Describiré con mayor detalle los cambios en la forma de representar a este personaje en el siguiente capítulo, en el cual argumento que las superheroínas,

¹¹ Una práctica erótica basada en la inmovilización que incluye cuerdas, esposas, cadenas; elementos usados por la superheroína para someter a los villanos.

más que su contraparte masculina, muestran de forma explícita cambios en su imagen producto del contexto en el que son escritos. Además Wonder Woman, otro de los personajes femeninos más afectados en el mundo de los superhéroes fue *Catwoman*, cuyo personaje fue escondido de las publicaciones durante una década (Sergi, 2012; Elwell, 2023), el propio Wertham la mencionaba como un mal ejemplo de mujer y de villano pues sus crímenes, realizados con ingenio, siempre quedaban impunes además de ser el interés amoroso de Batman, el héroe. En su lugar, los escritores crearon a *Batwoman* como interés amoroso de Batman y para eliminar cualquier sospecha de que éste tenía una relación homoerótica con Robin.

Descartar todo elemento que sugiriera una orientación homosexual era fundamental ya que el Código presentaba reglas sobre la forma en que el amor y el sexo debía ser representado, entre ellas: las relaciones sexuales ilícitas no debían insinuarse o ser presentadas, no eran aceptables las escenas de amor violentas ni las “anormalidades” sexuales, las historias de amor y romance debían enfatizar la santidad del matrimonio y la perversión sexual o referencia a ella estaba prohibida (The Comics Code of 1954). De ahí la importancia en hacer explícita la heterosexualidad de los personajes, elemento alineado con el estilo de vida que el gobierno estadounidense quería presentar al mundo.

El Código también prohibía ridiculizar o atacar cualquier religión o grupo racial, elemento que fue explotado por los escritores al inicio de la guerra fría y alentado por la Junta de Escritores de Guerra. No obstante esta medida sólo significó que la gente de otras etnias no tenían cabida en los cómics, en ninguna forma (Ahmed, 2014). La creación del Código “aseguró que sólo las creencias de su administrador Charles F. Murphy fueran representadas en cómics, y redujo dramáticamente el número de personajes no blancos” (Bacon, 2022). Si la Era Dorada del Cómic se caracterizó por

ser violenta y diversa, el código de Autoridad llegó para cambiar eso, sus medidas afectaron directamente a los personajes, al contenido de los cómics y, por consecuencia, a los lectores.

Antes de la implementación del Código, el consumo de cómics no estaba ligado a ningún tipo específico de consumidores, eran consumidos por niños, niñas, hombres y mujeres por igual, pero la censura provocó que el progreso narrativo y la calidad artística, elementos que desafiaron las opiniones estadounidenses sobre género y raza fueran disueltos. Sin violencia, horror, desnudos, mujeres musculosas y en falda o personajes pertenecientes a grupos minoritarios, se cimentó la idea de que los comics eran un producto para niños.

De acuerdo con Ahmed (2014), la discusión realizada por historiadores sobre la implementación del Código se centra en los límites creativos impuestos a los artistas al prohibirles dibujar escenas gore o de sexo, una afrenta contra la libertad de expresión, y al impedimento de los lectores a acceder a ese material. En cambio es menos mencionado “el hecho de que mujeres independientes, gente de color y todo tipo de historias que no encajaban con el patriotismo obligatorio y el culto a la policía de la década de 1950, esencialmente desaparecieron de los cómics durante décadas” (Ahmed, 2014). A su vez, la ausencia de representaciones de mujeres y grupos minoritarios en este medio propició la creencia de que ciertos personajes no pertenecían en los cómics, específicamente en los del género de superhéroes. Ese pensamiento se ha extendido hasta las adaptaciones cinematográficas más recientes de estos productos, pues aún extraña a algunos fans ver a un personaje afroamericano o a una mujer protagonizando su propia película de superhéroes.

El código sufrió modificaciones en 1971 y 1989 hasta que finalmente dejó de existir al final del siglo veinte. (Kistler, 2020) sin embargo, el daño que sufrieron los

cómics, y por consiguiente la sociedad estadounidense, ya estaba hecho. Al respecto Brown (2001) señala que “El legado del miedo a los cómics dejado por Wertham sigue atormentando a la comunidad, al igual que los estereotipos de los cómics como infantiles y los lectores como sabelotodos inmaduros” (p. 72), estereotipo que aún persigue a los fans de estos productos y se ha extendido a otros relacionados con la cultura geek, como videojuegos, *mangas* y *anime*¹².

A través de la censura de personajes, mujeres, personas LGBTQ+ y de otras etnias y narrativas la implementación del Código afectó de tal forma al contenido de los cómics que su miríada de consumidores comenzó a reducirse y a distinguirse por compartir un conjunto de características que cimentaron la *masculinidad geek*, corporizada por hombres blancos heterosexuales y aficionados por productos de la cultura popular, desarrollaré este concepto posteriormente en el Tercer Capítulo

1.3 Oportunidades dentro de la crisis: diversidad racial y disidencia sexual

Por un gran periodo de tiempo, debido al Código y al temor de las editoriales de ser censurados, los superhéroes fueron exclusivamente blancos, tanto hombres como mujeres. La aparición de personajes afroamericanos y de otros grupos minoritarios en los cómics fue debido, también, a eventos políticos y sociales. En este caso el fenómeno fue la *Blaxploitation*, un movimiento cinematográfico que a su vez fue producto de un par de eventos que influyeron en la industria cinematográfica Hollywoodense a finales de la década de los años sesenta.

El suceso que dio pie a la *Blaxploitation* se trata del episodio de violencia policial ocurrido en 1965, conocido como los Disturbios de Watts, un vecindario con

¹² Se les conoce como *anime* a series televisivas animadas provenientes de Japón.

una población mayoritariamente afroamericana y altos niveles de pobreza.¹³ Dicho evento se recuerda como una expresión de hastío hacia el nulo interés del gobierno estadounidense en dedicar recursos a vecindarios habitados por minorías raciales, específicamente por afroamericanos (Edy, 2023). El segundo factor que ayudó al surgimiento de este movimiento cinematográfico fue que la industria hollywoodense se encontraba en un periodo de crisis, Kokonis (2016) argumenta que a partir de 1960 un conjunto de cambios políticos, sociales, económicos y tecnológicos afectaron a la industria hollywoodense a tal punto de llevarla a la quiebra. Dichos cambios incluyen el fin de la Segunda Guerra Mundial y el inicio de la Guerra Fría expresada en la Guerra de Vietnam, el surgimiento del movimiento *hippie*, el resurgimiento de demandas feministas, la creciente organización de las personas LGBT+ y un despertar político de la población afroamericana (Guerrero, 1993). La invención de la televisión también presentó un nuevo escenario de competencia para el cine y la forma de realizar películas.

Aunado a esto la comunidad afroamericana comenzó a exigir a las productoras hollywoodenses que pusieran fin a sus prácticas racistas de contratación al igual que a las representaciones desiguales y degradantes de personajes afroamericanos. Sobre estas dinámicas políticosociales, Ed Guerrero (1993) señala que “El producto resultante fue racialmente dirigido para la enorme audiencia negra ansiosa por ver una representación más amplia de su humanidad y aspiraciones validadas en la pantalla” (p. 95). Estos sucesos propiciaron una producción mayor de películas tipo B, de bajo presupuesto que generalmente tenían temáticas de horror, violencia e imágenes casi pornográficas (Kokonis, 2016, p. 22). El resultado fue la producción de

¹³ El altercado inició cuando un ciudadano afroamericano fue arrestado por conducir en estado de ebriedad. Fueron seis días en los que ciudadanos afroamericanos se enfrentaron con agentes policíacos, el saldo fueron decenas de muertos y cuantiosos daños materiales.

cintas como *Sweet Sweetback's Baadasssss Song* (1971), *Shaft* (1971), *Superfly* (1972).

No obstante, esta forma de hacer cine no tardó en ser catalogada como repetitiva y humillante, pues en cada una de las producciones se presentaba al personaje principal como un justiciero que realizaba cantidad de acciones heroicas con el objetivo de establecer el orden en su vecindario. (Brown, 2015). Además, más allá de presentar historias propias y originales de la comunidad afroamericana en Estados Unidos, las películas parecían recrear antiguas producciones “blancas” con personajes negros, personajes que retomaban estereotipos sobre la comunidad afroamericana por ejemplo el hombre negro mujeriego con poderes sexuales o aquel que era un padrote, con actitudes “salvajes” e hipermasculino; mientras las mujeres, en un intento por representar personajes independientes, usaban su sexualidad como arma (Marciniak, 2015; Brown, 2011). De estos elementos surgió el término *Blaxploitation*, la explotación, realizada por Hollywood, de realidades sociales de un gran número de afroamericanos para el beneficio de una industria que seguía discriminándolos y estereotipándolos.

Las exigencias por parte de las audiencias afroamericanas que dieron origen a la blaxploitation en el cine se extendieron hasta el mundo ilustrado de los superhéroes pues las compañías crearon personajes afroamericanos con la esperanza de posicionarse como empresas con contenido culturalmente diverso, *Luke Cage* de Marvel y *Black Lightning* de DC son ejemplos de ello.

Creado por Archie Goodwin e ilustrado por Billy Graham y George Tuska, Luke Cage apareció por primera vez en 1972 en su serie titulada *Luke Cage: Hero for Hire*. No obstante, fue cancelado en 1986 debido a pocas ventas. Al igual que las películas de la Blaxploitation, Luke Cage reprodujo estereotipos raciales que resultaron

denigrantes y ridículos para los lectores¹⁴. En 1993, la editorial Milestone Comics, la cual formaba parte de DC Comics, creó al personaje de Buck Wild como una crítica a Luke Cage y a los protagonistas afroamericanos de las películas y cómics surgidos de la Blaxploitation, entre ellos Black Panther, Black Lightning y Falcon.

En una serie no exclusiva de personajes afroamericanos, los jóvenes lectores se encontraron con una variedad racial de superhéroes y superheroínas. *Los Hombres X*, creados en 1963, se caracterizaron por ser un equipo de humanos con mutaciones genéticas que les otorgaban poderes. Tenían personajes como Storm, africana; Colossus, ruso; Nightcrawler, alemán; y Wolverine, canadiense, Los Hombres X¹⁵ se posicionaron como un grupo de superhéroes diverso y altamente popular en los años ochenta y noventa, de tal manera que en 1992 se estrenó su serie animada que duró cinco años. Además de la diversidad racial, el grupo también cuenta con una gran variedad de superheroínas: Rouge, Jean Grey, Storm, Júbilo, a diferencia de La Liga de la Justicia de América, con la presencia casi exclusiva de la Mujer Maravilla o Los Cuatro Fantásticos, con Sue Storm.

Dentro del mundo ficticio de Los Hombres X, identificarse como mutante es razón para ser discriminado, temido y violentado; tanto por el gobierno como por los humanos no mutantes. A diferencia de superhéroes como *Batman*, *Spider-Man* o *Capitán América*, los mutantes habían nacido así y no había manera de corregir su naturaleza. La condición mutante es tomada como una metáfora a grupos minoritarios como la población afroamericana (Sanderson, 2008) y personas LGBT+¹⁶.

¹⁴ Para un desarrollo más extenso sobre superhéroes afroamericanos y pertenecientes a grupos minoritarios, recomiendo leer el trabajo realizado por Brown (2011) *Black superheroes, Milestone comics and their fans*. Jackson: University Press of Mississippi.

¹⁵ Cuando Stan Lee, junto con Jack Kirby, lanzó este cómic en 1963 pensó en otorgarle un nombre menos sexista: The Mutants, (Los Mutantes), sin darle protagonismo al elemento masculino, *men*.

¹⁶ Un claro ejemplo de ello es la escena en la película *X-Men 2* (2003), en la que Bobby, alias Ice man, revela a su familia que es mutante. *Spoiler* la familia no lo toma muy bien, especialmente su hermano.

En 1990, debido a una crisis financiera Marvel vendió los derechos de algunos de sus personajes para evitar la quiebra, entre ellos se encontraban Los Hombres X, *Blade* y *Spider-Man*. Esta serie de eventos llevó al resurgimiento de las películas de superhéroes en Hollywood a inicios del siglo veintiuno.

1.4 Censura y reestructuración en Hollywood, los superhéroes entran a pantalla

Antes de proseguir a hacer un listado de las primeras películas y series televisivas protagonizadas por superhéroes, debo contextualizar a la lectora o al lector sobre el clima político, económico y social que envolvió a la industria cinematográfica Hollywoodense y que inevitablemente afectó al contenido de las películas con la creación del *Motion Picture Production Code* o Código Hays, debido a que fue William Hays, quien estableció el Código (Heckmann, 2020).

A partir de 1930 Estados Unidos sufrió una serie de sucesos que cambiaron la industria cinematográfica. Uno de ellos fue el surgimiento del cine sonoro y con él la reestructuración de los estudios, las salas de exhibición y la manera de hacer cine en general. Un segundo elemento fue la Gran Depresión, la cual provocó el cierre de cuatro mil salas de exhibición (Balio, 1993), en contraste, la radio se convirtió en una forma de entretenimiento rentable, costaba menos producir programas radiofónicos que películas. A esto cabe sumar que, a finales de la década, los mercados europeos, la Alemania Nazi, la Italia de Mussolini y la España franquista, comenzaron impedir el ingreso de las producciones estadounidenses.

Antes de la implementación del Código, las películas se caracterizaron por presentar ideas progresivas, mujeres empoderadas, problemas sociales, gánsteres y monstruos; además desafiaban las ideas del matrimonio y a la iglesia. Dentro de estas cintas destaca *The Divorce* (1930), *Frankenstein* (1931) y *The Public Enemy* (1931).

Antes del código, realizadores de cine comúnmente exploraban dinámicas de poder entre hombres y mujeres donde el sexo era una moneda de cambio importante entre los personajes (Hackmann, 2020). Por ello la iglesia cristiana no estaba satisfecha con la dirección que estaba tomando el cine estadounidense, así que pagaron al líder presbiteriano, William Hays, para que creara, junto con los estudios cinematográficos y el gobierno, un código de censura (Hackmann, 2020). En 1934 se aprobó una resolución la cual dictaba que todas las películas de Hollywood necesitarían un certificado de aprobación para ser estrenadas, de modo que los cinco estudios cinematográficos principales: *MGM*, *RKO*, *Warner Bros.*, *Paramount* y *20th Century Fox* quedaron subordinados a lo que dictara el Código.

El Código fue aplicado como una medida para controlar la producción y aquello que podía, o no, ser dicho al público. “La prensa católica se sumaría decididamente al debate a partir de 1934 celebrando enfáticamente la reorientación moral de la industria” (Grau, 2017, p. 98). Una vez más, todas aquellas expresiones que fueran contrarias al estilo de vida blanco heterosexual y cristiano o católico quedaron prohibidas. A inicios de la década de 1940, el estilo de aquellas películas que con la comedia desafiaban las dinámicas de poder entre hombres y mujeres, comenzó a moverse hacia la consolidación de estereotipos de género tradicionales (Grau, 2017).

Tomando los párrafos anteriores como preámbulo contextual, fue en 1939 que salió la película de *Mandrake el Mago* (Markstein, s.f.), cuatro años antes que Superman. Mandrake fue el primer superhéroe estadounidense en tener su propia serie de películas de doce capítulos. En 1940 fue el turno de *La Sombra* y posteriormente; en 1941, se proyectó el serial *Adventures of Captain Marvel* de Fawcett Comics (Kaye, 2020) —personaje que ahora conocemos como Shazam, de DC Comics. En 1944, *Timely Comics* junto con *Republic Pictures Corporation*

produjeron la serie televisiva de *Capitán América*, con quince capítulos. Tres años después salió la serie televisiva de Batman y Robin, en 1948 y le siguió Superman.

De acuerdo con McDonagh (2004), las películas producidas durante el periodo comprendido entre 1930 y 1945 fomentaban una visión idealizada de Estados Unidos, “definida por el respeto a la ley y al gobierno, la fidelidad conyugal, la gentileza, el trabajo duro, el patriotismo, la equidad, honestidad, responsabilidad personal, devoción a los principios y estima por la familia y la comunidad” (p. 109), elementos que no fueron contradichos por estas primeras representaciones audiovisuales de superhéroes.

El Código Hays gobernó Hollywood de 1934 a 1950 (Heckmann, 2020), hasta que fue oficialmente disuelto en 1968, con la llegada de la *New Hollywood Revolution*, inspirada fuertemente por la Nueva Ola Francesa. Las últimas películas de superhéroes antes de la nueva oleada de directores hollywoodenses fueron: *Superman vs. The Mole Men* (1951), la primera película de superhéroes no pensada en formato de serie, y la película de Batman también conocida como *Batman: The movie*, en 1966. De acuerdo con Heckmann (2017b) son dos películas salidas en 1967. A las cintas a las que se les da el crédito de dar por terminado el régimen del código Hays son: *Bonnie and Clyde*, dirigida por Arthur Penn, y *El graduado*, bajo la dirección de Mike Nichols.

A inicio de la década de 1970, un nuevo tipo de escritores, directores, actores y productores llegaron a Hollywood, éstos “rechazaron los ideales convencionales aceptados y diseminados por la venerable fábrica de sueños de Hollywood y produjeron un cuerpo de películas complejas y ambiciosas caracterizadas por finales ambiguos, morales cínicas e intrigantes y contradictorios personajes” (McDonagh, 2004, p.108). Algunos de los directores más exitosos surgidos de ese periodo son

George Lucas, Steven Spielberg, Martin Scorsese, Peter Bogdanovich, Brian De Palma y Francis Ford Coppola. Influidos por el cine de autor, los intereses narrativos de estos directores se centraron en mostrar las crueldades del mundo, de la sociedad estadounidense y realidades alejadas del estilo de vida estadounidense que se había promovido con severidad durante la dictadura del Código. Un buen ejemplo de ello es la película *Midnight Cowboy* (1969)¹⁷. De forma paradójica, uno de los directores icónicos de esta nueva forma de hacer cine fue responsable de llevarla a su muerte: George Lucas, quien gracias al éxito de su *American Graffiti* (1973), logró desarrollar *Star Wars*, alejándose del tono reflexivo y nostálgico de los demás directores y convirtiéndose en un referente del cine de ciencia ficción en Estados Unidos, hecho que propició el resurgimiento de héroes de acción, provenientes de otros mundos y con poderes sobrehumanos. En ese contexto, *Superman* regresó a la sala grande en 1978, con Christopher Reeve como protagonista.

Durante este tiempo, se gestó la segunda ola feminista. Surgieron autoras como Kate Millet, Shulamith Firestone o Carol Hanish, las cuales crearon nuevos marcos teóricos, útiles para el estudio de las situaciones de opresión sufridas por algunas¹⁸ mujeres (Jordana, 2021). En 1975, la Mujer Maravilla, interpretada por Lynda Carter, se convirtió en la primera superheroína en aparecer en televisión, el éxito de la primera temporada le ganó otras dos, hasta que fue cancelada en 1979 (Mangels, 2008); cinco años después salió la primera película protagonizada por una superheroína, *Supergirl* (1984) con Helen Slater como Kara Zor-El/Linda Lee.

¹⁷ Para mayor información sobre esta cinta, el contexto en el que fue producida y su importancia recomiendo leer la tesis de Figueroa L, Laura (2008) *El discurso crítico del extraño en Vaquero de medianoche*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

¹⁸ La principal crítica realizada por feministas negras, chicanas y queer a las feministas de la segunda es que supusieron que la realidad de las mujeres blancas y de clase media, era la realidad de todas las mujeres. Invisibilizando otras experiencias y exigencias de mujeres no blancas, de la clase trabajadora y con otras identidades y orientaciones sexuales.

Posterior a los primeros éxitos de las cintas de *Superman* y a las películas de *Batman*, realizadas por Tim Burton (1989 y 1992) y Joel Schumacher (1995, 1997), las cintas de superhéroes bajaron su producción, vale hacer una mención honorífica a *Blade* (1998) como la primera película realmente exitosa de Marvel (Kaye, 2020) y a *The Crow* (1994), inspirada en el cómic publicado por la compañía *Caliber* y escrito por James O'Barr; la cual se ha convertido en una cinta de culto. Si bien, los años ochenta y noventa fueron de Batman y Superman, Marvel tendría su oportunidad de dominar las salas de cine al inicio del siglo XXI, en el resurgimiento de este género cinematográfico que dominaría Hollywood por más de veinte años.

1.5 Siglo XXI. El resurgimiento de los superhéroes en pantalla

Así como las vicisitudes de la Gran Depresión, el conflicto bélico de la Segunda Guerra Mundial y las tensiones ideológicas de la Guerra Fría propiciaron el origen y cambios en los superhéroes, los eventos ocurridos el 11 de septiembre del año 2001 ocasionaron el resurgimiento de películas de superhéroes.

Ese 11 de septiembre regresé a mi casa de la primaria, recuerdo que mi abuela tenía el televisor encendido, como siempre que hacía la comida. En las noticias no dejaban de pasar las imágenes de los aviones secuestrados, impactándose contra Las Torres Gemelas del World Trade Center, Estados Unidos. Mis diez años bastaron para entender lo que estaba sucediendo, pero jamás podría haber imaginado las consecuencias que esos hechos tendrían en el mundo y menos aún en las películas. Pues la Guerra Contra el Terrorismo, del presidente George W. Bush, no sólo movilizó a tropas estadounidenses y de diversos países de la Organización del Atlántico Norte en contra de Afganistán, sino que también influyó en la creación de productos

culturales que resultaron útiles para extender la narrativa bélica del gobierno estadounidense.

En el ámbito cinematográfico resurgieron películas de guerra que, de una u otra manera, enaltecían a las tropas de Estados Unidos, entre ellas: *The Hurt Locker* (2008), *Brothers* (2009), *Dear John* (2010), por nombrar algunas. De una forma no tan evidente, los audiovisuales de superhéroes resurgieron como nunca antes, en ellos se observa cómo representantes de Estados Unidos se enfrentan contra seres provenientes de otros países, planetas y universos.

1.5.1 9/11. El tiempo de Marvel

Cuando Marvel anunció la venta de derechos de algunos de sus superhéroes, el estudio *20th Century Fox* adquirió a Los Hombres X y a *Spider-Man*; años después, a inicios del siglo XXI ejercería dichos derechos en la producción de la cinta *X-Men* (2000), cinta con la que inició el dominio de este género cinematográfico. No obstante, fue *Spider-Man* (2002) la cinta que realmente resonó con el imaginario de la sociedad estadounidense y comenzó a saciar la necesidad de justicia por lo acontecido el once de septiembre de 2001.

Un año antes de que saliera la cinta, en 2001, *Sony Pictures* sacó un promocional en donde un grupo de hombres asalta un banco y prosiguen a huir en helicóptero, su escape termina al verse enredados en una enorme telaraña tejida entre las Torres Gemelas, esta campaña también incluyó un poster en donde podían verse las edificaciones reflejadas en los ojos del traje de *Spider-Man*. Meses después del lanzamiento de esa campaña e inmediatamente después de los atentados, Sony quitó de los cines el promocional y se esmeró por quitar toda exhibición de los carteles mencionados, dichos carteles aún pueden ser comprados por precios que van desde los tres mil hasta los veinticinco mil pesos mexicanos, dependiendo de las medidas.

A raíz de los atentados del 11 de septiembre, las películas de acción de superhéroes comenzaron a presentar un escenario en donde los terroristas, ahora encarnados por alienígenas o robots malvados, podían ser derrotados por los héroes ficticios favoritos de Estados Unidos (Brown, 2011).

En 2008, la primera producción de los Estudios Marvel llegó al cine: *Iron Man* y con ella se comenzó a construir el Universo Cinematográfico de Marvel *MCU*—por sus siglas en inglés— y el camino para la producción de las películas del equipo de superhéroes *The Avengers*, en cuya primera película, *Avengers* (2012), el Capitán América; *Iron Man*; Hulk; Thor; *Black Widow* y *Hawkeye* defienden Nueva York de los ataques suicidas de la raza alienígena Chitauri, una alusión cinematográfica de los ataques ocurridos el nueve de septiembre del 2001 (Brown, 2017). En un tono similar se encuentra la película *Guardianes de la Galaxia Vol. 1* (2014), *Man of Steel* (2013), *Avengers: Age of Ultron* (2015), por mencionar algunas.

De acuerdo con Brown (2017) estas cintas otorgan a los espectadores la oportunidad de brindarle a la tragedia del 9/11 otro final, uno en donde el espíritu estadounidense se vea fortalecido y, agrega, que si bien el género pudo haber florecido de igual forma, es cierto que lo sucedido el 11 de septiembre generó una “necesidad cultural por superhéroes” (p. 79), al igual que en La Gran Depresión, y en la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, no siempre son los conflictos bélicos internacionales los catalizadores para la aparición de figuras heroicas, sobre todo cuando se tratan de superheroínas.

1.5.2 #Metoo. Supergirl vs. Trump

Hasta este punto, he dedicado párrafos para describir las condiciones políticas, sociales, económicas y tecnológicas que influyeron en la industria cinematográfica estadounidense y que, de cierta manera, también propiciaron surgimiento tras

surgimiento de audiovisuales de superhéroes, tanto en series televisivas como películas. No obstante, la gran mayoría de esos productos audiovisuales fueron protagonizados por personajes masculinos, con dos notorias excepciones: la *Wonder Woman* de Lynda Carter y la *Supergirl* de Helen Slater.

Después de ellas, pasaron veinte años para que una superheroína, o al menos una mujer perteneciente al mundo de superhéroes, protagonizara su propia película, me refiero a la cinta de *Catwoman* del año 2004. Si bien este personaje ya había aparecido en la cinta dirigida por Tim Burton en 1992, no fue hasta el año 2004 que la ladrona de Ciudad Gótica obtuvo el papel protagónico.

La película protagonizada por Halle Berry fue duramente criticada tanto mediáticamente como por los fans, su calificación en *Rotten Tomatoes* es de 18%, calificada por la audiencia, y 8% calificada por las y los críticos de cine. De hecho, recibió el premio *Razzie* a peor película, peor actuación para Halle Berry¹⁹; peor dirección, Pitof, y peor guión para Theresa Rebeck, John Brancato, Michael Ferris y John Rogers (Edmonds, 2021), de quienes destaca la participación de Theresa Rebeck pues es una reconocida escritora y dramaturga cuyo trabajo es calificado como feminista (Tongue, 2021). El resultado fue una cinta cuyo mayor logro feminista es mostrar a la protagonista con la libertad de vestir como desee, liberándose de los estereotipos de mujeres oficinistas recatadas y explorando su sexualidad mientras se mueve ágilmente en tacones.

El personaje de *Catwoman*, Gatúbela en habla hispana, fue creado por Bob Kane y Bill Finger, su primera aparición ocurre en el cómic #1 de Batman. Aunque algunos autores la presentan como una villana, Gatúbela es un personaje ambiguo

¹⁹ Demostrando un gran sentido del humor, Halle Berry de hecho sí fue a la ceremonia a recibir su premio, puede observarse su discurso aquí: Razzie Channel (2011, 13 enero) *Halle Berry accepts her RAZZIE Award*. https://www.youtube.com/watch?v=U-7s_yeQuDg

más acorde a la figura de un anti-héroe, anti-heroína en este caso. En algunas ocasiones ayuda a Batman y en otras trabaja junto con la villana *Harley Quinn* y la ambientalista y villana *Poison Ivy*, en la serie de cómics *Gotham City Sirens*. El personaje de Selina Kyle, alias.Gatúbela, tiene una variedad de orígenes, la única constante es su complicada relación con Batman/Bruce Wayne. Contrario a su amante enmascarado, Selina no cuenta con una fortuna familiar así que subsiste de sus robos, actividad que le resulta fácil debido a sus habilidades gatunas.

De acuerdo a Grimaldi (2021), Gatúbela se trata de un personaje desapegado de los estereotipos femeninos tradicionales, Selina Kyle se libera de las normas y estructuras de la sociedad al vestirse de Gatúbela, “el personaje cuestiona esos cánones que también son criticados por el feminismo: la idea de la figura femenina como aquella que debe ocupar el ámbito doméstico, formar una familia o casarse” (Grimaldi, 2021, p.60), es a través del manejo autónomo de su sexualidad que representa una amenaza para los roles de género establecidos por una sociedad patriarcal; además, en los comics, el personaje tiene principal consideración con personas en situación de calle, trabajadoras sexuales y niños huérfanos. No obstante, la versión de Gatúbela de la película fracasa en llevar a pantalla los aspectos más desapegados del personaje; coincidiendo con Grimaldi (2021) la versión cinematográfica de 2004, presenta una versión superficial del personaje, muy centrado en lo material y el hecho de que el conflicto sea detonado por una crema facial hace quedar en ridículo al personaje.

Catwoman tuvo un presupuesto de cien millones de dólares; sin embargo, su ganancia a nivel mundial fue apenas de ochenta y dos millones. Vale mencionar que durante el año en que se estrenó esta cinta, también lo hicieron películas altamente taquilleras: la cinta apocalíptica, *El Día Después de Mañana*; *Kill Bill Vol. 2*, del

aclamado director Quentin Tarantino, *Spider-Man 2*; y *Los Increíbles*, por mencionar algunas. Como punto de comparación, *Los increíbles*, de *Pixar Animation Studios* y estrenada por *Disney*, contó con un presupuesto de noventa y dos millones de dólares y con una ganancia a nivel mundial de \$631, 442, 092 de dólares, de acuerdo a información de *The Numbers*. Cabe señalar que mientras *Los Increíbles* contaban con todo el aparato de distribución de *Disney*, *Catwoman* y DC no tenían nada parecido. Un año después de *Gatúbela*, se estrenó *Elektra* (2005), personaje de Marvel que ya había salido anteriormente en la película de *Daredevil* (2003), *Elektra* tampoco obtuvo buenos números en taquilla. Dentro de las cintas contemporáneas a *Catwoman* y *Elektra*, se encuentran *Kill Bill Vol 1* (2003) y *Kill Bill Vol. 2* (2004) protagonizadas por Uma Thurman y la cuales tuvieron una gran aceptación de la audiencia.

Diez años después, los estudios volvieron a invertir en producciones con una mujer como protagonista de una película de superhéroes, aunque en esta ocasión no hubo un conflicto bélico que detonara la producción, sino a una serie de cambios lentos en la industria hollywoodense y en la sociedad estadounidense que culminaron en movilizaciones en Estados Unidos pero que a la vez formaron parte de manifestaciones realizadas en todo el globo.

En la primera década del siglo XXI, América Latina vivió un resurgimiento de jóvenes feministas (Varela 2019) identifica a estas movilizaciones como una cuarta ola feminista. Los eventos que motivaron la movilización feminista en Latinoamérica fueron los siguientes: en 2006, la asociación *Women's Link Worldwide* presentó una demanda a la Corte Constitucional de Colombia argumentando que la ley que tipificaba el aborto en ese país era inconstitucional, la corte despenalizó el aborto en

algunos casos. En 2015, en Argentina²⁰ la exigencia feminista “Ni una menos” fue empleada en manifestaciones que pedían el alto a los asesinatos de mujeres. Un año después, en México la consigna “Vivas nos queremos” se levantaba como un hartazgo a la violencia contra las mujeres. La nueva oleada feminista se manifestó también en Italia, España y eventualmente llegó a Estados Unidos en donde fue retomada por la industria cinematográfica.²¹

En 2016, un diálogo que nunca debió haberse grabado salió a la luz. En ese año, fue filtrada la transcripción de una entrevista al entonces aspirante a la presidencia Donald Trump. En ella el candidato por el partido republicano confesó al entrevistador del programa *Access Hollywood*, su forma de lograr la aceptación femenina, “Grab ‘em by the pussy. You can do anything” (Bullock P. 2016, p. 19). El suceso incentivó a que un gran número de mujeres acusaran a Trump de abuso sexual. Esta filtración fomentó el fortalecimiento del movimiento *Me too*, iniciado por Tarana Burke con el objetivo de ayudar a mujeres víctimas de abuso. Si bien el movimiento había sido iniciado el 2006, no fue hasta el 2017 que alcanzó fama internacional cuando la actriz y activista Alyssa Milano alentó a sus seguidores en Facebook y Twitter a compartir sus historias de abuso y acoso sexual usando el hashtag *#metoo*. De acuerdo con Randu (2017) la campaña se registró en ochenta y cinco países, con cerca de 1.7 millones de *tweets*²² en todo el mundo.

El contexto que motivó a Milano a invitar a las mujeres a denunciar a su agresor, fueron las acusaciones de abuso sexual realizadas por múltiples actrices en

²⁰ La lucha feminista en Argentina resurgió en 2005, cuando se presentó el Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo en la Cámara de Diputados. (Iglesias, 2018), el proyecto logró ser aceptado en 2020.

²¹ Trataré el tema de las oleadas feministas en mayor extensión en el Segundo Capítulo, al hablar del personaje de Wonder Woman y la influencia que tuvieron el movimiento feminista en su creación y en las modificaciones posteriores al personaje.

²² Se les llamaba *tweets*—pío—a las publicaciones realizadas en Twitter. Eran llamadas así debido a que el logo de Twitter era un ave, de ahí que lo producido fueran píos. Ahora que la plataforma se llama X, aún no existe un consenso para reemplazar la palabra *tweet* o tuit, en español.

contra del productor hollywoodense Harvey Weinstein. De forma paralela, Jeffrey Epstein, poderoso inversionista, también enfrentaba demandas de acoso realizadas por adolescentes. A los alegatos contra Weinstein le siguieron acusaciones contra otras figuras dentro de la industria cinematográfica y del entretenimiento, lo cual incentivó la creación del movimiento *Time's Up*, cuyo objetivo concreto es lograr mejores condiciones laborales para las mujeres dentro de la industria cinematográfica, además de eliminar las prácticas de discriminación, acoso y violencia sexual tan normalizadas en Hollywood (Abbruzzese, 2021).

Un año antes de que explotara el escándalo de Weinstein, pero dentro del resurgimiento de movilizaciones feministas en varias partes del mundo, inició un incremento en producciones televisivas y cinematográficas protagonizadas por superheroínas, como ya mencioné en párrafos anteriores. En el formato televisivo la presencia de superheroínas como protagonistas es mayor en comparación con las producciones cinematográficas. Desde el año 2015 Marvel y DC han producido series televisivas, exhibidas en distintos servicios de streaming, que cuentan con la participación de una superheroína en un papel central, iniciando con el estreno de *Jessica Jones* (2015) y *Agent Carter* (2015), ambas del mundo de Marvel Cómics. Mientras que DC produjo *Supergirl* (2015-2021) a la cual le dieron seis temporadas.

La actriz Melissa Benoist, quien hace de Supergirl en la serie, participó en la marcha de protesta realizada el 21 de Enero, un día después de que Donald Trump asumiera la presidencia. En el cartel²³ de Benoist se leía "Hey Donald, don't try to grab my pussy. It's made of steel" (Melrose, 2017), haciendo referencia a la fortaleza de su personaje. De acuerdo con Henn (2017) Supergirl no fue el único personaje de la cultura pop en aparecer en la marcha, pues la acompañaron carteles con

²³ La fotografía aún se encuentra en el perfil de Instagram de la actriz. Puede verse en el siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/BPiCe8UDmg6/>

personajes de Harry Potter y Star Wars, de forma que “hacen difícil negar a la cultura pop como un locus político, y al mismo tiempo activista” (Henn, 2017, p. 402)

Los productos protagonizados por superheroínas, más recientes son *WandaVision*, (2021) de Marvel, *Batwoman* (2019-2022), *Stargirl* (2020-2022), ambas de DC, *Hawkeye* (2021) que, si bien tiene de protagonista a Clint Barton, alias *Hawkeye*, a éste lo acompaña la joven arquera Kate Bishop, también conocida en los cómics como *Hawkeye*, además de que cuenta con la aparición de la hermana de Natasha Romanoff, alias *Black Widow*, Yelena. A estas producciones se le suman las más recientes series de *Ms. Marvel* (2022) y *She-Hulk, attorney at law* (2022), ambas disponibles en la plataforma de *streaming* Disney Plus. Con el recuento anterior quiero resaltar que la presencia de superheroínas en series y películas cada vez es menos excepcional.

Aunque es difícil asegurar qué tanto ha influido el resurgimiento feminista de la primera década del siglo XXI en estas producciones, sin duda, el movimiento *Time's up* ha tenido gran impacto en la industria cinematográfica hollywoodense ya que dentro de sus exigencias se encuentra la creación de espacios laborales libres de acoso y accesibles para personas con discapacidad así como mejor y mayor representación de “mujeres de color” y mujeres LGBTQ+ tanto en puestos detrás de cámara como delante de ella (Calfas, 2018; Rubin, 2021).

Sobre el éxito que tuvieron las más recientes protestas feministas en Estados Unidos, Nava (2022) argumenta que, si bien los casos de acoso y abuso sexual no son algo extraño en Hollywood y diversos movimientos feministas los han denunciado con anterioridad, identifica dos factores importantes que propiciaron que en esta ocasión las denuncias contra Weinstein sí resonaran en la sociedad norteamericana y en la industria cinematográfica mundial. De acuerdo con ella, la campaña de *#metoo*

expuso el uso desvergonzado y naturalizado del poder ejercido por los hombres en todo tipo de lugares de trabajo, mostró a la sociedad que un gran número de mujeres –sino es que todas-- tenemos un *MeToo*, Un segundo factor identificado por Nava (2022) fue el creciente uso del internet cuya infraestructura posibilitó la rápida y amplia propagación de la campaña, el internet brindó “a las mujeres la oportunidad para comunicarse entre ellas, reconocer y definir los procesos de opresión y contraatacar el *bullying*” (Nava, 2022, p. 2).

Quiero resaltar el hecho de que Nava reconozca el uso del internet como herramienta para enfrentar la misoginia y el acoso; y a la vez como campo en disputa, pues me permite remitirme al ciberfeminismo, corriente feminista enfocada en la relación de las mujeres con la tecnología, del cual hablaré en el Tercer Capítulo y del cual surge el concepto de *feminismo geek*.

1.6 La industria de los superhéroes

El actual dominio de los audiovisuales de superhéroes se debe, además de su popularidad y gran aceptación por las audiencias, a una serie de cambios ocurridos en la industria Hollywoodense a los finales de los noventas, mismos que responden a intereses económicos y los cuales ya he abordado brevemente en el cuarto apartado de este capítulo. Thomas Schatz, en su texto titulado *New Hollywood, New Millennium* (2009), señala que el desarrollo más destacado del Hollywood contemporáneo es la formación de los conglomerados mediáticos los Seis Grandes y su consolidación hegemónica en productoras de series y películas en Estados Unidos.

A finales de los años ochenta y a principios de la década de los noventa, se dieron cambios adquisitivos, surgimientos y uniones entre empresas mediáticas. El

resultado fueron las Seis Grandes corporaciones mediáticas de América: Disney, Time - Warner, Viacom, NBC Universal, CBS Corporation y Newscorp. En 1995, se estimaba que entre esas seis empresas mediáticas controlaban el ochenta por ciento del contenido mediático producido en Estados Unidos. Cada una de estas empresas tiene variedad de estudios, cadenas de televisión, disqueras, estaciones radiofónicas, estudios de videojuegos, servicios de *streaming* e incluso parques de diversiones: Disneyland y Six Flags.

De ahí que la estrategia usada por estos imperios mediáticos consista en mostrar al máximo sus contenidos haciendo uso de todas sus empresas filiales para hacerse de una de mayor ganancia. Mientras las películas de Superman y Batman, se realizaron bajo la unión de Warner Communication Inc. y Time Inc. con la compra de DC Comics realizada por *Warner*, los grandes ingresos monetarios de Marvel en el mundo cinematográfico llegaron hasta 1998 con la exitosa adaptación hecha por *New Line Cinema* del cazador de vampiros *Blade*. Con un presupuesto de cuarenta y cinco millones, *Blade* ganó, tan sólo en Estados Unidos, más de setenta millones, (*The Numbers*).

Las siguientes películas basadas en personajes de Marvel fueron *X-Men* (2000) de 20th Century Fox, *Spider-Man* (2002) de Sony-Columbia, *Blade II* (2002) y *Blade: Trinity* (2004), sin embargo, no fue hasta 2008 que Marvel, con la creación de los Estudios Marvel, hizo su primer lanzamiento independiente: *Iron Man*. Gracias a las producciones de *The Incredible Hulk* (2008), las secuelas de, *Iron Man 2* (2010), *Iron Man 3* (2013), *Thor* (2011) y *Captain America: The First Avenger* (2011), los Estudios Marvel se establecieron como una exitosa compañía independiente. No obstante, el hecho que sentó las bases de lo que sería el panorama actual de las películas de superhéroes fue la compra de los Estudios Marvel realizada por Disney.

La adquisición de DC comics por Warner Bros. y de Marvel por Disney, así como la consolidación de cada una de ellas como conglomerados mediáticos con múltiples compañías filiales, es el antecedente del funcionamiento actual de las franquicias cinematográficas, incluso series televisivas. El lanzamiento de *The Avengers* (2012) consolidó este modelo para Disney, primera película en la cual The Walt Disney Company formaría parte de todo el proceso (Avengers: The Tentpole Approach, 2022). Disney aprovechó el éxito obtenido por las producciones anteriores de los Estudios Marvel y su posición como distribuidora para potencializar dicha cinta como todo un producto, capaz de ser vendido en juguetes, playeras, figuras de colección y videojuegos. Así surgió el modelo que brindaría grandes beneficios al género de superhéroes: los personajes de Marvel generan millones de dólares en taquilla mientras que a través de venta de licencias a nivel mundial y toda cantidad de mercancía las franquicias aportan ganancias.

De las dos grandes productoras de cómics y superhéroes, el *Marvel Cinematic Universe (MCU)* se ha posicionado como la franquicia que ha presentado más personajes y temáticas en sus contenidos. Ha sabido también indagar en sus múltiples personajes y contar nuevas historias, en lugar de presentar al mismo sujeto en diferentes circunstancias, con diferentes villanos o diferentes actores haciendo del personaje principal una y otra vez—sí, hablo de ti Batman. Asimismo, el MCU ha resultado beneficiado al hacer equipo con la plataforma de *streaming Netflix* y ha permitido a los fans ver una faceta más “oscura” que resulta atractiva para audiencias mayores. De estas producciones destacan las series de *Daredevil* (2015-2018) y *The Punisher* (2017-2019).

Mientras Marvel centró sus esfuerzos en llevar sus personajes a la pantalla grande, DC, a través de la cadena de televisión *The CW*, se enfocó en realizar series

televisivas, la primera de ellas fue *Arrow* (2012-2020), basada en el personaje *Green Arrow*. Debido a la buena recepción, la cadena estrenó *The Flash* (2014-2023), *Supergirl* (2015-2021), *DC's Legends of Tomorrow* (2016-2022), *Black Lightning* (2018-2021), *Batwoman* (2019-2022) y recientemente *Superman & Lois* (2021-), todas estas series forman parte del *Arrowverse*, como se le conoce al conjunto de series televisivas, de The CW, que interactúan entre sí, dando como resultado eventos televisivos que comparten narrativas. El estreno de *Arrow*, le valió a la cadena su mejor desempeño en la demografía de hombres de entre 18 y 34 años ("Arrow" Ratings, 2012), desde que terminó la serie *Smallville* (2001-2011), —sobre a la vida del joven Clark Kent antes de convertirse en Superman.

Una de las particularidades de las series de The CW fue la presencia de una gran diversidad de personajes no caucásicos y personas LGBT+²⁴. Es posible que esto se deba al formato televisivo y, en gran medida, a la participación de Greg Berlanti en la producción, dirección y responsable de los guiones de varios capítulos de estas series. Greg Berlanti es conocido por su dirección en la cinta de amor juvenil *Love, Simon* (2018) cuya trama gira en torno a un joven y su salida del clóset. De acuerdo a una entrevista para Huffpost (Rudolph, 2016), Berlanti siempre impulsó la posibilidad de introducir un personaje gay en la serie *Arrow*, elemento que puede observarse en las series que ha producido: *DC's Legends of Tomorrow*, *Supergirl*, *Batwoman*.

El cambio más reciente en la estructura de estas grandes empresas mediáticas es la unión entre Warner Bros. y Discovery dando como resultado *Warner Bros. Discovery* (WBD), la nueva empresa engloba a Discovery Channel, Warner Bros. Entertainment, CNN, HBO, Cartoon Network y los servicios de *streaming* Discovery+

²⁴ Para mayor información sobre el nombre de los personajes LGBT+ ver: *All LGBT+ characters in the Arrowverse*. Disponible en: https://arrow.fandom.com/wiki/Category:LGBT%2B_characters

y HBO Max. Esta fusión trajo consigo una serie de recortes presupuestales que significaron la cancelación de múltiples series televisivas que formaban parte del *Arrowverse*, tal es el caso de *DC's Legends of Tomorrow*, la cual contaba con una gran cantidad de personajes femeninos, a la noticia de la cancelación de esta serie le siguieron las cancelaciones de las series de *Stargirl* y *Batwoman* y la película, *Batgirl*, protagonizada por Leslie Grace, con la participación de grandes actores como Brendan Fraser y Michael Keaton. Cinta con cuyo estreno fue cancelado debido a las malas críticas que recibió durante las proyecciones de prueba (Sky News, 2022), razón por la que los fans nunca veremos ni el promocional.

Después de la unión, las cancelaciones fueron anunciadas por el nuevo director ejecutivo de la compañía: David Zaslav, quien además compartió que la empresa se enfocaría en producciones que fueran potenciales éxitos de taquilla, dando a entender que *Batgirl* simplemente no cumplía con esos parámetros. Las decisiones forman parte de una serie de recortes presupuestales a llevarse a cabo dentro de la compañía, cuya nueva política en términos de proyectos cinematográficos se centrará en franquicias ya consolidadas como *Harry Potter* y *Superman* (Shrishty, 2022). Cabe señalar que a este periodo de reestructuración le han acompañado numerosos despidos que, de acuerdo con antiguos trabajadores de HBO (Manno, 2022), están focalizados en la población afroamericana, latina y asiática, dejando una plantilla de trabajadores mayoritariamente blanca. La oleada de cancelaciones de series de DC revela las dinámicas de poder dentro de las productoras a la vez que demuestra que la actual existencia de estas producciones se debe, en gran medida, a la gente detrás del escritorio que toma las decisiones finales. Con esto, sólo quiero señalar que la batalla por una mayor y mejor

representación de personajes femeninos dentro del género de superhéroes no está ganada.

En términos de ganancias económicas, la industria de los superhéroes ha comprobado ser una altamente redituable. De acuerdo con datos publicados Statista, página que monitorea las ganancias en taquilla de manera semanal a nivel internacional, el Universo Cinematográfico de Marvel es la franquicia más lucrativa, en Estados Unidos. A esto cabe agregar la información recopilada por uno de los videos de la cuenta de Youtube *Data is Beautiful*, donde se muestra en una línea del tiempo, del año 1968 al 2019, las cintas más taquilleras del género de Ciencia Ficción, en la cual se incluye al género de superhéroes como un subgénero del Sci-Fi. En la línea del tiempo se muestran las ganancias, a nivel mundial, de catorce películas, las más taquilleras, cuya permanencia en la línea del tiempo depende del estreno de una nueva película que la supere en ganancias. De esta forma se puede observar que la cinta de *Superman* (1978) es la primera del género de superhéroes en considerarse un éxito en taquilla, su popularidad la lleva a colocarse en tercera posición, por debajo de *Encuentros Cercanos del Tercer Tipo* (1977) y del Episodio IV de *La Guerra de las Galaxias*, *Una Nueva Esperanza* (1977), el éxito de *Superman* le permitió mantener la tercera posición durante dos años. Posteriormente, a partir del año 2002, las cintas de superhéroes se hacen recurrentes, de tal manera que al finalizar el año 2019 se muestran cinco películas de este género dentro de las más taquilleras. En el contexto nacional, México representó el quinto mercado más grande para la cinta *Avengers: Infinity War* (2018), detrás de China, Corea del Sur, Brasil y Reino Unido. México es el país latinoamericano que más dinero recauda cuando se estrena una película en el mercado internacional (*Top box office*, 2023). Entre los estados que registran mayor

afluencia en el cine se encuentran; Ciudad de México, Estados de México, Puebla, Guadalajara, Nuevo León, Baja California y Chihuahua (Conectores, 2022).

Hasta este punto espero haber presentado información suficiente que sustente el argumento de que los superhéroes son un producto cultural altamente contextualizado. Su origen está muy ligado al periodo histórico en el que surgen, con condiciones sociales, políticas y económicas específicas que influyen en la construcción del personaje, determinando elementos como sexo, color de piel, orientación sexual, religión, nacionalidad, vestuario e incluso enemigos.

La censura en las industrias que crean este tipo de productos ha sido uno de los factores que más repercusiones ha tenido en ellos, a ella se debe que el estereotipo de personas que consumen cómics sea la imagen de gente perturbada, inadaptada social e incluso pervertidos, características que trataré posteriormente con mayor detenimiento en el Tercer Capítulo de esta tesis. Otra consecuencia devenida de la censura es que los cómics pasaron a convertirse en un producto consumido mayoritariamente por hombres, elemento que ha sido trasladado a las personas que consumen audiovisuales del género de superhéroes. También traté brevemente cómo está consolidada la industria cinematográfica en Hollywood y los cambios más recientes en altos puestos directivos de productoras audiovisuales, cuyos integrantes ya han comenzado a influir de gran manera en el contenido de superhéroes tanto de Marvel como de DC.

Capítulo 2

Superheroínas. Representaciones y estereotipos de género²⁵

Tanto en su versión impresa como en audiovisuales, el género de superhéroes está plagado de hombres. Los superhéroes más conocidos son hombres: Capitán América, *Superman*, *Spider-Man*, *Iron Man*, *Batman*, por nombrar algunos. No sólo eso, sino que también sus creadores son hombres, Superman fue creado por Jerry Siegel y Joe Shuster; Batman por Alan Moore y Brian Bolland; Capitán América por Joe Simon y Jack Kirby. Además, la censura en los cómics ayudó a que sus lectores se consolidaran en un solo tipo de audiencia: hombres. De estos altos niveles de testosterona surgen súper-hombres creados por hombres y para hombres, no es sorprendente que los personajes femeninos presentes en este género también estén escritos para una audiencia mayoritariamente masculina.

El resultado de esta industria masculina es un producto que engloba un tipo de narrativas y elementos visuales que refuerzan y transmiten estereotipos de género problemáticos para mujeres y hombres. En este capítulo presento reflexiones en torno a los estereotipos de género y las representaciones de las mujeres presentes en los cómics y en los audiovisuales de superhéroes. Inicio con las formas tradicionales de representar a las mujeres en este género para posteriormente hacer referencia a los cambios observados en las más recientes producciones audiovisuales de los Estudios Marvel.

El objetivo de este capítulo es informar sobre la influencia que tienen los escritores, directores, diseñadores de vestuario e ilustradores en los personajes femeninos y en las reacciones de los fans ante esas representaciones. Dedico el

²⁵ Una primera versión de este apartado ya fue publicada en el libro de la editorial Dikynson. Ver: Huerta, 2023.

último apartado de este capítulo a las superheroínas de las y los fans que forman parte de este estudio, identifican como personajes feministas.

2.1 Superhéroes y superheroínas vs. Estereotipos de género

En el mundo contemporáneo, la importancia de las imágenes y las representaciones de hombres y mujeres, personas con múltiples historias y realidades, se debe a que la sociedad actual es altamente visual, entendemos al mundo en imágenes, compartimos imágenes de él y existimos a través de las imágenes (Mirzoeff, 2016). Existe una relación estrecha entre la realidad y las imágenes expuestas en pantallas, dichas imágenes estructuran la realidad pues están cargadas de significados, de información.

Las imágenes de mujeres y hombres creadas por las industrias culturales presentes en las pantallas realizadas en un contexto específico y por una industria audiovisual particular, están cargadas de elementos culturales e históricos. Asunción Bernárdez (2015) indica que las representaciones mediáticas contribuyen a la integración de nuestras ideas sobre la sociedad, nosotros mismos y los otros con quienes convivimos. Algunas de esas ideas forman *estereotipos*, de acuerdo con Núñez (2008) éstos son un conjunto de creencias sobre las características que tienen en común los integrantes de un grupo social determinado. Los estereotipos no son necesariamente negativos, de hecho, tienen una función cognitiva pues permiten al individuo agrupar elementos individuales en grupos “que facilitan nuestro entendimiento del mundo” (Núñez, 2008, p. 141), de forma que son útiles como primera fuente de información.

Los estereotipos se vuelven negativos cuando éstos, debido a su naturaleza totalizadora, producen prejuicios, ideas sesgadas que dificultan nuestra interacción

con aquellas realidades que salen del conjunto de creencias que integran nuestros estereotipos. Los prejuicios también se vuelven peligrosos cuando sirven de justificación para dañar, demeritar o impedir derechos y oportunidades a ciertos grupos.

Dentro de los estereotipos peligrosos se encuentran los estereotipos de género, aquellos referentes a características y comportamientos asociados a hombres o mujeres. De acuerdo con Ruiz (2020) "las representaciones mediáticas de las mujeres en el cine son reflejo de las estructuras patriarcales" (p. 9), dicha afirmación se basa en que si bien, las representaciones son realizadas por industrias culturales, éstas no surgen de la nada, sino que están inspiradas en representaciones surgidas de la sociedad, me refiero a las representaciones sociales.

El concepto de representaciones sociales, propuesto por Serge Moscovici (1974) ha sido retomado por gran cantidad de teóricos, entre ellos Denise Jodelet, Willem Doise y Jean-Claude Abric, mismos que han brindado variedad de definiciones sobre dicho concepto. Por su parte, Marco A. González (2021) brinda una definición muy puntual, él señala que las representaciones sociales "se refieren al saber del sentido común que se construye grupalmente desde la cotidianeidad y que se diferencia plenamente del saber científico." (González, 2021, p. 3). De esta definición debemos comprender que las representaciones sociales surgen de la cotidianeidad, no son impuestas, sino que son producidas y fijadas en la vida diaria por todos los miembros de una sociedad y no por un grupo reducido de autoridades.

Jodelet (1986) agrega que las representaciones sociales son "imágenes condensadas de un conjunto de significados" (p. 469) que sirven de referencia para interpretar lo que nos acontece, su función es clasificar las circunstancias e individuos con los que interactuamos. Jodelet argumenta que los medios de comunicación

influyen en el surgimiento de las representaciones sociales y que éstas son creadas a partir de la relación entre sujetos sociales y un objeto de interés, ya sea un fenómeno, una persona o –en este caso— mujeres con poderes sobrehumanos.

La autora también indica que de la relación entre sujetos de un mismo grupo social surgen representaciones sociales, en términos del presente trabajo, el grupo social del que hablo son los y las fans de superhéroes de las producciones audiovisuales de Marvel, dicho grupo social está englobado en el *fandom* de superhéroes, sin embargo, no estudio a todo el *fandom*, sólo una fracción muy pequeña de él, las características que integran a dicha fracción son detalladas en el Quinto Capítulo

Los estereotipos de género presentes en estos productos culturales contienen elementos de hipermasculinización en los hombres y la hiperfeminización en las mujeres. La hipermasculinización se observa en el cuerpo musculoso de los hombres pues es importante que sus cuerpos exhiban una gran musculatura, aunque ésta sea generada por computadora o los músculos sean sobrepuestos en sus trajes. La falta de músculos provoca dudas de su capacidad para fungir como superhéroe e incluso de su heterosexualidad (Huerta & Torres, 2019) —elemento central para el género de superhéroes. Esto es un ejemplo de lo peligroso que son también los estereotipos de género para los hombres.

De acuerdo con Brown (2017) la hipermasculinización de los hombres también se da haciendo uso de la tortura y el sufrimiento pues constantemente se muestra a los superhéroes soportar grandes daños en su cuerpo. Se usa la tortura y el sufrimiento para negar el factor erótico que pueda provocar en el espectador el cuerpo desnudo del protagonista. El daño corporal indica, a la vez, la alta capacidad del personaje para soportar el dolor y su impresionante capacidad de resiliencia y energía

para seguir adelante Por otro lado, las mujeres son hipersexualizadas. En los cómics las mujeres son dibujadas en poses que resaltan sus muslos, caderas y pechos, mientras que en pantalla puede observarse en “sus trajes ajustados, el maquillaje impecable y el uso recurrente de habilidades sexuales para lograr sus objetivos” (Huerta, 2023, p. 634) Su heterosexualidad es un elemento central para una audiencia mayoritariamente masculina, casi un tercio de la audiencia estadounidense es masculina de acuerdo con Watson (2022). Las diferencias en la forma de representar a hombres y mujeres revelan expectativas asignadas sobre todo a las mujeres mientras que reproducen y refuerzan estereotipos de género. De acuerdo a Brown (2017) mientras los superhéroes encarnan las fantasías masculinas, las superheroínas encarnan las fantasías sobre las mujeres.

La creación y trama de estos personajes siempre ha estado ligada a cambios sociales coyunturales, sin embargo esto es más evidente en las superheroínas, cuyo vestuario, cuerpo y papel dentro de la trama se han visto influenciados por diferentes movimientos políticos, sociales y feministas. Para ejemplificar esto me remito a *Wonder Woman*, personaje de DC Comics quien ha sufrido cantidad de cambios en su vestuario y personalidad para ir acorde al pensamiento conservador o feminista del momento.

2.2 Wonder Woman. De la Tercera Ola al Postfeminismo

Wonder Woman, cuyo nombre es Diana Prince, fue creada al poco tiempo de iniciada la Segunda Guerra Mundial. Concebida por el psicólogo estadounidense William Moulton Marston, bajo el seudónimo de Charles Moulton, la psicóloga y esposa de Marston, Elizabeth Holloway y la amante de ambos, Olivia Byrne; dibujada por Harry G. Peter. El debut de la superheroína fue en *All Star Comics #8*, a finales de 1941. Al

hablar del personaje de la Mujer Maravilla, quiero hacer énfasis en sus creadores y los cambios que la superheroína ha sufrido a través del tiempo, según el trasfondo social del momento y las personas que han estado a cargo de la escritura.

En su libro titulado *Emotions of Normal People* (1928) el Doctor Marston plasmó sus reflexiones sobre las cualidades de las mujeres y su capacidad para superar a los hombres en aspectos como liderazgo, persuasión, gobernanza (Marston, 1928). Marston apoyó abiertamente las primeras movilizaciones a favor de los derechos de las mujeres, su derecho a votar y la equidad profesional entre hombres. Marston comenzó a trabajar en Detective Comics, como consultor educativo y posteriormente creó, junto con el artista HG Peter, a la superheroína más famosa de Estados Unidos.

Elizabeth Holloway fue una mujer académica, abogada con dos maestrías en psicología, que desafió los estándares de lo que una mujer podía lograr. Ayudó a Marston con su investigación para obtener el grado de doctor en psicología, la cual se basaba en la relación de la presión sanguínea con la mentira, bajo la hipótesis de que el cuerpo humano sufre cambios fisiológicos cuando engaña, los resultados de su investigación son un antecedente a la creación del polígrafo (Hanley, 2014).

Por otro lado, Olive Byrne Richard fue hija de la feminista Ethel Higgins Byrne, y sobrina de la enfermera a favor del control natal Margaret Sanger, quien abrió la primera clínica de control natal en Estados Unidos (Blake, 2020). Olive nunca estuvo casada formalmente ni con el Moulton ni con Holloway no obstante, toda su vida portó un par de brazaletes como símbolo de su unión con ellos, los brazaletes que forman parte del vestuario de la superheroína (Milne, 2019). La historia entre Elizabeth, Olive y William ha sido resumida de forma formidable en la película biográfica *Professor*

Marston and the Wonder Women (2017)²⁶, dirigida y escrita por la cineasta Angela Robinson. Aunque algunos críticos de cine y personas cercanas al propio William, entre ellos sus propios hijos, argumentan que la película no está “basada en hechos reales”, sino que sería mejor catalogarla como *inspirada* en hechos reales (Langley, 2017), debido a la forma controversial en la que presentan la relación entre William, Elizabeth y Olive.

El elemento más polémico es la supuesta relación homoerótica entre Elizabeth y Olive, al respecto Langley (2017) menciona haber tenido contacto directo con Pete, hijo de Moulton, y argumenta que no hay evidencia que confirme que dicha relación existió, por lo tanto, la película no puede ser tomada más que como una interpretación de la realidad. No obstante, los hechos que sí están confirmados son que William, Elizabeth y Olive vivían juntos en una misma casa, también es cierto que el matrimonio adoptó a los hijos de Olive, mismos que tuvo con William. Un hecho más es que Elizabeth y Olive continuaron viviendo juntas aún después de la muerte de William (Berlatsky, 2017). Debido a la relación de Moulton con Olive y Elizabeth, así como la personalidad de ambas, mujeres independientes y feministas, es difícil hacer a un lado la influencia de ellas en la creación de la Mujer Maravilla.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el personaje libre y desafiante de los estereotipos de género sufrió una serie de cambios narrativos. La Guerra Fría provocó articulaciones en la sociedad estadounidense, pues el objetivo era construir una identidad nacionalista, un estilo de vida, que hiciera frente a aquel promovido por el bloque socialista, en este contexto fue creado el Código de Autoridad del Cómic, del cual ya he hablado en el capítulo anterior. Cabe señalar que antes de 1945 aún no se publicaban historietas específicas para mujeres que dividieran a los consumidores de

²⁶ La película está disponible en el servicio de *streaming* Amazon Prime.

los cómics entre héroes y romance (Bernárdez, 2018), pero después de la implementación del código, los consumidores comenzaron a ser predominantemente hombres.

Si bien todos los superhéroes sufrieron cambios debido al Código, quiero dedicar las siguientes páginas de este apartado para brindar atención al personaje de Wonder Woman en los cómics con la finalidad de ejemplificar los cambios que sufren las superheroínas según los intereses económicos de las editoriales y los principios éticos de quien las escribe. Para ello retomo el trabajo realizado por Carolyn Cocca (2016) en donde se cuestiona sobre las “posibilidades transgresoras y restricciones en las representaciones de género y poder” a través de acercamiento a los personajes de la Mujer Maravilla (1941), en su presentación impresa, y a *Buffy, la cazavampiros*, en cómics y su serie televisiva (1997-2003).

Cocca se centra en las interacciones en las esferas públicas donde confluyen las opiniones de los artistas, escritores y las audiencias, espacios donde “se empoderan y se limitan mutuamente en cuanto a cómo se producen las articulaciones de género y cómo éstas son recibidas” (2014, p. 216). La autora también identifica demandas feministas presentes en el personaje y las relaciona con aquellas presentes en la Tercera Ola del Feminismo. De acuerdo con Cocca (2014), la Tercera Ola Feminista hace referencia a protestas comprendidas entre la década de 1980 y 1990. Aunque, Jordana y Benitez (2021) señalan que la tradición anglosajona periodiza al feminismo de la Tercera Ola diferenciando entre lo acontecido entre la década de 1960 y 1970, y aquello de 1980 a 1990. Mientras que Varela (2019) señala que la Tercera Ola comprende desde 1967 a 1975. En lo que sí coinciden las autoras es en que la Tercera Ola feminista se alza a favor de la diversidad racial y de orientación sexual.

Cocca parte el análisis de Diana Prince cuando el personaje fue relanzado en 1987, por la mente creativa de George Perez, bajo la edición de Karen Berger, la primera editora del personaje; y con la ayuda de la periodista feminista Gloria Steinem. A la vez, la autora, realiza una comparación con la versión de la superheroína bajo la escritura de William Messner Loeb y el arte de Mike Deodato. La autora identifica el uso de la ironía como característica de la Tercera Ola del Feminismo, además, afirma que la tercera ola es crítica de la Segunda Ola debido a que ésta última ignora las experiencias de opresión sufridas por mujeres que no son blancas ni heterosexuales.

La versión de Pérez de la Mujer Maravilla retomó elementos originales del personaje, como el uso de sus poderes únicamente cuando la diplomacia no servía para resolver el conflicto. Pérez dibujó a Diana más “étnica”, para demostrar que no es estadounidense, sino griega; además introdujo al personaje de Phillipus, confidente de tez negra de su madre. Pérez incluso mencionó “que algunas Amazonas tenían relaciones románticas y/o sexuales entre sí” (Cocca, 2014).

Después de que Pérez abandonara el título en 1992, la superheroína pasó a manos del escritor William Messner Loeb y del ilustrador Mike Deodato. Al hacer revisión del trabajo artístico realizado por Deodato, el periodista y conocedor de la cultura popular Michel Campochiaro escribe:

Lo único que sabía sobre esa serie era que *esta* era la época infame en la que Diana usaba una tanga increíblemente pequeña. En serio, debía haberse sentido terriblemente incómoda peleando con esa cosa. Incluso como la mujer más famosa de los cómics, Diana aún no es inmune a ser objetivada tanto por lectores como por creadores. (Campochiaro, 2017)

De acuerdo con Cocca (2014), bajo este equipo creativo el cómic de la superheroína presentó más violencia y más sangre. Durante este periodo las ventas de cómics de superhéroes comenzaron a decrecer y fue en ese momento cuando su base de fans comenzó a consolidarse de forma más homogénea: “mayoritariamente masculina, heterosexual y adulta” (p. 99), era el inicio de la década de 1990. De esta versión de la Mujer Maravilla, Cocca (2014) rescata cartas escritas por los fans hacia los editores, en ellas se exponen las distintas formas en que los lectores recibieron esta nueva versión de la heroína, unos alabaron el arte que une a una mujer guerrera y a una hermosa princesa mientras otras demandaron mayor dignidad y un poco de ropa para el personaje. (Cocca, 2014, p. 99). De acuerdo con Cocca, ambas posturas presentan ideas de la Tercera Ola feminista pero el contraste de sus opiniones indica un punto de inflexión dentro del movimiento feminista. Por un lado, se encuentra la celebración de las elecciones individuales y la sexualidad libremente ejercida por las mujeres, misma que les otorga la libertad de exhibir su cuerpo según su voluntad; por otro lado existe la crítica a la objetivación de las mujeres. Al respecto, Cocca señala el impase que representa la existencia de ambas posturas, “soportar la primera podría significar reforzar aún más las imágenes objetivadoras; apoyar a la segunda podría significar alienar a las potenciales feministas criticando lo que encuentran atractivo e implicando que no son lo suficientemente conscientes políticamente” (p. 99). La situación hallada por la autora es un tema recurrente al hablar de personajes femeninos en el mundo de los superhéroes, pero también es un debate que se inserta en otras esferas de consumo.

El punto de encuentro es la objetivación de la mujer como elemento inherente de la representación del libre ejercicio de la sexualidad del personaje femenino y la apropiación de su cuerpo, frente a una postura feminista que cuestiona los parámetros

de feminidad socialmente establecidos y la fabricación de esas representaciones para complacer a los lectores. Se contraponen la elección personal de las mujeres de exhibir su cuerpo libre de objetivación y la objetivación del cuerpo femenino a pesar de la intención personal de las mujeres.

Sarah Projansky (2011), identifica a esta libertad de las mujeres sobre su cuerpo y la exhibición del mismo como un elemento característico del *postfeminismo*, postura feminista que es alentada por el neoliberalismo, el cual otorga prioridad a los intereses y placeres personales, en contraposición con la idea de unidad entre mujeres en contra de las prácticas sexistas, impulsada por la Segunda Ola del Feminismo. Brown (2015) señala

Mientras el postfeminismo envuelve una serie de características positivas que permiten a las mujeres disfrutar y beneficiarse de sus elecciones sin sentirse culpables por participar en actividades e intereses tradicionalmente 'femeninas', también corre el riesgo de simplemente reformular el sexismo cultural como una elección de las mujeres (Brown, 2015 p. 170).

Quiero cerrar este apartado para resaltar que si bien el contexto social en el que son creados y recreados los superhéroes tiene gran influencia en ellos, quién está detrás escribiendo al personaje tiene una gran influencia en su destino, el estilo e incluso en el tipo de personas que lo consumen. En su análisis, Cocca (2014) logra identificar que cuando el personaje de Wonder Woman estuvo a cargo de George Perez y Karen Berger, se mostraban ideas apegadas al feminismo de la tercera ola, tal vez de forma sutil como en la inclusión de personajes no caucásicos o en diálogos irónicos; mientras que la versión de William Messner Loeb y Mike Deodato abandonan la postura transgresora y feminista de Perez y Berger para brindar ilustraciones más

llamativas a una audiencia masculina, aprovechando a su vez la popularidad del postfeminismo contemporáneo, como le llama Projansky (2001), y la sensación de libertad y empoderamiento que éste otorga a las mujeres.

2.3 Tropos y sexualización de superheroínas

En párrafos anteriores hice mención a los estereotipos de género reproducidos en los productos de superhéroes y lo peligroso que éstos pueden ser tanto para mujeres como para hombres. Dentro de este género, a las mujeres generalmente se les destina papeles de intereses amorosos o acompañantes de aventuras de los protagonistas sin embargo, existe otra forma en la que las mujeres son representadas: muertas.

Una vez que se plantea a una mujer como pareja del superhéroe protagonista, es común que los escritores decidan matarla con el objetivo de brindar al personaje principal la motivación necesaria para actuar como héroe. A este recurso o tropo, literario en el mundo de los cómics se le llama *fridging* (refrigeración) y hace referencia a un sangriento y frío momento en concreto en la historia de los cómics. En *Green Lantern #54*, publicado en 1994, mostró a los lectores el momento en el que Green Lantern llega a su casa sólo para encontrar –*spoiler*– a su novia, Alexandra DeWitt, muerta y metida en su refrigerador. El término fue acuñado por Gail Simon, quien creó el sitio web llamado *Women in Refrigerators* en donde se puede consultar una larga lista de personajes, en su mayoría femeninos, que fueron creados y matados por los escritores con el único objetivo de servir de motivación para el personaje principal.

Simon (1999, párr. 1-2) comenta en su sitio web: “esta es una lista que hice cuando me percaté que no es saludable ser un personaje femenino en los cómics [...]. Estas son superheroínas que han sido despojadas, violadas o cortadas y atascadas

en el refrigerador.” Cabe señalar que la refrigeración de las mujeres en el mundo de los superhéroes trasciende el formato impreso y es usado también en las adaptaciones audiovisuales, un ejemplo de refrigeración en el plano audiovisual ocurre en la película *Deadpool 2* (2018), donde la novia de Wade, Vanessa es asesinada; hecho que sirve de motivación a Wade para cuidar de un joven mutante, factor que guía la trama de esa cinta.

En el ámbito audiovisual la representación de los personajes femeninos no carece de imágenes sexistas, el vestuario, a veces muy pegado o muy escaso, está diseñado para acentuar el cuerpo femenino. No obstante, al igual que en el formato impreso, influye mucho la mente de quién está detrás de estos personajes. En la película *Wonder Woman* (2017) dirigida por Patty Jenkins, los vestuarios estuvieron a cargo de Lindy Hemming, la diseñadora otorgó armaduras que parecen apropiadas para el combate realizado por las guerreras que son las Amazonas. Por otro lado, los vestuarios otorgados a las Amazonas en la película *Justice League* (2017) dirigida Zack Snyder, estuvieron a cargo de Michael Wilkinson quien realizó cambios notables a las armaduras. Los fans no tardaron en señalar que en *Justice League*, las Amazonas portan armaduras que parecen bikinis e inmediatamente señalaron el sexismo de quien dirigió la película y realizó los vestuarios. En una entrevista, Wilkinson (Wood, 2017) reveló que la decisión de ponerle ese tipo de armaduras a las Amazonas vino directamente de Snyder, quien buscaba un estilo primitivo ya que la secuencia en la que las Amazonas usan esa armadura se encuentra en una temporalidad en la que la humanidad aún no tenía gran dominio de la herrería.

2.4 Cambios representacionales y narrativos. De la sexualización a la acción

Como presenté en el capítulo anterior, la creación y cambios en los superhéroes siempre han estado ligados a cambios sociales coyunturales. En la primera década del siglo XXI han ocurrido cambios estructurales en la industria hollywoodense así como sucesos políticos y demandas sociales que han propiciado cambios en las representaciones de las superheroínas, tanto en cómic como en cine y televisión. En el ámbito cinematográfico y debido a la cantidad de producciones, son los personajes de Marvel donde estos cambios resultan más notables.

Una de las razones para que ocurrieran estos cambios es que detrás de la creación de dichos personajes se encuentran muchas mujeres, “desde su aparición en los cómics hasta su adaptación para series televisivas; directoras, guionistas y actrices han brindado nuevos personajes femeninos que distan de los cánones tradicionales para las mujeres presentes en este género” (Huerta, 2023, p. 636). Los personajes que voy a presentar a continuación no fueron seleccionados por mí sino que fueron los fans partícipes de este estudio quienes identificaron a estos personajes como el feminismo encarnado.

2.4.1 De Ms. a Capitana

El personaje de *Capitana Marvel* ha pasado por una gran cantidad de relanzamientos bajo la mano de múltiples escritores y artistas. Algunos fans consideran que se trata de un mal personaje, tanto en su formato impreso como en audiovisual. El desprecio por el personaje es tal que las críticas a éste también se han dirigido a la actriz Brie Larson, quien interpreta a la superheroína en las películas y series de Marvel, como ya he mencionado en capítulos anteriores. Para comprender la importancia y el revuelo que causa dicho personaje es necesario viajar en el tiempo, a su origen.

En un inicio, Carol Danvers, ahora conocida como *Captain Marvel*, fue *Ms Marvel*—otra superheroína— y apareció por primera vez en *Marvel Super-heroes #13* (1967), escrito por Roy Thomas y con el arte de Gene Colan. En esta serie Carol Danvers “es una mujer blanca, rubia, cuya labor es ser jefa de seguridad de la base aérea militar, su vestuario consiste en pantalones y una blusa formal sin mangas” (Huerta, 2023, p. 637). Se trata de un personaje secundario, sin poderes, que se siente intrigada por el Capitán Mar-Vell, un alienígena de la raza Kree que toma la identidad de Walter Lawson. Al igual que muchas de las primeras superheroínas, el origen de Ms. Marvel está ligado con un superhéroe masculino, pues Danvers recibe sus poderes después de ser expuesta a la radiación de la explosión de un aparato Kree, la cual causa que su estructura genética se fusione con la de Capitán Mar-Vell

Posteriormente salió *Ms. Marvel Vol. 1* (1997) escrita por Gerry Conway y con el arte de John Buscema. En esta versión el vestuario otorgado a *Ms. Marvel* incluía unos calzoncillos negros en forma de V, una prenda roja de manga larga ajustada al cuerpo con una apertura en el abdomen que deja al descubierto el vientre de la superheroína, unos guantes negros que inician en el antebrazo y se extienden hasta las muñecas. Un año después, el título fue escrito por Chris Claremont y dibujado por Dave Cockrum, quien rediseñó el vestuario en el título *Ms. Marvel #20* (1978). Ese uniforme consiste en un leotardo negro con una delgada línea dorada en forma de S que va desde su hombro izquierdo y termina en el lado derecho de su cadera, unos guantes negros que inician en los bíceps y cubren sus manos, dejando al descubierto sus hombros; unas botas negras dejan al descubierto sus muslos. Este diseño fue usado en las versiones siguientes y por diversos artistas, consolidándose como el característico de la superheroína.

Fue hasta el año 2012, bajo la escritura de Kelly Sue DeConnick y el talento artístico de Dexter Soy, que Carol Danvers asume, por fin, el nombre de *Captain Marvel*, Capitana Marvel. Los hechos suceden en el título *Captain Marvel #1*, donde Carol Danvers, hasta entonces conocida como Ms. Marvel, decide portar el nombre de Captain Marvel en honor al fallecido Mar-Vell. Esta versión porta un traje completo, entallado sí, pero que únicamente deja expuesto el rostro de la superheroína, cuando no está usando su casco. El vestuario es azul con detalles en rojos y amarillos, una pequeña estrella amarilla de ocho puntas adorna su pecho. El grupo editorial que decidió los cambios en el personaje expone:

El traje era excitante, pero, otra vez, para su época y no era para nada práctico. Por seguro que es un traje que llama la atención –y sirvió bien su propósito por 35 años– pero no siempre fue la atención que queríamos para posiblemente nuestro personaje femenino más fuerte. La manifiesta sensualidad del traje a menudo –acertada o erróneamente– hacía que el personaje fuera descartado por completo por personas que no están familiarizadas con la profundidad y la riqueza de la historia de fondo de Carol (DeConnick, 2012, p. 23).

En ese comunicado es claro que no querían que el personaje fuera tratado como hasta entonces había sido, sexualizado. En la decisión de hacer de Carol Danvers la portadora del título Capitana Marvel estuvieron involucradas las editoras Ellie Pyle y Sana Amanat, Stephen Wacker, como editor senior, y Axel Alonso como editor en jefe²⁷.

²⁷ Para mayor información sobre los y las escritoras detrás de las series de Capitana Marvel, así como los artistas involucrados, recomiendo dirigirse al trabajo realizado por Murga M. María Luisa (2020)

Ahora bien, el actual debate que rodea a Capitana Marvel inició cuando la cinta *Captain Marvel* (2019), protagonizada por la actriz Brie Larson, estaba siendo publicitada. Las principales críticas fueron dirigidas hacia la falta de carisma y sonrisas de parte de la actriz durante las entrevistas, en los posters promocionales, el avance publicitario y durante toda la película; críticas que fueron señaladas por otros fans como sexistas argumentando que no se le exige lo mismo a los superhéroes hombres. Del debate vertido en redes surgió la dinámica, impulsada por algunos fans, de intervenir posters publicitarios de películas de otros superhéroes hombres y agregarles sonrisas, algunos fueron compartidos por la propia Brie en su cuenta de Instagram¹.

A la anécdota se le suman declaraciones que Larson hizo sobre las personas que realizan críticas de cine, señalando que quienes las realizaban eran generalmente hombres blancos y que por lo tanto no quería saber su opinión si la película en cuestión estaba dirigida para niñas, adolescentes y mujeres de color (Cronin, 2019). Sus declaraciones fueron sacadas de contexto de tal forma que gran cantidad de hombres comenzaron a crear lo que se convertiría en una gran campaña en contra de la actriz y la película *Captain Marvel*, que estaba apenas siendo realizada.

2.4.2 La inteligente e irónica She-Hulk

La primera aparición de Jennifer Walters/ She-Hulk, ocurre en el primer número de *The Savage She-Hulk*, (1980). Jennifer, una abogada de Los Ángeles es transformada en She-Hulk después de que su primo, Bruce Banner, *The Hulk*, le realizara una transfusión de su propia sangre con la única intención de salvarle la vida. El resultado es que la radiación en la sangre de Banner afecta de la misma manera a Walters, convirtiéndola en *She-Hulk*.

Stan Lee realizó el primer número del personaje con el único objetivo de impedir que los ejecutivos de Universal Television, que en ese entonces estaba exhibiendo la serie televisiva *El Increíble Hulk* (1977-1982) presentaran una versión femenina de Hulk y los derechos de dicho personaje quedaran en esa televisora. (Housman, 2023) Posterior a ese primer número realizado por Lee, David Anthony Kraft tomó en sus manos al personaje. La She-Hulk hecha por Anthony es un personaje que mantiene su intelecto y la noción de sí misma en todo momento; contrario a lo que sucede con su primo, quien se muestra más tonto, bestial y agresivo. Desde su concepción impresa, Jennifer Walters/She-Hulk destacó por unir su lado fuerte e intimidante de Hulk, con el raciocinio de la abogada humana que fue antes de sufrir la transformación, elemento que perdura en la más reciente versión televisiva y de la cual haré mención más adelante.

En los cómics el vestuario de She-Hulk consiste en un leotardo blanco con detalles morados a los costados, su piel es verde, al igual que la de Hulk, y su pelo lacio cae sobre sus hombros. Al ser un personaje con gran fuerza, su físico deja notar una gran musculatura, aunque no al nivel exagerado con el que se dibuja a Hulk, la imagen de una mujer musculosa es contraria a la hipersexualización realizada a las mujeres dentro de este género, en las representaciones audiovisuales el estereotipo perdura, la serie televisiva de She-Hulk es prueba de ello.

She-Hulk: Attorney at law (2022)²⁸, se trata del debut audiovisual de este personaje. La primicia de la serie es mostrar a Jennifer Walters tratando de mantener el equilibrio entre su vida de abogada y su nueva vida con poderes gracias a su condición de Hulk. El casting de la serie está integrado por la actriz canadiense

²⁸ La serie tuvo como escritora principal a estadounidense Jessica Gao, aunque también hubo episodios escritos por Francesca Gales & Jacqueline Gales, Melissa Hunter, Dana Schwartz, Kara Brown, Zeb Wells y Cody Zigar, ambos los únicos hombres en escribir capítulos para la serie. Mientras que los episodios estuvieron dirigidos por Kat Coiro y Anu Valia.

Tatiana Maslany, de treinta y siete años, haciendo de Jennifer Walters; Josh Segarra, de treinta y seis años, como Augustus Pugliese o Pug, y la actriz estadounidense Ginger Gonzaga, treinta y nueve años, haciendo de Nikki Ramos, ambos amigos de Jennifer. La serie también cuenta con la participación de Mark Ruffalo, como el mismo Bruce Banner/ *Hulk* y Charlie Cox como Matt Murdock/ *Daredevil*.

La She-Hulk de la serie, al igual que la creada por Anthony Kraft, mantiene su inteligencia y es más hábil que Bruce para controlar sus emociones, no obstante, este fue uno de los elementos más criticados por los fans ya que en la serie Jennifer indica que su buen control de la ira y el miedo se debe a que, básicamente, ese es el modo de vida de cualquier mujer. Esto provocó la risa de algunas y el enojo de otros, como presento en el Quinto Capítulo. El uso de la comedia presente en She-Hulk me remite, una vez más, al trabajo realizado por Carolyn Cocca (2016) en donde la autora identifica como elementos característicos de la tercera ola feminista el uso de la ironía y la comedia para criticar a la sociedad, además de mostrarse a favor de la diversidad, tanto sexual como étnica. Frente a estos elementos quiero señalar que She-Hulk sí realiza una crítica a la sociedad contemporánea haciendo uso de la comedia y la ironía, los temas abordados por la serie son el acoso laboral, la objetivación de la figura femenina y los discursos de odio vertidos en redes. Además, el personaje de Jennifer Walters sí vive su sexualidad libremente, sin embargo el cuestionamiento a la heterosexualidad y la visibilidad a otras experiencias es nula (Huerta, 2023). De hecho, la heterosexualidad del personaje es algo que queda revelado inmediatamente y es reiterado a lo largo de la serie, a esto hay que añadir el hecho de que Jennifer cumple con los estándares de belleza hollywoodenses, She-Hulk también lo hace pues mientras Jennifer tiene pelo rizado, She-Hulk lo tiene lacio, indicando que la

transformación no sólo incrementa la fuerza y altura de Jennifer, sino también su atractivo—como si tener el pelo rizado fuera menos atractivo.

Los estereotipos de género, al ser representaciones sociales, se construyen en la cotidianeidad y son producidas y fijadas en la vida diaria por todos los miembros de una sociedad, no obstante, los medios de comunicación influyen en el surgimiento de las representaciones sociales. La razón porque las representaciones de las superheroínas tanto en formato impreso como en sus adaptaciones audiovisuales hayan estado plagadas de estereotipos de género se debe al contexto en el que fueron producidas, así como a las personas que las crearon.

Debido a ese comportamiento de las representaciones sociales, de los estereotipos de género, que en las producciones audiovisuales más recientes realizadas por los Estudios Marvel las superheroínas se alejan lentamente de la hipersexualización y los papeles secundarios.

La producción de los superhéroes se encuentra entrelazada con el contexto social del cual surgen, desde su primera aparición en los cómics hasta las recientes producciones audiovisuales. El relanzamiento de estos personajes, sus cambios de vestuario y nacionalidad no son la excepción, se trata de un producto altamente contextualizado. El cambio en la representación de las superheroínas en el cómic como en el cine, tanto en Marvel como en DC Comics, se debe a una serie de cambios estructurales que obedecen a cambios políticos y demandas sociales. Uno de ellos, es que detrás de la creación de dichos personajes se encuentran mujeres, desde su aparición en los cómics hasta su adaptación para series televisivas. Directoras, guionistas y actrices han brindado nuevos personajes femeninos que distan de los cánones tradicionales para las mujeres presentes en este género. No obstante, como

presento a continuación, en un ámbito que se ha caracterizado por el dominio masculino dichas representaciones crean resistencia y conflictos discursivos.

Capítulo 3

Los Geeks y su universo

La industria de los superhéroes, en cómics y en audiovisual, obtiene grandes ganancias anualmente (Ver apartado 1.6 del Capítulo 1). Su popularidad y su modo de producción masivo le han ganado un par de adjetivos que colocan al género de superhéroes dentro de una larga discusión sobre la cultura de masas, producida por las industrias culturales, y la alta cultura o cultura de élite. El carácter comercial y masivo que tienen los productos culturales del género de superhéroes así como la existencia de grupos de fans en torno a ellos hace que estén englobados, junto con otros bienes culturales en la *cultura geek*, una cultura que está integrada por una variedad de *fandoms*, intereses y actividades. Las personas que gustan de los bienes culturales que forman parte de la cultura *geek* son conocidas como *frikis*, *nerds*, *otakus*, *gamers*. Para propósitos de este estudio y, especialmente para el desarrollo de los párrafos siguientes²⁹, englobo a estas identidades bajo el término *geek*, el cual desarrollaré en este capítulo.

Uno de los elementos en común de los geeks es que son hombres, en su mayoría. Esto es así debido a discriminaciones estructurales, algunas de ellas las he mencionado en el Primer Capítulo, desde el hecho de que los escritores y artistas detrás de los cómics fueran predominantemente hombres hasta que la base de consumidores de cómics pasara a ser integrada por hombres debido a las políticas de censura instauradas a inicios de la década de 1950 y a los prejuicios asociados a los cómics y a las personas que los leen. Estos factores asociados con la exclusión sistemática de las mujeres de la vida pública y profesional abrieron una brecha entre

²⁹ Posteriormente, uso el término *fan* para referirme a las personas que gustan de los audiovisuales de superhéroes, más específicamente para referirme a los y las fans que formaron parte de este estudio.

lo perteneciente a hombres y lo perteneciente a las mujeres. Los superhéroes y los espacios geeks son consecuencia de ello.

A pesar de esas discriminaciones sistémicas, que son preocupantes por sí solas, el hecho de que existan espacios exclusivamente masculinos no es problemático por sí mismo, pensemos en un club lúdico³⁰, sin embargo la masculinidad geek se caracteriza por desplegar actitudes misóginas y discriminatorias hacia mujeres y otras masculinidades. La masculinidad geek impide el ingreso de personas que no comparten esa masculinidad a los espacios geek. Frente a la masculinidad geek, surge el *feminismo geek*, un tipo de ciberfeminismo que hace frente a prácticas sexistas y misóginas dentro de espacios geeks.

3.1 Cultura geek. De *outsiders* a *mainstream*

En Estados Unidos la industria del cómic es una altamente redituable, desde sus inicios, el año 1948, la industria logró obtener millones en ganancias (Ver apartado 1.1), su alto consumo y alta producción llevó a los cómics a ser considerados como un producto para masas, entendiendo *masa* como un grupo de personas acríticas que no necesitan mayor conocimiento para leerlos. De esta forma los cómics, como producto, adquirieron tres estigmas: son comerciales, masivos y su audiencia es poco inteligente. Estas características no son exclusivas de los cómics, de hecho cada vez que un producto cultural cumple con ellas éste es menospreciado por la elite cultural. Lentamente y sin mayor fundamento más que el rechazo por la cultura de masas, se

³⁰ Si bien la discriminación sistémica ha actuado en perjuicio de las mujeres a nivel social, sería aventurado asegurar que todos los espacios geeks existentes integrados por hombres promuevan actitudes misóginas o violentas hacia otras masculinidades o hacia las mujeres.

englobó a los videojuegos, los cómics, el manga y anime japonés, la literatura de ciencia ficción y fantasía, y la tecnología como productos de la *cultura geek*.

Si entendemos por cultura el sentido colectivo que tienen una serie de cosas y eventos, como lo sugiere Stuart Hall (1995), la cultura geek está definida por el sentido que un grupo de personas, los geeks, otorgan a productos simbólicos de la cultura popular—cómics, videojuegos, anime, superhéroes. Mientras que entre las acciones realizadas por los fans se encuentran las *fanfictions*³¹, *fanart*³², *cosplay*³³; y las relaciones que los y las fans tienen con esos productos.

De acuerdo con Ström (2021) la cultura geek es un término usado para describir la sobreposición de “subculturas” de fans de productos poco conocidos, *underground*. Verján Gutiérrez (2012) coincide con esta definición y señala que la cultura geek tiene una posición política frente a la cultura dominante, en sus palabras:

El Geek está catalogado como una cultura que tiene comportamientos y creencias diferentes a los de la cultura dominante, formada a partir de sus creencias, preferencias musicales, políticas, estéticas, e inclusive una mezcla de estas las cuales se verán reflejadas por su vestimenta, los gustos y su comportamiento ante la sociedad actual (Verján, 2012, p. 84)

Konzac (2006) identifica a la cultura geek como una contra cultura, precediendo a los *hippies* y a los *yuppies*. De acuerdo con este autor los geeks ofrecen una nueva forma de acercarse a la estética y a la cultura que desafía las concepciones tradicionales de

³¹ Se le llaman fan fictions, mejor conocidas como *fanfics*, a textos literarios ficticios creados por fanáticos basados en otros textos, ya sean películas, cómics, obras literarias, videojuegos, artistas musicales, personajes y cualquier otra cantidad de productos masivamente producidos, aunque también existen fanfics de personas no ficticias.

³² Similar a las fanfics, se le llama fanart a obras gráficas elaboradas por fans, comúnmente son dibujos representando a personajes pertenecientes a multiplicidad de productos.

³³ Proviene de la unión de *costume* (disfraz) y *play* (juego). Es un arte escénico en el que los participantes visten disfraces y accesorios para representar personajes de la cultura popular. Los *cosplayers*, como se les conoce a quien realiza esta actividad, poseen habilidades histriónicas que les permiten representar lo más posible al personaje elegido.

lo que es considerado arte. Probablemente la mezcla de literatura e ilustración en los cómics y el *pixel art*, –arte con pixeles– surgida de los videojuegos sean los ejemplos estéticos más conocidos de la cultura *geek*.

De acuerdo con Konzac, los *geeks*, a diferencia de otro tipo de fanáticos, tienen una relación estrecha con el internet, pues en buena medida surgieron a la par del Internet y comenzaron a usarlo como medio para exponer sus creaciones, conocer otros *geeks* e informarse de gran variedad de temas, en este sentido el internet brinda la posibilidad a todo usuario de volverse *geek* (Konzac, 2006, p. 6). Siguiendo en esta línea, Séverin-Eudes (2014) también señalan al surgimiento del internet, desarrollado por los militares estadounidenses a finales de la década de 1960, como la base para la formación de la cultura *geek*.

Ahora bien, el término *geek* ha tenido varias acepciones. Payton (2013) indica que este término podría provenir de Estados Unidos, específicamente de la palabra “freak”, usada para referirse a “monstruos” de feria, personas extrañas, diferentes a los demás. Séverin-Eudes (2014) señala que fue hasta el siglo XX que la palabra comenzó acercarse al significado que conocemos actualmente, “una persona erudita en ciertas áreas que disfruta de coleccionar conocimientos sobre aspectos precisos y que ama particularmente la lectura” (p. 6). El interés por los avances tecnológicos y el amplio conocimiento sobre su uso es una característica de los *geeks*, los *viejos geek*. Viejos no por su edad sino porque actualmente hay una cantidad de personas que se identifican como *geeks* y quienes no muestran pasión por la tecnología. Es decir, actualmente el término *geek* engloba más que avances tecnológicos, recientemente el uso de la tecnología es sólo una parte de los intereses de las personas *geek*.

Por su parte Harrington (2002), en su reseña sobre el libro de Jon Katz titulado *Geeks: How Two Lost Boys Rode the Internet out of Idaho*, hace una descripción bastante detallada sobre las personas consideradas como geeks.

Geeks son los niños perdidos de secundaria y preparatoria — niños listos, aparentemente criados por el internet, con sorprendentes conocimientos técnicos de multitasking, y una escasez de habilidades sociales. Ellos no suelen tener muchos amigos, por regla no juegan deportes, pueden ser estudiantes desinteresados excepto en clases con las cuales se identifican, y nunca jamás van a ‘encajar’ (p. 1).

De esta forma, la cultura geek es aquella que desafía los parámetros de lo que es considerado por la mayoría de la sociedad como cultura –arte, literatura, cine– y, con la llegada de los *eSports*³⁴, también desafía lo que es considerado como deporte. No obstante, dentro de la dinámica capitalista resulta casi imposible que toda expresión cultural permanezca oculta, *underground*, todo es propenso de ser masificado y una consecuencia directa es la transición a lo *mainstream*, lo convencional y altamente consumido. Dentro de las dinámicas de las industrias culturales, aquello que surgió como algo diferente, contracultural, es masificado y transformado en común, está de moda ser *geek*, actualmente no sólo es socialmente aceptable ser geek sino que ahora parece tener un poco de prestigio:

Ahora más que nunca, el término ‘geek’ se refiere a una alineación positiva con la cultura popular en lugar de una peyorativa. Geek connota entusiastas y aficionados e incluso sugiere un estilo de vida particular que gira en torno a internet o capital de juego (Lamerichs, 2018,p. 54).

³⁴ eSport viene del inglés *electronic* (electrónico) *sport* (deporte). Es usado para referirse a competencias de videojuegos, cuyo auge ha resultado en torneos mundiales transmitidos por plataformas de transmisión como *Twitch* y por cadenas de televisión como ESPN.

Esto es válido tanto si se es coleccionador asiduo como si sólo se consumen audiovisuales. A partir del año 2020 los Estudios Marvel han producido nueve series televisivas y tres películas que sólo pueden verse, de forma legal, pagando una suscripción al servicio de *streaming* Disney Plus. Ser fan se está volviendo costoso. El concepto de geek que uso en este trabajo se refiere a una persona que gusta de productos mediáticos poco comunes –menospreciados por la cultura dominante–, posee conocimientos y/o muestra interés por la tecnología y mantiene una relación con ella que va más allá de usarla como herramienta de trabajo es decir, realiza actividades lúdicas y de socialización. Una persona *geek* puede mostrar todos o algunos de estos elementos, de igual forma, yo consideré como *geek* a la persona que se presentaba a sí misma como tal, lo mismo ocurre con los participantes que se identificaron como fans de superhéroes, pues no realicé ningún cuestionario para medir su fanatismo sino que ellos se identificaron a sí mismos como tal.

Quien es *geek* no necesariamente es fanático y viceversa, aunque existen similitudes entre ellos. Si bien los *geeks* muestran un fanatismo por los productos que consumen, es su posición como externos ante los gustos comunes la que los diferencia. Por ejemplo, una persona puede ser fanática del fútbol, interés que en México y en gran parte del mundo es considerado como común, de hecho entra perfectamente entre lo popular y común; no así el gusto por *World of Warcraft* o *The Bad Batch*.

Los fans de los cómics tienen ese elemento de marginalidad y menosprecio que caracteriza a la cultura *geek* pues, como expuse en el Capítulo 1, una consecuencia de la censura que sufrieron los cómics a partir de la década de 1940, fue la creación del estereotipo de sus fans, a quienes se les comenzó a ver como infantiles, inmaduros y, debido a que la censura estaba dirigida contra el horror y la

sexualidad, también se les catalogó como perturbados e inadaptados sociales. A través de la censura de personajes —mujeres—y narrativas —aquellas que mostraban a minorías raciales o sexuales— la censura que sufrieron los cómics cimentó, al menos en ese grupo de fans, la masculinidad *geek* corporizada por hombres blancos heterosexuales. Para algunos autores la comunidad *geek* —entendida a ésta como el conjunto de personas que comparten intereses por productos de la cultura *geek*—es “inherentemente [...] masculina y blanca” (Ström, 2021, p. 7), por ello la consolidación de los *fandoms* como espacios masculinos trae problemas para todos aquellos que no cumplen con las características de la masculinidad *geek*.

3.2 Masculinidad Geek. Dinámicas tóxicas dentro de los *fandoms*

En la segunda década del siglo XXI acontecieron una cantidad de sucesos dentro de la cultura *geek* que provocaron ira y disgusto en los *geeks*, quienes no tardaron en sacar sus actitudes más misóginas. A partir del año 2013, en Estados Unidos comenzaron a realizarse apasionados y violentos debates —de los cuales fui testigo—en redes sociales, especialmente en Twitter, Reddit y 4Chan, que giraban en torno a lo que los fans identificaron como una clara injerencia de las políticas de identidad e ideología de género en sus series, libros, cómics y juegos favoritos.

Surgieron los *Sad Puppies*, un grupo de fanáticos se organizaron para influir en la votación de los Premios Hugo —galardones a lo mejor de la literatura de ciencia ficción y fantasía— y evitar que ganaran obras que reflexionaban sobre cualquier tema social, como racismo, sexismo, ecologismo. Obras literarias que, coincidentemente, estaban escritas por mujeres.

Al año siguiente ocurrió Gamergate³⁵, como se le conoce en el mundo geek a la oleada de acoso y amenazas dirigidas a desarrolladoras de videojuegos de parte de un grupo de jugadores quienes alegaban favoritismo hacia esas mujeres. A esto hay que añadir las amenazas y actos violentos que vivió la crítica feminista Anita Sarkeesian, quien comenzó a compartir en su página web *Feminist Frequency*, análisis sobre la cultura popular y las representaciones de las mujeres en la industria de los videojuegos.

Dos años más tarde, en 2016, lo mismo ocurrió en el mundo de los cómics, en esta ocasión “un sector reaccionó contra la puesta al día de las editoriales DC y Marvel, que cada vez incluyen más autoras e ilustradas y más personajes femeninos, lgtbi+ y étnicamente diversos” (Martínez, 2020, p. 70). Martínez incluso identifica estas reacciones vinculadas con la extrema derecha estadounidense, no obstante vale señalar que las críticas e insultos hacia Sarkeesian provinieron de múltiples países.

Algunos autores señalan (Braithwaite, 2016; Ström, 2021) que las actitudes violentas que rechazan la diversidad de personajes en los productos y de creadores de contenido dentro de la cultura geek se debe a elementos característicos de la *masculinidad geek*, que a la vez son propios a la cultura geek en general³⁶. De acuerdo con Braithwaite (2016) la masculinidad geek es una identidad de género que se caracteriza, en parte por, el gusto por la tecnología y que presenta prácticas misóginas como un componente reiterativo (Braithwaite, 2016). Kira Hall (1996) se refiere a ella como *cibermasculinidad*, un conjunto de actitudes, entre ellas el acoso y

³⁵ Para conocer otra opinión respecto al inicio de gamergate se recomienda ver: PSA Sitch, (2017) Gamergate Controversy Explained Easy Cartoon en Youtube, disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=STI7-_f4_eA

³⁶ Sobre este punto quiero dejar en claro que no es el desagrado hacia las representaciones de grupos minoritarios o mujeres lo que es dañino dentro de la masculinidad geek, pues no es mi objetivo juzgar los gustos individuales, lo que quiero enfatizar es que cuando surge un producto mediático —una película o una serie— realizado por mujeres o que muestra mujeres o grupos minoritarios en papeles protagónicos, éste es consumido con mayor escrutinio y se le exige más que a productos hechos o protagonizados por hombres heterosexuales.

violencia, realizadas por hombres en espacios digitales. Por su parte, Ström (2021) indica que la masculinidad geek es considerada como una masculinidad subordinada en relación con la *masculinidad hegemónica*, concepto surgido del trabajo de Raewyn Connell (2015).

Connell (2015) usa el concepto: masculinidad hegemónica para referirse a la existencia de todo un aparato (familia, medios de producción, medios de comunicación) estructurado para mantener el orden de género establecido, en el cual un grupo (los hombres) sostiene una posición de dominio en la sociedad. De acuerdo con esta autora la masculinidad hegemónica es causante la existencia de inequidad de género y se mantiene de ella. Su distribución ocurre a través de una globalización cultural haciendo uso de representaciones mediáticas, estereotipos de género.

Messerschmidt argumenta que “la masculinidad hegemónica no tiene significado fuera de su relación con la feminidad enfatizada —y las masculinidades no hegemónicas— o aquellas formas de feminidad que se practican en una relación subordinada complementaria, obediente y complaciente con la masculinidad hegemónica” (2019, p.2). Es decir, la masculinidad hegemónica sirve, no sólo para estandarizar los ideales del hombre, sino que presenta un conjunto de características y prácticas que permiten la existencia de la misoginia y actitudes sexistas.

Connell señala la existencia de cuatro tipos de masculinidades que surgen en relación a la masculinidad hegemónica, éstas son: cómplice, subordinada, marginada y protestante. Ström coloca a la masculinidad geek como una masculinidad subordinada ya que no cumple con el papel socialmente esperado de los hombres, es decir: activos físicamente, extrovertidos, con iniciativa. Mientras que, para Massanari (2017) por momentos la masculinidad geek presenta elementos de hipermasculinidad al valorizar el intelecto sobre la inteligencia emocional, a la vez que

rechaza otras características hipermasculinas como el rechazo por actividades físicas o mostrar incomodidad ante situaciones sexuales o relaciones románticas.

De acuerdo con Massanari, a pesar de que el gusto por los productos geeks está siendo cada vez más común y aceptado, “aquellos que se identifican con la cultura geek frecuentemente se sienten marginados, ya que sus intereses son marcados por la cultura dominante como extraños o raros” (Massanari, 2017, p. 332).

La autora continúa con la descripción de la masculinidad geek y agrega:

Sugerir que la cultura geek también puede ser opresiva y marginar ciertas poblaciones puede crear una sensación de disonancia cognitiva para estos individuos, quienes probablemente se ven a sí mismos como externos perpetuos y, por lo tanto, no pueden o no quieren reconocer su inmenso privilegio³⁷ (Massanari, 2017,p. 332).

En la última parte de la cita Massanari hace referencia al artículo de Laurie Penny titulado *On Nerd Entitlement* (2017) en el cual la autora se refiere al privilegio masculino de los hombres geeks blancos y heterosexuales. En dicho texto Penny habla sobre la incapacidad que tienen los hombres nerds, aquellos que disfrutan de temas referentes a ciencia y tecnología, de ver más allá de su sufrimiento y quienes no pueden evitar verse como víctimas de una sociedad que siempre ha menospreciado su carácter introvertido e intelectual. De acuerdo con la autora, aquellos que se identifican con esa masculinidad nerd, –vale recordar la relación entre los nerds y la tecnología como parte de la cultura geek– son:

³⁷ El privilegio al que se refiere Penny es al privilegio masculino de hallarse en una posición de poder en contraste con las mujeres, situación posible en un sistema jerárquico que crea dinámicas en las que se discrimina a unos y privilegia a otros. El privilegio masculino es un concepto que no desarrollaré en este texto; sin embargo, si al lector le interesa el tema puede dirigirse a: Pierre Bourdieu, 2007; Quirós, Valeria S., 2022; Albelda, Joan S., & Infantes, Anastasia, 2021.

Personas que no quieren escuchar que hay alguien más oprimido que ellas, que definitivamente no quieren escuchar que tal vez las mujeres y las personas de color también tuvieron que pasar por el infierno de la pubertad nerd, porque no se han recuperados de su propia nerdolescencia espantosa (Penny, 2017, p. 160).

Es decir, debido a que los hombres geeks se posicionan, y son posicionados por la sociedad, al margen de la masculinidad hegemónica y de la cultura dominante, les resulta tan difícil aceptar que están teniendo actitudes discriminatorias hacia otros grupos de outsiders, siendo éstos generalmente mujeres y hombres no blancos o personas con orientaciones e identidades sexuales no heteronormadas. A esto hay que agregar que, debido a que la masculinidad geek valora la noción de un idealismo racional, autónomo, individual y meritocrático (Massanari, 2017), la respuesta a la falta de diversidad dentro de las comunidades geeks es que dichos grupos minoritarios simplemente no quieren ingresar a esos espacios, no son de su interés, “en lugar de reconocer que las barreras estructurales pueden hacer que la participación sea difícil o poco atractiva” (Massanari, 2017, p. 332). Es frente a la masculinidad geek que surgen posiciones como el feminismo geek.

Si bien los espacios geek son caracterizados por ser espacios dominados por hombres quiero resaltar que no es el hecho de que haya espacios exclusivamente masculinos el problema, sino los discursos misóginos, discriminatorios y violentos que son reproducidos y validados en dichos ambientes, como aquellos reproducidos por quienes participaron en Gamergate o en el acoso a la actriz Brie Larson. El problema son que en esos espacios se respira un clima en el que la interacción resulta difícil para aquellos que gustamos de estos productos y no cumplimos con las características masculinas, blancas y heterosexuales identitarias de la mayoría de quienes los consumen.

3.3 De la Masculinidad Geek al Feminismo Geek

Frente a la masculinidad *geek*, algunas investigadoras de la comunicación mediada por computadoras y analistas del discurso en línea, han identificado un nuevo tipo de feminismo salido del ciberfeminismo, el *feminismo geek*. Bucholtz (2002), emplea el término para referirse a grupos de mujeres cuyo trabajo está relacionado con la tecnología. El término sugerido por Bucholtz tiene como antecedente el ciberfeminismo, postura feminista surgida de las primeras reflexiones realizadas por teóricas feministas sobre la relación entre las mujeres y la tecnología por ello, antes de proseguir a describir el feminismo *geek* y sus características como postura feminista, debo ofrecer antecedentes sobre corrientes ciberfeministas ante las cuales contrastar el *feminismo geek*.

Con la invención del internet y el desarrollo de relaciones comunicacionales a través del uso de tecnologías de la información, entre ellas el Internet, teóricas feministas comenzaron a reflexionar sobre los cambios que estas nuevas tecnologías provocarían en la sociedad, así como sobre la relación entre las mujeres y dichos avances tecnológicos. De acuerdo con Asunción Bernárdez Rodal (2015) el feminismo de los años noventa vio al Internet como un elemento democratizador y anti jerárquico, cuyo potencial debía ser aprovechado por el feminismo. El ciberfeminismo, de acuerdo con esta autora, es una forma de activismo en la red y la expresión del mismo puede observarse en colectivos artísticos como Riot Girl. Bernárdez indica que la práctica ciberfeminista es concretada en manifestaciones artísticas cuyo objetivo es usar el internet para dar visibilidad a las obras de las mujeres haciendo uso del internet y para catalizar acciones feministas.

Un texto fundacional del ciberfeminismo, aunque no el primero ni el único, es el realizado por Donna Haraway quien vio en el uso de la tecnología la posibilidad de

borrar dicotomías pues, argumenta, es gracias a la existencia de los binarismos que ocurre la dominación de unos bajo los otros. En su *Manifiesto Cyborg* (1985) Haraway expone que los dualismos occidentales han sido usados para “las lógicas y las prácticas de dominación de las mujeres, de las gentes de color, de la naturaleza, de los trabajadores, de los animales” (p. 34). Haraway reflexiona sobre el surgimiento de las categorías “género”, “raza” e incluso “clase” como resultado de realidades sociales contrarias al patriarcado, el colonialismo y el capitalismo; señala la incompetencia del sistema capitalista para sostener la estructura de los avances tecnológicos que reconfiguran las relaciones humanas y a la incapacidad del mismo para comprender la multiplicidad de identidades posibles gracias a la comunicación a través de las tecnologías de comunicación, haciendo énfasis en las relaciones humanas en el ciberespacio.

Inspirada por obras literarias de ciencia ficción Haraway habla de la ciencia ficción como herramienta que las feministas pueden usar para imaginar otras identidades y sociedades en un entorno altamente tecnológico. Su propuesta es que las mujeres acepten su identidad como ciborg: “un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción.” (Haraway, 1985, p. 2). Con su manifiesto, Haraway buscaba “contribuir a la cultura y a la teoría feminista socialista de una manera postmoderna, no naturalista, y dentro de la tradición utópica de imaginar un mundo sin géneros, sin génesis y, quizás, sin fin” (p. 3). No obstante, performar otras identidades en el espacio virtual no sucede como tal en la práctica, así lo expone Kira Hall (1996) en su estudio comparativo entre las posiciones teóricas de editoras de la revista electrónica feminista *Future Sex* y las interacciones reales de mujeres participantes en un espacio virtual separatista llamado SAPPHO. Uno de los objetivos de la investigación realizada por Hall es

reconciliar dos propuestas feministas conflictivas referentes a la comunicación mediada computacionalmente a inicios de 1990. Se refiere a lo que ella identifica como ciberfeminismo liberal y al ciberfeminismo radical. Les nombra ciberfeminismo debido a que ambas posturas “reflejan la intersección de la tecnología informática con la contracultura subversiva feminista” (Hall, 1996, p. 148).

El ciberfeminismo liberal es aquel que surge de las discusiones posmodernas de feministas y teóricas queer sobre la fluidez del género. Se tratan de feministas que consideran a la computadora como un aparato liberador “que no reconoce las dicotomías sociales de hombre/mujer y heterosexual/homosexual” (Hall, 1996, p. 148). Las feministas de esta corriente, ven a la computadora como icono cultural que neutraliza el género, la raza y la orientación sexual.

El caso de estudio de Hall (1996) es la revista de porno cibernético llamada *Future Sex*, la cual la investigadora describe como resultado de una de las contribuciones más extremas del ciberfeminismo liberal, pues acepta los principios del feminismo de Haraway para avanzar en la consolidación de una teoría de la liberación sexual, la cual propone que es necesaria una liberación sexual de la mujer antes de que pueda ocurrir la igualdad de género. A través de la negación de la existencia social de jerarquías sexuales y de género, los creadores de la revista asumen la equidad futurística, hablan sobre la evolución sexual e invitan a sus lectores explorar una zona de infidelidad erótica libre de culpa.

Al igual que Haraway, Hall hace referencia a escritores de ficción, en su caso a aquellos surgidos del ciberpunk que, al igual que Haraway, imaginaban un mundo mediado electrónicamente donde lo mental ya no fuera limitado por lo físico. Al igual que ellos y agregando una noción utópica de liberación sexual surgida del feminismo liberal, el posmodernismo y la teoría queer, los editores de la revista *Future Sex*,

aseguran que la ausencia de una corporalidad invita a posibilidades sexuales infinitas que reconcilian a los dos sexos y los libere de los binarismos opuestos de hombre/mujer y heterosexual/homosexual.

Al tratar las interacciones ocurridas en internet en espacios virtuales, Hall indica que múltiples investigadores sobre el “afecto” en comunicaciones virtuales reportan el desarrollo de un discurso electrónico expresado en los espacios virtuales. De esos investigadores destaca lo señalado por Niko Besnier (1990), quien expone que el uso de emoticones para mostrar el afecto en las interacciones virtuales indica la existencia de una adaptación natural de parte de los usuarios en el uso de los recursos tecnológicos. No obstante, Hall encuentra que esas prácticas disruptivas de apropiación de los recursos tecnológicos, esa adaptación natural y la creación de un discurso propio de los usuarios, ocurre de forma diferenciada entre géneros.

Hall hace referencia a los estudios lingüísticos sobre el discurso mediado computacionalmente que indican que hombres y mujeres expresan el afecto de forma diferenciada. De acuerdo con estos estudios, los hombres no sólo muestran dominio sobre las conversaciones electrónicas en espacios mixtos, sino que también son los principales acosadores en los espacios digitales frecuentes de acoso en línea (Hall, 1996, p. 154). Dichos señalamientos son “observaciones difíciles de reconciliar con la noción del ciberfeminismo liberal de una utopía neutra en cuanto al género” (Hall, 1996, p. 154).

Uno de los aportes más destacables del estudio realizado por Hall es el encuentro que tiene con la cibermasculinidad, integrada y observada como el dominio masculino de la conversación, ignorando o menospreciando los temas e interacciones de las mujeres en los foros virtuales; acoso sexual a través correos privados o la

descripción detallada de actos violentos de violación y la presencia de heterosexismo en línea, expresado en mensajes homofóbicos.

El otro caso de estudio de Hall corresponde al grupo separatista SAPPHO el cual, identifica la autora, está alineado al ciberfeminismo radical. El ciberfeminismo radical es aquel que promueve una política separatista con base en el género. Donde las mujeres se encuentren alejadas de las prácticas comunicativas opresivas de los hombres, resumidas en los párrafos anteriores. Es importante señalar que las conductas agresivas identificadas en la cibermasculinidad no son exclusivas de espacios heterosexuales, Hall identifica que ese tipo de actos son adoptados también por grupos gays, de ahí el surgimiento de grupos como SAPPHO, integrado por lesbianas y bisexuales. Hall señala que espacios separatistas como SAPPHO crean una cultura pro-mujer donde enaltecen características socialmente asociadas como femeninas por encima de aspectos masculinos.

Haciendo uso de la observación de estos espacios y los discursos vertidos en ellos, Hall analiza cualitativamente las interacciones entre las ciberfeministas radicales de SAPPHO y las contrasta con lo propuesto por la revista ciberfeminista liberal, *Future Sex*. Para Hall, la incompatibilidad entre estos tipos de feminismo en espacios virtuales “refleja las diferencias irreconciliables entre el feminismo basado en la teoría y aquél basado en la práctica desarrollados en el mundo no virtual” (Hall, 1996, p. 148). El ciberfeminismo, ya sea liberal o radical, es una postura feminista expresada en línea, en espacios virtuales, que no es concretada exclusivamente en prácticas artísticas.

Al final de su estudio, Hall concluye, al igual que otros estudiosos de la comunicación mediada en espacios virtuales como Susan Herring (1994, 2004) y Laurel Sutton, que en el espacio virtual las interacciones no son *agénero* pues éste

no se diluye en la tecnología sino que en los espacios virtuales se exageran expresiones reafirmantes del género, tanto masculinas como femeninas. En el espacio virtual los estereotipos de género no desaparecen sino que suelen reforzarse. “El género puede ser una dicotomía desafortunada, como los teóricos virtuales posmodernistas argumentan, pero el ciberespacio está generando diosas y ogros, no ciborgs” (Hall, 1996, p. 167). A las dos formas de feminismo en espacios virtuales encontradas por Hall, Mary Bucholtz (2002) agrega una tercera, el *feminismo geek*, y presenta una clasificación diferente de ciberfeminismos, además provee características más concretas con las cuales identificar el tipo de ciberfeminismo presente en los espacios virtuales.

Bucholtz renombra al ciberfeminismo liberal, *ciberfeminismo posmoderno* el cual está influenciado por teorías feministas que elogian la auto-invenición dentro del ámbito digital. Bucholtz identifica al Manifiesto Ciborg y el trabajo de Butler como ejemplos de la fluidez del género del ciberfeminismo posmoderno. Una característica del ciberfeminismo posmoderno es que resalta la ausencia del cuerpo, otorgada por el espacio del internet, como una posibilidad de liberarse de categorías identitarias basadas en el género, raza, edad y demás. La autora reserva el término *ciberfeminismo liberal* para aquella perspectiva enfocada, principalmente, en incrementar el acceso de las mujeres a la tecnología.

Por otro lado, concuerda con Hall al indicar que el *ciberfeminismo radical* aboga por el separatismo basado en el género, en la creación de ciberespacios seguros para las mujeres, esto es libres de prácticas comunicativas opresivas y masculinas. Bucholtz (2002) revela que usa el término ciberfeminismo de la misma forma que lo hace Hall en su estudio, “como rúbrica general de cualquier forma de feminismo basado en la tecnología, un enfoque que tiene el mérito de reconocer la diversidad

del feminismo en línea” (p. 280). Bucholtz también hace referencia a la definición que Sadie Plant hace del mismo, quien señala que el ciberfeminismo es “una cooperación entre mujer, máquina y nuevas tecnologías” (Bernárdez, 2015, p. 226).

A la clasificación presentada por Hall, Bucholtz agrega el término *feminismo geek*, el cual surge de su estudio sobre interacciones de mujeres en el espacio *Slashdot*, un sitio web de noticias para especialistas en informática que se refiere a sí mismo como “Noticias para nerds”. En él se puede participar en discusiones en torno a temas como el Metaverso, la nueva interfaz de Linux, Bitcoins y criptomonedas. Algo a destacar sobre este sitio es la valoración que tiene sobre el sistema Linux, indicando así su posición anti corporativa y de cooperación entre usuarios.

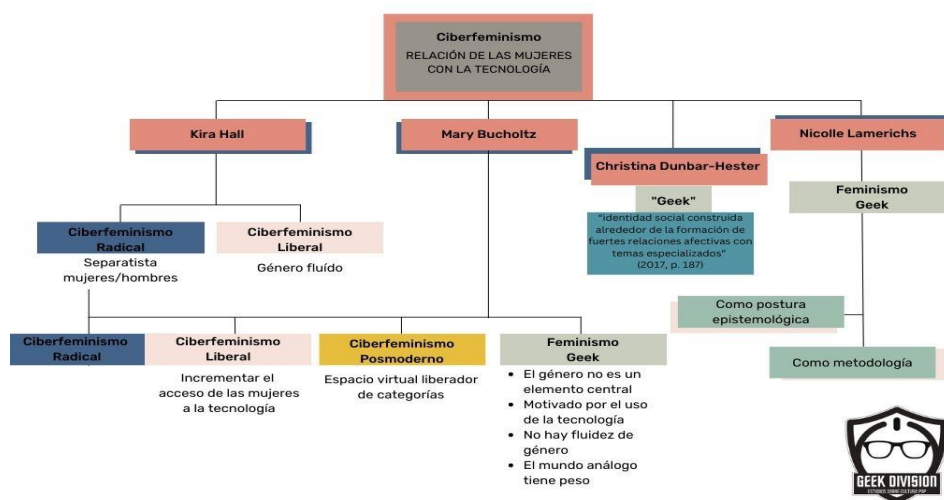


Tabla 1. Ciberfeminismos, elaboración propia.

Muy similar al estudio realizado por Hall, Bucholtz monitorea a través de la observación, las interacciones entre usuarios de *Slashdot* específicamente aquellas surgidas tras la publicación de un artículo relacionado con las mujeres geeks. El texto aún puede ser consultado y es una respuesta al cuestionamiento sobre la ausencia de mujeres *geeks*, como “la usuaria” que escribe el artículo se auto designa. La autora

tiene de nombre de usuario Skud y argumenta que la falta de mujeres geeks se debe a que muchas mujeres geeks se ocultan y lo hacen deliberadamente pues es una estrategia para ser tomada más en serio por los usuarios masculinos; otra razón, de acuerdo con Skud, es que muchas mujeres geek no quieren ser asociadas con las mujeres no geek. La usuaria también revela que las mujeres geek son apolíticas, al menos cuando se trata del tema de género, y pone en entredicho los señalamientos de las teóricas feministas que señalan que la tecnología, la computadora, excluye a las mujeres debido a que son aparatos difíciles de usar, a lo que ella identifica como inexacto.

A pesar de los argumentos de Skud sobre las mujeres geek siendo apolíticas, Bucholtz sostiene que las mujeres geek, al menos las que participan activamente en Slashdot, no son antifeministas, sino que presentan elementos de lo que ella considera como feminismo geek. De acuerdo con esta autora, las feministas geek son mujeres que devienen feministas debido a las condiciones de desigualdad y desprestigio en su vida diaria. Bucholtz las describe como mujeres que no están interesadas por temas geek debido a que son feministas, no son feministas inicialmente, sino que dentro de su contexto diario de ser geek –mujeres programadoras que aman y trabajan con tecnología– es que generan un interés por cambiar sus condiciones de vida, a favor de mayor igualdad y un mejor trato por parte de sus pares masculinos y de otras mujeres que demeritan las prácticas tecnológicas.

Bucholtz (2002) identifica dos aspectos característicos del feminismo geek. En primer lugar, el feminismo geek no está centrado en la diferencia de géneros, ni para “reducirlo, enfatizarlo o subvertirlo” (p. 282). El segundo aspecto es que el feminismo de las feministas *geeks* es motivado por su uso de la tecnología, distinto a las ciberfeministas liberales detrás de la revista *Future Sex* y las ciberfeministas radicales

de SAPPHO estudiadas por Hall; donde su feminismo motiva que se interesen en el uso de la tecnología, “mientras que para la mayoría de las ciberfeministas descritas en los estudios de género y tecnología, su feminismo motiva su uso de la computadora, para las feministas geek, su uso de la computadora motiva su feminismo” (2002, p. 282).

Bucholtz (2002) presenta ejemplos de interacciones entre mujeres y hombres dentro del ámbito de la tecnología e identifica que algunas de las actitudes de las feministas *geek* pudieran parecer antifeministas o misóginas; sin embargo, enfatiza que “el feminismo se ha enriquecido a través de la historia por desafíos emitidos por mujeres que fueron marginadas o excluidas por el feminismo dominante” (p. 201). El feminismo *geek*, señala la autora, contribuye al recordar a las feministas que “no todas las mujeres están incómodas en el mundo de las computadoras dominado por hombres” (p. 201) y agrega que el feminismo *geek* “es una versión completamente encarnada del feminismo. Las mujeres hackers no restringen su participación en la informática a entornos virtuales, como lo hacen los usuarios aficionados o no *geek* [...] gran parte de su tiempo lo pasan trabajando con computadoras en la vida real, donde su género es literalmente visible, audible y tangible” (p. 303).

Si bien Bucholtz usa el término *geek* para referirse a personas relacionadas estrictamente con la tecnología, Christina Dunbar-Hester, quien realiza su estudio sobre grupos de activistas que buscan la inclusión de más mujeres en espacios tecnológicos, específicamente en colectivos creadores de radios de baja frecuencia, reconoce la diversidad de aspectos culturales y estéticos que conforman el “reino *geek*”, tal como lo expone el sitio llamado *Geek Feminism*, el cual se trata de un espacio donde pueden confluir feministas tecnológicas y donde también brindan información sobre videojuegos, anime, películas y series televisivas, por nombrar algunos temas. Para Dunbar-Hester (2017), el término *geek* corresponde a una

“identidad social construida alrededor de la formación de fuertes relaciones afectivas con temas especializados” (p. 187), de todas las definiciones presentadas en los párrafos anteriores, esta definición de geek es la que empleo en este trabajo.

Mientras Bucholtz identifica al feminismo geek como una postura en la cual el género no está en el centro de la discusión, éste sí lo está en el feminismo identificado por Dunbar-Hester. En su estudio la autora identifica que las mujeres partícipes de la página Geek Feminism promueven espacios separatistas, a los cuales únicamente personas asumidas como mujeres pueden asistir. Siguiendo lo señalado por Hall y retomado por Bucholtz, el feminismo identificado por Dunbar-Hester presenta características de un ciberfeminismo radical, distinto al feminismo geek. Por su parte, el feminismo geek identificado por Bucholtz desafía la concepción tradicional del feminismo, pone en duda el apoyo natural entre mujeres y señala, particularmente, que “muchas hackers no adoptan las posiciones feministas tradicionales sobre el acoso, particularmente aquellas donde las mujeres pueden ser vistas como víctimas o como carentes de competencia” (Bucholtz, p. 290).

Las interacciones de confrontación entre mujeres encontradas y analizadas por Bucholtz desafían la concepción de cooperación natural entre mujeres: “Después de todo, la noción del discurso ‘cooperativo’ como característico del estilo de interacción femenina es en sí mismo una construcción cosificada que ha sido desafiada por numerosos estudiosos del lenguaje y el género” (Bucholtz, 2002, p. 291). No obstante, el feminismo de las mujeres geek estudiadas por Bucholtz sí defiende que tanto mujeres como niñas pueden ser usuarias competentes de las computadoras y que las mujeres geek no deberían ser tratadas diferentes a sus compañeros masculinos.

El feminismo geek no se centra en el género como elemento diferenciador sin embargo sí muestran preocupación por la igualdad de género en las condiciones

laborales, las feministas geeks primero son geeks y posteriormente feministas, su feminismo es motivado por su relación con lo geek, no son feministas interesadas en prácticas geek; además las feministas geek reivindican el hecho de que las mujeres pueden ser y son partícipe de espacios y temas dominados por hombres, temas y prácticas que no sólo giran en torno a la tecnología, sino sobre otros tópicos y actividades pertenecientes a la cultura geek.

Las características del feminismo geek, identificadas por Bucholtz, orientan el presente estudio e invita a buscar espacios en donde las mujeres geek tengan un papel activo, visible, audible y tangible en temas de la cultura *geek*, lugares tradicionalmente dominados por hombres. La cultura *geek* está integrada por una multiplicidad de *fandoms*, grupos de fans de productos de la cultura popular poco conocidos no obstante, dentro de las dinámicas de las industrias culturales en el sistema capitalista, toda expresión cultural es propensa a ser masificada, de forma que, actualmente, la cultura *geek* está de moda, el éxito taquillero de las películas de superhéroes y el creciente fanatismo por los videojuegos son prueba de ello.

Los *geeks*, aquellos que practican la cultura *geek*, son descritos como solitarios, inadaptados sociales, pero con gran conocimiento de sus temas de interés. Por su descripción como personas introvertidas pareciera difícil imaginar que un grupo así pueda discriminar a otros; sin embargo, sucede. La masculinidad *geek* es una práctica de género subordinada a la masculinidad hegemónica, cuyo objetivo es perpetuar el sistema de dominación de los hombres, esto es impedir o dificultar el ingreso de mujeres y todo aquel que ponga en riesgo el dominio masculino, a espacios *geeks*, ya sea como creadoras de contenido—directoras, escritoras, guionistas *youtubers*³⁸— o como fans de productos que han sido considerados históricamente

³⁸ Generadores de contenido que usan la plataforma Youtube para difundir sus contenido.

como masculinos. Frente a la masculinidad *geek* es que surge el feminismo *geek*, un tipo de ciberfeminismo que es producto de la práctica de mujeres en espacios online.

El componente *geek* de este tipo de feminismo hace referencia a la relación de las mujeres con la tecnología y a la relación y experiencia de las mujeres con productos de la cultura *geek* no obstante, el feminismo *geek* también es una metodología y una mirada epistemológica; y desarrollaré ambas acepciones al final del siguiente capítulo.

Capítulo 4

Plan metodológico. De los Fan Studies al Feminismo Geek

Este apartado está dedicado a describir la metodología empleada y las categorías de análisis usadas en la investigación. El objetivo central de este capítulo es describir al feminismo geek como metodología y postura epistemológica dentro de los *Fan Studies*, como lo plantea Nicolle Lamerichs (2018) no obstante, antes de desarrollar al feminismo geek como metodología debo informar al lector sobre las perspectivas que han estudiado los productos audiovisuales y sus audiencias; iniciando con los estudios cinematográficos atravesados por la teoría feminista y el psicoanálisis; los estudios de recepción y, finalmente los *Fan Studies*, donde hago una pausa para explicar el binomio del *aca/fan* presente en quien realiza este tipo de investigaciones, área en donde se inserta el presente trabajo. Debo informarle al lector que una primera versión de este apartado ya fue publicada en el libro *Género y educación ante la manipulación de la comunicación* (2023), Editorial Dykinson, capítulo 11.

Dedico una sección de este capítulo para especificar a qué me refiero cuando hablo de consumo y por qué elijo el concepto *consumo de bienes culturales* por encima de *consumo cultural*. Para ello me apoyo en el trabajo realizado por Luz María Ortega (2008, 2009) quien brinda una definición sobre *consumo de bienes culturales* y además otorga tres categorías para su análisis, mismas que utilicé en este trabajo para analizar los datos obtenidos.

Finalmente, desarrollo al feminismo geek como postura dentro de la academia, una alternativa dentro de los estudios sobre fans para contrarrestar la sobrevaloración de los fans como una propuesta para redirigir la mirada a las dinámicas de poder dentro de los *fandoms* que se estudian.

4.1 Estudios cinematográficos, audiencia acrítica³⁹

Por mucho tiempo los estudios cinematográficos estuvieron influenciados por la idea, proveniente de Althusser, de que tanto el cine como la televisión fungían como aparatos ideológicos. Esta concepción fomentó a que gran parte de los estudios sobre los medios se centraran exclusivamente en el mensaje como si en él se encontrara todo el significado posible. De acuerdo con Stotropama Mukherjee (s/N) los estudios cinematográficos “se ocupan de varios aspectos del film, por ejemplo, crítica de autor, género, historia y significado de la forma y la mirada crítica de aspectos básicos del cine” (p. 2).

Desde esta perspectiva se sustentó la creencia de que quien consumía ese medio masivo formaba parte de una masa acrítica y pasiva, la audiencia era masa expuesta a las dominantes transmisiones ideológicas (Althusser, 1974). Los estudios se enfocaron en analizar a las películas, tomando a éstas como la fuente de todo significado y dejaron de lado la subjetividad y elementos sociales e individuales de aquellos que integran a las audiencias. “Por lo tanto, las personas predominantes en los estudios cinematográficos siguen siendo los autores, los académicos, incluso las estrellas, pero no los fanáticos.” (Mukherjee, s/N p. 2)

En contraste, los estudios de recepción centran su investigación en los espectadores y su forma de interactuar con los textos. Se trata de una corriente que estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado, al respecto María Corominas (2001) señala que “ uno de los puntos centrales de los estudios de recepción es el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se le reconoce en su relación con los medios (p. 2) sin embargo, en

³⁹ Una primera versión de este apartado ya fue publicada en el libro *Género y educación ante la manipulación de la comunicación* (2023), Editorial Dykinson, capítulo 11.

sus inicios los estudios de recepción fueron usados por la industria cinematográfica para realizar investigación con fines comerciales, de mercadeo o bien, para censurar contenidos moralmente dudosos.

4.2 Los estudios de la cultura desde Latinoamérica. Consumo de bienes culturales

Ahora bien, en el contexto latinoamericano, motivados por los avances tecnológicos surgen cuestionamientos sobre el modelo de producción, la capacidad de acceder a ellos, adquirirlos y usarlos. Es así que los estudios de recepción desarrollados en Latinoamérica, se centraron principalmente en la relación de la audiencia con la televisión, las principales figuras que estudiaron de esa forma la cultura fueron Jesús Martín-Barbero (1986), Néstor García Canclini (1987) y Renato Ortiz (1997), del primero destaca su concepto de *mediaciones*, del segundo su trabajo sobre la cultura popular y del tercero sus reflexiones sobre la globalización en la articulación de la cultura

Sobre los estudios realizados desde Latinoamérica y su mirada hacia estudiar a la audiencia y otros elementos además del mensaje contenido y reproducido por los medios, Rossana Reguillo (2005) advierte que “estudiar el discurso de los medios al margen de los procesos de apropiación y resistencia de la gente, no contribuye a situar y comprender de fondo el papel de éstos en la vida social” (p. 195). Es una crítica hacia las investigaciones que se enfocan en los discursos mediáticos sin tomar en cuenta los procesos de consumo de las personas y a la inversa, pues también señala que no se debe glorificar a las audiencias como agentes críticos y creativos sin dirigir la mirada a las industrias y a las concentraciones de poder —elemento que es retomado por el feminismo *geek*. El reto, desde los estudios culturales, es

presentar un panorama que englobe la relación entre las estructuras y los sujetos y el contexto en el que son producidos los bienes culturales, es una apuesta a la cual está suscrita el presente trabajo. A esta advertencia, Ana Rosas Mantecón (2002) indica que estudiar las formas simbólicas desde el consumo de bienes culturales, conlleva un cambio en el enfoque de estudio a las investigaciones previas sobre la recepción de los productos mediáticos, de acuerdo con ella “se ampliará la perspectiva del consumo cultural, para entender no sólo la recepción de un producto particular sino el conjunto de procesos que atraviesan y condicionan dicha recepción” (p. 258). Esta perspectiva implica ver que el sujeto está inmerso en espacios cotidianos que afectan directamente el proceso de recepción. Las investigaciones dentro de este ámbito, de acuerdo con la autora “atenderán crecientemente no sólo los procesos de consumo, sino también los espacios en que se desarrollan las prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación” (Rosas, 2002, p. 258). Es así como entramos a los estudios sobre el consumo cultural o del consumo de bienes culturales, como comenzaré a llamarle al consumo de formas simbólicas basándome en el trabajo realizado por Luz María Ortega Villa.

Ortega Villa (2009) inicia la construcción de su concepto de *consumo de bienes culturales* al reflexionar sobre el trabajo realizado por Guillermo Sunkel sobre el consumo cultural. Sunkel (2002) admite que si bien los aportes de García Canclini y Martín Barbero sobre el consumo cultural fue un gran momento para la ciencia social en América Latina, han ocurrido cambios sociales y culturales que han vinculado profundamente a la economía y la cultura.

Aunado a esto Ortega reflexiona sobre la creación del concepto *consumo cultural* para distinguir el estudio del consumo efectuado por la sociología de aquel realizado por la publicidad y la mercadotecnia, siendo el primero el “más ‘apropiado’

al ámbito académico” (2009, p. 39), dedicado a la comprensión de los significados presentes en los productos. Ortega expresa lo anterior debido al concepto de *consumo cultural* propuesto por Néstor García Canclini (1993). Néstor García define como consumo cultural aquel proceso en el que los individuos se apropian de productos cuyo valor simbólico es superior al valor económico o bien el valor económico está subordinado al simbólico. García agrega que los productos susceptibles de ser consumidos culturalmente son productos que requieren que los individuos tengan conocimiento sobre las estructuras simbólicas de forma que les permita reconocer su valor simbólico.

Se trata de una acción reservada para sólo un grupo de conocedores, aquellos que manejen las estructuras simbólicas, los que no poseen ese conocimiento no están realizando un consumo cultural y no pueden entender su significado de los productos que consumen. “los productos considerados culturales ya no lo serían únicamente porque el valor simbólico es predominante en ellos, sino también porque su consumo implica el manejo de estructuras simbólicas que permiten reconocer dicho valor simbólico” (Ortega, 2009, p. 10). Debido a esto, Ortega señala que el uso del concepto *consumo cultural* “tiene la propiedad de establecer la diferencia entre el consumo ‘común y corriente’ y ese consumo especial, el ‘cultural’, tan especial como los productos consumidos” (2009, p. 39).

Esta división entre un tipo de consumo, el cultural, realizado sólo por algunos conocedores, y el común, realizado por el resto, priva al quehacer científico de cualquier interacción entre las disciplinas que estudian uno u otro tipo de consumo. Para solventar este actuar dentro de la academia Ortega se acerca a la mercadotecnia y a la ciencia económica para encontrar formas de aproximarse a estudiar el consumo. De este acercamiento, Ortega construye su concepto de *consumo de bienes*

culturales, entendiendo a los bienes culturales como formas simbólicas (Thompson, 1998) producidas en un campo de producción cultural (Bourdieu, 1990), el cual incluye a instituciones, artistas y medios masivos de comunicación. Además de su concepto, Ortega brinda tres categorías para el estudio del consumo de bienes culturales, éstas son: 1) Estrategias de Valoración Simbólica, 2) Visiones del consumo de bienes culturales y 3) Estrategias de solución de conflictos.

4.2.1 Estrategias de valoración simbólica

Las estrategias de valoración simbólica surgen del trabajo realizado por John B. Thompson (1998) quien enfatiza que los fenómenos culturales son formas simbólicas expresadas e inmersas en contextos sociohistóricos. De acuerdo con Thompson el estudio de las formas simbólicas debe realizarse en relación con su contexto donde se producen y en las que están insertas, contexto en donde las formas simbólicas son valoradas económica y simbólicamente. La valoración simbólica hace referencia al valor cualitativo otorgado por quienes reciben las formas simbólicas, mientras que la valoración económica es otorgarle a la forma simbólica un valor capaz de ser intercambiado en el mercado, a través de esta valoración las formas simbólicas se transforman en mercancías, en *bienes simbólicos*.

De acuerdo con Thompson (1998), debido a que el valor otorgado a una forma simbólica y su interpretación dependen de los contextos históricos y culturales de quienes las reciben, consumen, existen conflictos de valoración debido a las posiciones de los sujetos evaluadores dentro de un contexto estructurado, posiciones que presentan asimetrías. A esto hay que agregar que los mismos individuos que producen y consumen las formas simbólicas recurren a estrategias para aumentar o reducir el valor simbólico o económico de ellas, a estos mecanismos Thompson los nombra *estrategias de evaluación simbólica*, las cuales están relacionadas con las

posiciones que tengan los individuos en un campo de interacción, éstas pueden ser dominante, intermedia o subordinada. Sobre las posiciones y las valoraciones a las formas simbólicas Ortega señala

Los individuos en posición dominante poseen o tienen acceso a recursos de capital de varios tipos, y al producir o valorar formas simbólicas pueden buscar distinguirse de quienes ocupan posiciones subordinadas al otorgar valor a formas simbólicas inaccesibles para quienes poseen menos capital; pueden también hacer mofa de las formas simbólicas producidas en los estratos inferiores, o bien mostrarse condescendientes respecto de ellas, y de esta manera, mediante esta estrategia de valoración, afirmar su posición dominante (Ortega, 2009, p. 31) .

Gracias a lo señalado por Ortega, se puede identificar que los individuos en posiciones dominantes hacen uso de la burla y condescendencia, como principales formas de evaluación o devaluación de otras formas simbólicas, aquellas provenientes o bien valoradas por individuos en grupos inferiores. Por otro lado, aquellas personas que ocupan una posición intermedia tienden, siguiendo a Ortega, a tener poco capital cultural pero mucho capital económico, o no tener suficiente de ambos. En esta posición las estrategias de evaluación simbólica a las que recurren son “valorar más aquellas formas simbólicas que les permiten utilizar su capital cultural, pero manteniendo sus limitados recursos económicos” (2009, p. 31), aunque pueden pretender pertenecer a la posición dominante y adoptar su discurso o bien, pueden despreciar las formas simbólicas de la posición dominante en un intento por ubicarse encima de ellas.

Finalmente, las personas ubicadas en las posiciones subordinadas “poseen menos recursos y sus oportunidades de acceder a ellos son más restringidas que las

de los casos anteriores” (Ortega, 2009, p. 31). Aquellos situados en esta posición brindan mayor valor simbólico a objetos que les resulten prácticos y sean funcionales.

Un aspecto que Ortega no deja claro, al menos en ese texto, es que las valoraciones simbólicas efectuadas por los individuos receptores de las formas simbólicas son expresadas en el discurso. Debido a ello es que me remito al trabajo realizado por Teun van Dijk (1999, 1997) y sus reflexiones sobre el actuar de grupos dominantes para mantener su poder a través de recursos discursivos.

Al hablar de poder, van Dijk se refiere al poder social, aquel en el que se ejerce control de un grupo sobre otro, en sus palabras “los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos), en su propio interés, los actos y las mentes de los (miembros de) otros grupos” (1999, p. 26). La importancia que van Dijk le brinda al estudio del discurso recae en que “quienes controlan el discurso público controlan ampliamente la mentalidad social, e indirectamente la acción pública; y, por consiguiente, controlan también la estructura social” (1999, p. 34).

El trabajo realizado por Alejandra Collado (2022) otorga evidencia sobre el control discursivo y las disputas discursivas vertidas en espacios digitales. La investigación de Collado da cuenta del uso de memes feministas para subvertir el discurso dominante de exclusión y machismo que se experimenta en espacios *online*. Su investigación identifica posiciones opuestas que inician con la valoración de bienes simbólicos pero cuyos efectos escapan el campo de interacción. En sus palabras, en los comentarios pueden apreciarse “dimensiones ideológicas y simbólicas, componentes sógnicos de producción humana que se van implantando en la cultura y tienen incidencia en las formas de socialización” (Collado, 2022, p.220). Aunado a esto van Dijk enfatiza en dirigir la atención al estudio del discurso ya que cuando existen posiciones contrarias como *nosotros* y *ellos* dicha polarización se hace

presente en “las representaciones sociales compartidas y sus ideologías subyacentes se expresa y se reproduce entonces en todos los planos del texto y del habla” (1999, p. 28).

4.2.2 Visiones de consumo de bienes culturales

La segunda categoría de análisis propuesta por Ortega para realizar un estudio del consumo de bienes culturales se trata de las *visiones del consumo de bienes culturales*. Esta categoría proviene de investigaciones sobre el consumo de bienes y servicios, y se refiere a la acción efectuada por los individuos cuando deben decidir consumir un producto que desconocen. De acuerdo con Ortega, quien retoma el trabajo realizado por Diane M. Philips, Hans Baumgartner y J. C. Olson (1995), una visión de consumo ocurre cuando los individuos, al no conocer un producto, realizan ejercicios mentales, visiones, para proyectarse usando o consumiendo ese producto, el objetivo es que a través de esas imágenes los consumidores puedan experimentar de forma vicaria las consecuencias a su persona por el uso de cierto producto, creando un *yo posible* el cual “puede corresponder a lo que idealmente se buscaría ser, a lo que probablemente se va a ser o a lo que se teme llegar a ser” (Ortega, 2009, p 33).

4.2.3 Estrategias de solución de conflictos

Como se ha presentado hasta este punto, el consumo de bienes culturales, realizado en un campo de interacción —familia, amistades, compañeros— genera posiciones contrarias según los intereses de cada individuo y cuando en un grupo existen conflictos debido a los intereses de cada miembro, en torno al consumo de un bien cultural, se generan *estrategias de solución de conflictos* (Ortega, 2009), de acuerdo con Kwan-Choi y Collins (2000) existen cinco estrategias para solucionar conflictos:

experiencia, legitimación, coalición, emoción y regateo. A continuación, y siguiendo lo obtenido de esta investigación únicamente desarrollo experiencia y legitimación.

Cuando Ortega desarrolla las estrategias de solución de conflictos deja expreso que éstas son aplicadas en el ámbito familiar, el campo de interacción en donde estas estrategias son ocupadas es el hogar, en el caso de esta investigación el campo de interacción –al menos uno de ellos— está comprendido por las interacciones en línea de los usuarios geeks hispanohablantes de twitter. Dicho lo anterior, la estrategia de solución de conflictos usada al consumir bienes culturales que apela a la experiencia consiste en echar mano de la práctica y conocimiento de otros miembros de la familia, o de los integrantes del campo de interacción. Esta estrategia también incluye “la búsqueda de fuentes confiables externas para sustentar los argumentos” (Ortega, 2009, p. 37). Mientras que la estrategia de legitimación se basa en que dentro de la familia, o dentro del grupo dentro del cual se evalúan los bienes culturales, existe un miembro en una posición privilegiada y que a la vez es una figura legitimadora, es decir su opinión tiene gran peso “la mamá, por ejemplo, puede aludir a que debido a su rol es la que decide sobre la comida” (Ortega, 2009, p. 37).

A esta advertencia, Rosas (2002) indica que estudiar las formas simbólicas desde el consumo de bienes culturales, conlleva un cambio en el enfoque de estudio a las investigaciones previas sobre la recepción de los productos mediáticos, de acuerdo con ella “se ampliará la perspectiva del consumo cultural, para entender no sólo la recepción de un producto particular sino el conjunto de procesos que atraviesan y condicionan dicha recepción” (p. 258). Esta perspectiva implica ver que el sujeto está inmerso en espacios cotidianos que afectan directamente el proceso de recepción. Las investigaciones dentro de este ámbito, de acuerdo con la autora

“atenderán crecientemente no sólo los procesos de consumo, sino también los espacios en que se desarrollan las prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación” (Rosas, 2002, p. 258).

4.3 Fan Studies. La figura del aca-fan

Al igual que los avances tecnológicos motivaron nuevos acercamientos al estudio de la cultura en Latinoamérica, en Estados Unidos la forma de realizar investigación sobre los medios también sufrió cambios. Los primeros estudios cinematográficos y de recepción fueron realizados en un mundo en el que los textos, films, eran consumidos en VHS o en proyecciones en salas de cine; no existían plataformas de *streaming* como Netflix o Prime Video, si alguien quería ver alguna película tenía que trasladarse al lugar de su proyección o bien, dirigirse a un lugar especializado para rentar el material audiovisual de preferencia, además de contar con los aparatos tecnológicos para su reproducción.

En ese entonces los *fandoms* estaban limitados físicamente en un espacio geográfico y estaban integrados por un número fácilmente calculable de personas, los fans se relacionaban entre ellos debido a su cercanía espacial. La llegada del internet borró las distancias y las dinámicas dentro de esas comunidades cambiaron. En este contexto social y académico es que el trabajo de Jenkins *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992) significó un giro epistemológico dentro de los estudios cinematográficos. Lo más trascendente de este trabajo es la idea de que los fans construyen su propia cultura, ya sea en *fanfictions*, *fanart*, vestimentas usadas para realizar *cosplay*, música y videos, reveló que los fans se apropiaban de los productos surgidos de medios masivos y los reelaboraban de acuerdo a sus intereses. Jenkins se involucra en la cultura de los fans como

académico y como fanático, concluyendo que los fans no son consumidores pasivos idiotizados, sino creadores.

Otro elemento importante derivado del trabajo de Jenkins, y que me interesa desarrollar, es el concepto de *aca-fan*, que hace referencia a una postura epistemológica ubicada entre el lado académico y el lado fanático del investigador. El propio autor, en su página de internet, señala “*Textual Poachers* y mucho de mi trabajo subsecuente ha sido escrito desde la perspectiva de un Aca/Fan– eso es, una criatura híbrida que es parte fan y parte académica”. Dentro de esta dualidad, la parte fanática ha sido criticada por varios frentes, algunos de los argumentos en contra de los fanáticos, al igual que aquellos empleados por los partidarios del aparato ideológico, es que los fans son acríticos e incluso carecen de intelecto, su pasión por coleccionar objetos es equiparable con una patología que incluso puede resultar peligrosa para los demás (Jensen, 1992) ; no obstante no sucede lo mismo cuando aquello que es objeto de fanatismo es caro o poco accesible.

[...] si el objeto de deseo es popular en la clase baja o media, relativamente barato y altamente disponible, es perteneciente a un fandom (o a un hobby inofensivo) si es popular con los ricos y letrados, caro y raro, se trata de una preferencia, interés o *expertise* (Jenson, 1992, p. 19).

4.3.1 La dualidad entre el aca-fan y el fan-scholar

Según Cristofari (2015) existe un actuar común en aquellos que realizamos estudios sobre fans: que suelen exponer su experiencia personal y su relación con una comunidad de fans. La función de dicho ejercicio sirve, en primera instancia, para establecer una identidad al locutor de forma tal que permita anticipar las orientaciones de los argumentos o comprenda el origen de algunas decisiones que puedan quedar plasmadas en el texto. Por otro lado, la exposición del fanatismo del investigador

también “constituye una reivindicación metodológica: no es solo como académico que el autor hablará, sino también como miembro de una comunidad, comprometido personal y emocionalmente” (Cristofari, 2015, p.3), vale recordar que antes del surgimiento del *aca/fan*, las y los investigadores que estudiaban comunidades de fans se posicionaban como observadores externos.

Sobre la dualidad entre la cual se encuentra el *aca/fan*, Cristofari (2015) reflexiona que es una persona integrada por un binomio de opuestos, un académico riguroso con métodos de estudio definidos, frente a un fanático descuidado sin mayor herramienta para obtener conocimiento sobre aquello que es de su interés. Además, el discurso académico y el discurso de los fanáticos tienen diferentes niveles de legitimidad pues, mientras el fan se encuentra legitimado dentro del fandom éste no es reconocido por el ámbito académico, en cambio es más fácil que el académico posea mayor reconocimiento, incluso en esferas alejadas de la academia, es por ello que es papel del o la investigadora *aca/fan* “reconciliar estos dos discursos para proporcionar un análisis lo más fiel posible de las comunidades que estudia, sobre todo porque los discursos de estos suelen estar lejos de ser ingenuos” (Cristofari, 2015, p.3) es decir, los propios fans realizan estudios y análisis de sus prácticas y de los productos a los que deben su fanatismo.

Por otra parte, podemos encontrar al *fan-scholar*, un fanático erudito o fanático letrado que sería la parte inversa del *aca/fan*, pues se trata de un fanático que hace uso de su conocimiento adquirido en la academia como conceptos y teorías, y que los aplica a sus productos mediáticos preferidos⁴⁰. El término hace referencia a que existen fans que cuentan con gran conocimiento sobre un tema en específico,

⁴⁰ Para tener una idea más clara del trabajo realizado por un *fan-scholar* dirigirse a: Just Write (31, diciembre. 2019) *The Rise Of Skywalker Is The Most Frustrating JJ Abrams Film.* , en donde se analiza la narrativa dentro de Star Wars o a Gema Vadillo (1, marzo. 2022) *El Arte de Arcane. Teoría del color, análisis.* <https://bit.ly/3M8dbvL>, en donde se habla sobre la teoría del color en la serie animada Arcane.

conocen fechas, artistas, autores, datos cuantitativos y variedad de información referente a sus productos preferidos; sin embargo, no son académicos. Más allá del reconocimiento que reciban cada uno en sus ámbitos de trabajo y esparcimiento, la diferencia entre estas dos categorías, *aca-fan* y *fan-scholar*, radica más en el público al que va dirigida su investigación que en los métodos empleados en su realización.

El destinatario determinará las normas de escritura, como el uso de ciertas referencias, las normas de citación o al contrario del uso de un lenguaje común, accesible y relativamente despejado de notas si el texto está destinado a los fans” (Cristofari, 2015, p. 5).

Mientras que el *fan-scholar* escribe para otros fans, conocedores del mismo tema, pertenecientes al fandom; el *aca-fan* comparte su investigación con otros académicos que raramente conocen el tema, menos aún el fandom o el producto cultural al que hace referencia el estudio. Por ejemplo, un *aca/fan* dirigirá un texto a un público par describiendo a una comunidad o prácticas dentro de ella, con propósitos antropológicos y etnográficos, mientras que el objetivo de un *fan-scholar* que escribe para otros fans no es brindar información sobre la comunidad en sí, sino sobre el producto cultural en torno al cual gira el fandom.

A diferencia de los productos generados dentro la academia, los textos realizados por fans rara vez presentan algo similar a un apartado bibliográfico, de forma que resulta difícil, casi imposible, corroborar la información que ellos están difundiendo o consultar las fuentes a las que hacen referencia. A las producciones textuales cabe agregar que la capacidad de producción de un *fan-scholar* es mayor que la de un *aca/fan*. La razón de ello es que los textos producidos por los *aca/fan* requieren de evaluación y aprobación de sus semejantes para que el texto final sea aceptado y difundido; en cambio un *fan-scholar* no somete sus textos mediáticos a

ninguna evaluación externa antes de ser difundidos, de hecho la evaluación y aprobación de los textos ocurren después de ser publicados y se ven reflejados en los comentarios o en la cantidad de “likes”.

Una diferencia más se encuentra en la forma de compartir el conocimiento; mientras el *aca-fan* lo hace a través de publicaciones en revistas científicas, tesis y presentaciones; el *fan-scholar* echa mano de otras herramientas y espacios, comparte su conocimiento haciendo uso de su celular o computadora, a través de plataformas digitales como Youtube, Tik Tok, Twitter, Facebook e Instagram; o también lo hace en espacios físicos, en convenciones, cafés, clubes de cartas o lectura, por mencionar algunos.

4.3.2 Investigaciones de aca-fans

Una vez establecida la diferencia entre el *aca-fan* y el *fan-scholar*, queda diferenciar al primero de las y los investigadores tradicionales. El *aca-fan* podría definirse en muchos sentidos como un observador participante; sin embargo, Cristofari (2015) argumenta que mientras la observación participante implica adentrarse a una comunidad a la que no se pertenece, para los *aca/fans*, quienes se consideran fans e investigadores, el interés por estudiar su comunidad se deriva, a menudo, de su interés por los fans mismos —mi caso. A esto hay que sumar que inicialmente el conocimiento que tiene de una comunidad proviene “no de observaciones rigurosamente realizadas, sino de información recolectada durante actividades de ocio y que cae dentro de una esfera de conocimiento profano y no académico” (Cristofari, 2015, p.4). Este elemento es central pues la forma en la que se obtiene información al realizar una investigación sobre fans afecta el escrito, ya que puede poner en duda la veracidad de los datos presentados, puesto que la obtención de la información fue en un espacio profano que no proporciona elementos para corroborar

la información, tal es el caso de comentarios en línea o de pláticas ocasionales con otros fans.

Un *aca/fan* pudiera pensar que, al ser miembro de una comunidad de fans, las prácticas e información de dicho fandom le pertenecen; sin embargo, las mismas precauciones existen al publicar o compartir información sobre una comunidad cuando ésta está siendo estudiada. De hecho, el riesgo que corre el o la investigadora dentro de los estudios sobre fans recae en las reacciones adversas al trabajo que pueden perjudicar tanto el lado académico del investigador como su parte fanática. Kustritz (2015) reflexiona ampliamente sobre el riesgo de ser un *aca/fan* y reconocerse como tal, porque gran parte del peligro o el miedo al estudiar un fandom y a publicar sobre él es debido a que el texto y el académico (a) se someten al escrutinio del fandom y al de la academia.

4.4 Feminismo Geek. Epistemología y propuesta metodológica.

La llegada de los estudios sobre fans trajo consigo una forma diferente de estudiar dichas audiencias porque, para empezar, el o la investigadora solía ser parte de ella ya que el *aca/fan* se caracteriza por estudiar a su propia comunidad desde una posición privilegiada que le permite acceso a información dentro de la misma, debido a su posición, a la vez que le resulta sencillo obtener contenido académico, investigaciones y retroalimentación de colegas.

Los *aca/fan* comenzaron a quitar el estigma que carga el hecho de solo ser un fanático, antes visto como alguien amante de la cultura de masas, acrítico y pasivo, que desde este nuevo ámbito se les coloca como personas críticas, creativas y empoderadas, que pelean en contra del yugo del estigma social por gustarle

productos de la cultura de masas sin embargo, los *aca/fan* tienden a elevar a los fandoms a comunidades creativas, repletos de gente crítica y con la intención de alterar, al menos artísticamente, los productos que consumían para satisfacer sus intereses. Debido a ello y tal vez debido al cariño que el o la *aca/fan* siente por la comunidad que estudia, deja de lado algunos aspectos complejos, propios de las comunidades de fans y de los fandoms.

Es por estudios realizados por *aca/fans*, donde se presentan exclusivamente rasgos positivos de los fandoms que Lamerichs (2018) señala que a la postura del *aca/fan* le hace falta dimensión social, deja de lado las dinámicas y estructuras de poder —elemento al que hace referencia Reguillo (2005)— que se reproducen en los fandoms y sostienen sus prácticas. En su lugar, la autora prefiere hablar de *feminismo geek* como un posicionamiento que logra congeniar su parte académica, su parte fanática y la crítica social y activismo presente en el feminismo.

Como postura epistemológica dentro de la academia, el *feminismo geek* es un enfoque más integral en cuanto al estudio de los fandoms y los productos de la cultura popular masiva. Por un lado, la palabra *geek* dentro del término *feminismo geek* hace referencia a aquellos productos de la cultura popular que son de consumo masivo, altamente ligados con las industrias culturales y, por otro lado, también hace referencia al uso que Bucholtz (2002) realiza del término ligado a corrientes del ciberfeminismo—ver el Tercer Capítulo.

El término feminismo geek es un posicionamiento frente a la tecnología, una relación más profunda entre las mujeres geek y sus pasiones e intereses; un vínculo que no nace por el interés de investigar la tecnología o temas geek, sino que surge de la pertenencia a esos ámbitos. Las feministas geek son aquellas mujeres que se

percatan de las dinámicas de exclusión, sexismo y misoginia dentro de los fandoms; y dichas dinámicas motivan sus investigaciones.

Lamerichs adopta esta postura para realizar sus trabajos académicos referentes a una gran variedad de productos culturales, ella señala “es más adecuado describir mi punto de vista alineado con ‘feminismo geek’, que promueve la actividad crítica en línea de las mujeres y su compromiso con las tecnologías mediáticas” (2018, p. 54). Dentro de la academia, las feministas geek pertenecen a los espacios que estudian, al igual que los aca/fan. Para la autora trabajar como feminista geek también significa estar comprometida con hacer un cambio de forma constructiva y positiva, y regresar algo al fandom. Debo informar a quien lee estos párrafos, que comparto esa postura; yo también he realizado esta investigación desde del feminismos geek como postura epistemológica. Entonces, adoptar al feminismo geek como epistemología y metodología invita a la investigadora o investigador a buscar espacios en donde las mujeres geek tengan un papel activo, visible, audible y tangible en temas de la cultura geek, relacionados con la cultura popular masiva y/o con la tecnología, lugares tradicionalmente dominados por hombres.

El feminismo geek, como metodología, implica echar mano de la etnografía, una metodología compuesta por una serie de técnicas que permite al investigador adentrarse en una cultura desconocida, en palabras de Rosana Guber (2016) se trata de un “conjunto de actividades que se suele designar como ‘trabajo de campo’, y cuyo resultado se emplea como evidencia para la descripción” (p. 12). Las actividades que la componen son entrevistas a profundidad, técnicas informales de entrevista y observación participante. La investigación etnográfica de Lamerichs se basa en dos acercamientos: *observación participante* y *autoetnografía*; a estas técnicas yo agrego entrevistas semiestructuradas y un cuestionario.

La observación participante es una técnica que resulta un tanto contradictoria ya que observar requiere una posición lejana de la comunidad, externa a ella, mientras que participar implica adentrarse en el grupo, adoptar una posición interna con respecto a la comunidad que se estudia. De acuerdo con Rosana Guber (2016) la participación es el único medio a través del cual se pueden conocer los significados compartidos por la comunidad, “Tal como un juego se aprende jugando, una cultura se aprende viviéndola” (Guber, 2016, 37) no obstante, debido a que este estudio se encuentra inserto en los estudios sobre fans y la figura del aca/fan está presente, —yo soy la aca/fan— el uso de la observación participante como técnica de estudio del fandom de superhéroes no es usada para realizar un acercamiento a una comunidad de la que se tenga total desconocimiento. Los aportes y usos de esta técnica en esta investigación serán expuestos en el siguiente capítulo

El segundo acercamiento usado por Lamerichs es la autoetnografía, una técnica que, en contraposición a la observación participante, es introspectiva. La autoetnografía es una forma de realizar investigación cualitativa, de escribir y de presentar los resultados de una investigación y cuyo uso se basa en la idea de que la vida de una persona, el investigador o la investigadora, puede brindar información sobre un contexto particular. Mercedes Blanco (2012) señala que la autoetnografía es un género autobiográfico que muestra capas de conciencia cuya elaboración requiere que la investigadora o el investigador echen mano de algunas estrategias literarias.

En el presente trabajo la autoetnografía está presente en apuntes y reflexiones del diario de campo de una investigación que geográficamente estuvo situada en Mexicali, la Ciudad de México, breves visitas a Puebla y una corta estancia en Países Bajos —en el Anexo 3 se encuentran evidencias fotográficas de ese periodo— donde se realizó gran parte del trabajo introspectivo. La autoetnografía no sólo se encuentra

presente en el siguiente capítulo, dedicado al análisis de los datos, sino que he tratado de incluirla en la redacción de todo el trabajo.

De acuerdo con Lamerichs, los estudios sobre fans han crecido junto con los estudios sobre el internet y el desarrollo de éste debido a ello, emplear el feminismo geek como metodología, implica estudiar tanto los espacios *online* como *offline*, así como la relación entre ellos, en este sentido —y siguiendo los objetivos y el planteamiento inicial de la investigación— el presente estudio también realizó trabajo etnográfico en espacios digitales.

Realizar etnografías del mundo digital se sustenta en la idea de que el espacio digital no es ficticio, nuestras interacciones en él tienen repercusiones directas en el mundo *offline*. La etnografía digital, ciberetnografía o etnografía virtual, surge como una respuesta al estudio del mundo contemporáneo y sus avances tecnológicos; y a la vez es más que adaptar el método etnográfico, comúnmente empleado al estudio de espacios con límites y coordenadas geográficas específicas, a espacios *online*.

La etnografía, de forma general, es entendida como una manera de investigar, de acercarse al objeto de estudio para comprender el mundo y sus fenómenos. De acuerdo con Guber (2016) la etnografía hace referencia a un método de investigación, un enfoque y un texto. Como enfoque Guber señala que la etnografía es “una concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros” (2016, p. 10). Como método de investigación se trata de uno de carácter cualitativo que echa mano de distintas herramientas, como entrevista, encuesta y observación no participante, para lograr sus objetivos. Mientras que al hablar de la etnografía como texto vale recoger las consideraciones hechas por Ruth Behar (1999) quien señala que la investigación etnográfica, al menos su redacción, se materializa en un texto que surge de la forma

particular de interacción entre el observador y los sujetos a los que observa, un trabajo cuya elaboración requiere creatividad.

En el contexto del mundo globalizado contemporáneo, con avances tecnológicos las formas de interactuar entre el investigador y los individuos observados han cambiado. George Marcus (2001) argumenta que las prácticas culturales se encuentran atravesadas por múltiples aspectos como industrias, instituciones, medios de comunicación, clases y dinámicas de mercado, de esta forma, Marcus propone el concepto de *etnografía multisituada* el cual es útil para comprender los entrecruces entre espacios online y offline en la vida cotidiana de las personas.

Gracias al internet, cada plataforma digital es un espacio con dinámicas, pobladores—usuarios—y maneras específicas de relacionarse entre sí y con el espacio mismo. Son lugares en los cuales se entrecruzan los mismos temas que acontecen en el mundo no mediado por internet y a la vez son espacios con problemas y situaciones endémicas. La superabundancia de espacios (Marc Augé, 1992), como producto de la globalización, en lugar de disminuir las diversidades culturales las incrementa y posibilita que los y las científicas sociales ingresen a ellas y las estudien. En este sentido Christine Hine (2000) señala que el ciberespacio no debe verse como un lugar separado de las conexiones con la vida real puesto que tiene enlaces complejos y ricos con los contextos en los que se utiliza o en los que se ingresa a éste. De acuerdo con esta autora, todo tipo de interacción es válida en términos etnográficos, no sólo las que son cara a cara.

La etnografía digital, entonces, surge como un método de investigación en el cual el trabajo etnográfico es mediado por la tecnología (Pink, 2019), Al recurrir al feminismo geek como metodología, encuentro que mientras la realización de una

etnografía digital trae consigo un contacto mediado, la observación participante ofrece un acercamiento directo no obstante vale señalar que en el presente trabajo la participación y la observación, al formar parte de la etnografía digital, fueron actividades mediadas, al menos aquellas que corresponden a la observación participante de Twitter.

Continuando con la metodología empleada por Lamerichs, y la cual adopté para este estudio, queda señalar que para determinar qué tanta información biográfica compartir, la autora usó en su investigación la *triangulación metodológica* para validar sus propias experiencias echando mano de los datos obtenidos a través de su observación participante, entrevistas e información disponible en línea. La triangulación metodológica es un procedimiento de investigación al que se recurre para “controlar el sesgo personal de los investigadores y cubrir las deficiencias intrínsecas de un investigador singular o una teoría única, o un mismo método de estudio” (Arias, 2000, p. 21). Al controlar el sesgo usando múltiples métodos, teorías y/o investigadores se busca incrementar la validez de los resultados.

Uno de los mayores retos al usar este procedimiento es que su correcta implementación exige que los métodos sean usados de forma independiente y que los datos sean analizados por separados. De hecho, Arias (2000) señala que “La mezcla de datos no ocurre en el proceso de análisis sino en la unión de los resultados de cada estudio dentro de un producto cohesivo y coherente” (p. 22), es decir los datos una vez analizados, son integrados en un texto, es por ello que el uso de la triangulación metodológica puede hacer que el estudio aumente su duración.

Debido a la combinación de técnicas cualitativas, como observación participante y entrevistas semiestructuradas, con instrumentos cuantitativos existe el riesgo de confundir a la triangulación metodológica con el método etnográfico sin

embargo, Arias (2000) señala que la triangulación metodológica no consiste únicamente en “licuar o de integrar guías de ambos textos, cualitativo y cuantitativo, sino más bien, el uso de estrategias apropiadas para mantener la validez de cada método” (2000, p. 23), la palabra clave parece ser rigor, un alto rigor al momento de generar los instrumentos y de aplicarlos.

La etnografía, por otro lado, se presenta como un método más volátil, en palabras de Guber (2016), el trabajo etnográfico es flexible y el investigador debe estar dispuesto a los cambios devenidos en la comunidad que puedan modificar las técnicas e instrumentos empleados en la investigación, “La flexibilidad del trabajo de campo etnográfico sirve, precisamente, para advertir lo imprevisible, aquello que, en principio, parece ‘no tener sentido’ ” (p. 13).

Los estudios cinematográficos se han centrado en las representaciones vertidas en las cintas a la vez que engloban a las audiencias en una masa homogénea, pasiva y acrítica, a la cual le prestan poca importancia. Ante este panorama los estudios sobre fans dirigen la mirada a los sujetos que consumen estos productos, se cuestionan por sus prácticas y su forma de relacionarse; poco a poco han desmontado la imagen que presentaba al fanático como una persona solitaria, peligrosa y con un fanatismo excesivo. Los estudios surgidos desde esta perspectiva proponen un nuevo acercamiento al estudio de las audiencias y a los estudios de recepción, centra su análisis en las personas que consumen los productos culturales, prestan atención al discurso generado por ellos tomando en cuenta que es en él donde se fijan las representaciones sociales y se expresan fenómenos sociales que atraviesan los procesos de consumo.

No obstante, en su labor han dejado de lado el análisis de las dinámicas de poder y de conflicto entre fans, así como las estructuras jerárquicas presentes en los

fandoms. Es en este contexto que el feminismo geek surge como una alternativa en el estudio sobre fans, se posiciona como una metodología extensa que engloba técnicas etnográficas como observación participante, entrevistas a profundidad y técnicas informales de entrevista y hace uso de la triangulación metodológica. A la vez que toma en cuenta el espacio digital como ámbito de consumo, en donde también ocurren interacciones que revitalizan la cultura (Huerta & Jiménez, 2023). A la propuesta presentada por Lamerichs (2018) yo he recurrido a las categorías propuestas por Ortega (2009) para el estudio del consumo de bienes culturales. Con los párrafos anteriores en mente, es que en el siguiente capítulo presento el análisis de los datos recopilados a través de ajustes metodológicos acordes a las condiciones de la investigación, el tiempo de duración y mis capacidades como investigadora.

La forma en la que los estudios cinematográficos han estudiado audiovisuales producidos masivamente por mucho tiempo se ha centrado en diseccionar los elementos formales que componen los audiovisuales; mientras que las teóricas feministas, preocupadas por la representación de la figura femenina, han recurrido a la psicología y a la semiótica para mostrar los estereotipos de género perpetuados, o no, en los films; ambas posturas alejadas de las personas que consumen dichos bienes culturales. En el caso de los audiovisuales de superhéroes los estudios se han centrado en gran parte en analizar las mujeres presentes en las cintas.

Ante este panorama los estudios sobre fans dirigen la mirada a los sujetos que consumen estos productos, se cuestionan por sus prácticas y su forma de relacionarse para paulatinamente desmontar la imagen que presentaba al fanático como una persona solitaria, peligrosa y con un fanatismo excesivo. No obstante, esos estudios han dejado de lado el análisis de las dinámicas de poder y de conflicto entre fans, así como las estructuras jerárquicas presentes en los fandoms. Es en este

contexto que el feminismo geek surge como una alternativa en el estudio sobre fans pues se posiciona como una metodología extensa y valiosa en el mundo contemporáneo que engloba técnicas etnográficas como observación participante, entrevistas a profundidad y técnicas informales de entrevista, haciendo uso de la triangulación metodológica. A la vez que toma en cuenta el espacio digital como ámbito de consumo, en donde también ocurren interacciones que revitalizan la cultura.

Los estudios sobre fans, como campo de estudio dirigen la mirada hacia los fans, los sujetos que integran las audiencias, y en sus prácticas de consumo. Prestan atención al discurso generado por ellos tomando en cuenta que es en él donde se fijan las representaciones sociales, la propuesta del feminismo geek es prestarles atención a las estructuras de poder escondidas y replicadas en el discurso.

Capítulo 5

Feminismo y masculinidad geek en el fandom hispanohablante de Marvel y consumo de bienes culturales protagonizados por superheroínas

All interpretations are provisional; they are made by positioned subjects who are prepared to know certain things and not others (Rosaldo, 1989 p.170)

La interpretación de los datos que aquí se presenta está integrada por la información obtenida del estudio dividido en cuatro profundidades, la primera de ellas y la más superficial en cuanto al nivel de interacción que se tuvo con las personas corresponde a los comentarios a publicaciones en Twitter sobre superheroínas de Marvel o sobre audiovisuales protagonizados por ellas. El segundo nivel de profundidad está integrado por las respuestas de las y los fans que contestaron el cuestionario que realicé en google forms (el cual sigue disponible en el siguiente enlace <https://bit.ly/40V6rIv>). La tercera profundidad está integrada por las conversaciones y entrevistas semiestructuradas que tuve con fans y feministas geeks. Finalmente, la cuarta profundidad es está integrada por reflexiones producto de un ejercicio autoetnográfico, mismo que guía en buena medida la narración de este capítulo.

En los siguientes párrafos está presente el análisis de los datos obtenidos de la observación de las cuentas de Twitter de las usuarias: @GabyMeza8 y @yara_wayne como personas centrales con una postura abiertamente feminista; @GeekZoneGZ, @AgentedeMarvel, @TheTopComics y @Peli_Comic como cuentas neutrales transmisoras de información cuyas publicaciones son el centro de interacción de usuarios con perfiles diversos; cuentas administradas por hombres geeks no subordinados que se muestran ecuanímenes frente a la confrontación como: @BLWorldW y @theRedSolo; y finalmente cuentas que incitan a la confrontación:

@PabloArcadia, la cual me llevó a otro puñado de cuentas pero centré mi observación sólo en la suya. La observación también fue realizada de los comentarios vertidos en los canales de YouTube de *Fuera de Foco*, *Justice Girls* y los comentarios de las transmisiones en vivo de *Pablo Arcadia*. Del proceso de observación en ese espacio digital realicé capturas de los comentarios que giraban en torno a las últimas producciones audiovisuales con superheroínas en papeles protagónicos o coprotagónicos.

En el plano *offline* la observación y participación fue realizada en distintas convenciones y festivales geeks distribuidos en la república mexicana, estos fueron: el *Demon Slayer Fan Fest*, realizado el abril del año 2022 en Mexicali, Baja California; La Mole *Horror Edition*, una convención de cómics, manga, videojuegos “y cultura pop más grande de Latinoamérica”, de acuerdo con su página web, también realizada ese año pero en la Ciudad de México; la edición de noviembre 2022 del Kawaii Fest, una convención de reciente aparición enfocada a productos provenientes de la cultura coreana y japonesa como mangas, series de anime o *idols* de K-pop. Al año siguiente asistí a La Mole 2023, de nuevo en la Ciudad de México y a la *Expo Akai* en la ciudad de Puebla. Mi participación en esos espacios fue variada, en Mexicali conversé con los comerciantes buscando información sobre patrones de consumo que hubieran detectado entre sus clientes. En La Mole 2022, Kawaii Fest y Expo Akai repartí tarjetas y estampas con códigos QR que dirigía a los asistentes a un cuestionario que realicé. Y finalmente, en La Mole 2023 asistí a conferencias realizadas por personalidades del mundo geek a nivel Latinoamérica.

Brindo información sobre el geekismo de las mujeres que colaboraron en este estudio y los elementos estructurales que impiden que ellas se identifiquen como geeks. Si bien el feminismo geek y por lo tanto el feminismo es una categoría que

dirigió la investigación no presento información sobre el feminismo de los participantes pues más que cuestionarlos sobre su postura política me centré en lo que ellos identifican como feminista en las representaciones de las superheroínas *spoiler* las mujeres son más críticas del feminismo representado por esos personajes.

Además, presento las características de la masculinidad geek encontradas en los fans de habla hispana que interactúan en Twitter y cómo éstas motivan la creación de comunidades de fans que se consolidan como espacios de debate seguros, regidos por el respeto entre las fans que integran la comunidad y sororidad. Debo reconocer que observar estos espacios y limitarme a eso exclusivamente requirió un enorme control emocional pues la violencia observada en las interacciones de Twitter me provocaba a intervenir en la discusión de forma activa, contestar directamente a los usuarios perpetradores de los comentarios denigrantes dirigidos generalmente a mujeres geek. Opté por la neutralidad debido a que ésta me permitiría ingresar a esos espacios de violencia, interactuar y conocer un poco más sobre quienes emitían esas descalificaciones, el resultado fue la conexión entre cuentas de usuarios que exhiben una ideología de derecha caracterizada por estar en contra del feminismo y la diversidad sexual, más específicamente de las personas no binarias y transexuales.

Relato cómo, en ese ambiente hostil, encontré proyectos de mujeres geeks y feministas, entre ellos la comunidad de fans *Justice Girls*, integrada por mujeres geeks de distintas nacionalidades que han creado un espacio seguro para hablar sobre temas geeks. También mi interacción con Gaby Meza y mi descubrimiento por su medio *Fuera de Foco*. A ellas, gracias.

Los últimos dos apartados están dedicados al análisis del consumo de bienes culturales haciendo uso de las categorías propuestas por Ortega (2009). Doy cuenta de cómo estas tres categorías se relacionan entre sí y con las representaciones

sociales dominantes construidas en torno los bienes culturales protagonizados por superheroínas que a la vez repercuten en su consumo. En el análisis y la identificación de las categorías empleadas para realizar las valoraciones simbólicas fue de gran utilidad tener en cuenta la contextualización del origen de estos bienes culturales y la consolidación de los fandoms, temas desarrollados en el Primer Capítulo.

Este capítulo es una conjunción de mi diario de campo, el análisis de los datos recopilados a través de un cuestionario aplicado en las convenciones y festivales geeks a los que asistí, fragmentos de las conversaciones que tuve con mujeres geeks feministas y el análisis discursivo de los comentarios en español en torno a las superheroínas de Marvel expresados en las cuentas centrales que estudié en Twitter. Debido a ello recurrí al criterio de repetición para discernir a qué elementos, de todos los encontrados, debía otorgarle mayor atención ya que la información obtenida en algunos espacios resultaba interesante, pero ahondar en ella suponía un desvío de los objetivos de esta investigación y de la teoría hasta entonces consultada.

Como presenté en el capítulo anterior, la triangulación metodológica exige que los datos obtenidos a través de las distintas técnicas de investigación sean analizados de forma separada, no obstante, la aplicación práctica de este actuar metodológico requiere, en muchos casos, de más de un investigador. Arias (2000), recomienda que sean diferentes las personas que analizan los datos de cada técnica, elemento que puede extender el tiempo de análisis, situación que escapa a las condiciones en las que fue realizado el presente estudio. De modo que los resultados y la aplicación del plan metodológico presentados a continuación son el resultado de la ejecución de ese plan en campo.

Estoy consciente de que la cantidad de participantes no puede ser considerada como una muestra representativa del fandom de superhéroes en México, menos aún

en Latinoamérica. No pretendo que esta información sea tomada como tal y por ello solicito a la entidad que lee estos párrafos que tome en cuenta las condiciones en las que fue realizado este estudio, mismo que es uno altamente situado y los resultados no deben tomarse como generalizaciones aplicables a otros fandoms ni a otros contextos.

Por lo tanto, es fundamental señalar que uno ingresa al campo no sólo como una aca-fan sino como un tipo bastante específico de académica y de fanática, sin mencionar la plétora de bagaje social y psicológico adicional que ninguna identidad puede explicar, incluyendo estructuras sociales como raza, clase, religión, idioma y nacionalidad (Kustritz, 2023, p. 42).

Con eso en mente, debo advertir que los párrafos siguientes están estructurados siguiendo el trabajo de Ruth Behar (1999) sobre la escritura etnográfica y de acuerdo a las recomendaciones y lecturas otorgadas por la doctora Anne Kustritz.

5.1 Venciendo al algoritmo

Siempre he preferido ver audiovisuales en su idioma original, así sea anime o alguna película sueca de cine independiente, debido a ello, las películas provenientes de Estados Unidos las veo en inglés, idioma que además domina los productos mediáticos que consumo—películas, series, música. Gracias a mis gustos personales, y sin darme cuenta mi vida en los espacios virtuales comenzó a llenarse de contenido anglosajón, Twitter y YouTube fueron víctimas particulares del

algoritmo⁴¹, el cual me recomendó cantidad de cuentas de fans y creadores de contenido provenientes del país colindante con la frontera norte. De esa manera, y por mucho tiempo, mi vida en el mundo digital estuvo limitada a tener interacciones con usuarios anglosajones y su contenido en inglés.

Al bocetar esta investigación, durante la revisión del estado del arte, me percaté que gran parte de los estudios sobre fans estaban realizados por aca/fans y sobre fanáticos de Estados Unidos o países del norte global, estudios que han sido de gran utilidad para la consolidación de los *Fans Studies* como un área de investigación sin embargo carecen de la visión latinoamericana. Debido a esta revelación, me percate de lo que el algoritmo había hecho por mí: determinando, de cierta forma, el idioma de mi consumo y a través de él, los fans con quienes interactuaba. Comprendí que si quería estudiar al fandom de superhéroes en México o Latinoamérica, tendría que vencer primero al algoritmo.

Hice una nueva cuenta de Twitter, un nuevo correo en Gmail—el cual me permitió entrar a una nueva cuenta de YouTube, libre del algoritmo anglosajón—y reactivé la página de Facebook que usé en la investigación para obtener el grado de licenciatura. Lentamente fui adentrándome en el mundo digital de *influencers*⁴², *youtubers*⁴³, críticos de cine y fans hispanohablantes.

Vencer al algoritmo implicó una inmersión constante al extenso espacio digital integrado por cuentas y canales de Twitter y YouTube. Mi labor inicial fue alimentar al algoritmo de la nueva cuenta de Gmail, haciendo uso de ella en YouTube, y el usuario

⁴¹ Los algoritmos de redes sociales son una forma de ordenar las publicaciones en el feed de un usuario de acuerdo a su relevancia. Las redes sociales priorizan el contenido que ve un usuario en su feed basándose en la probabilidad de que el usuario vea dicho contenido.

⁴² Término proveniente del verbo en inglés: influence (influir). Se trata de una persona que usa sus redes sociales y alcance, capital social, para difundir temas a otros usuarios, sus seguidores. Su subsistencia económica depende del número de vistas, usuarios y patrocinadores.

⁴³ Generadores de contenido que usan la plataforma Youtube para difundir sus creaciones.

de Twitter, me obligué a buscar contenido en español. En ese tiempo mi búsqueda en YouTube por material audiovisual sobre la serie televisiva *Supergirl*, mi nueva obsesión, era constante, los resultados fueron variados, desde *fanvids*⁴⁴, resúmenes de temporada e incluso análisis del nuevo vestuario de Supergirl. Las colaboraciones entre *youtubers* me llevaron a otros canales y, gracias a que desplegaban sus nombres de usuarios en otras redes, también me dirigieron a Twitter.

5.2 ¿Eres geek?

Se considera como una broma que los *millenials*⁴⁵ sufran de ansiedad al hablar por teléfono, pero yo estoy aquí para decirles que el chiste está basado en hechos reales. Desde que recuerdo he sentido un palpitar acelerado en mi corazón cada vez que tengo que contestar el celular, pedir una pizza a domicilio me resulta complicado; en general interactuar con extraños, no se diga hablar frente a un público. La interacción con personas extrañas me resulta más que difícil, desafiante. A pesar de eso estaba lista para la entrevista, hice dos pruebas antes de la hora programada para asegurarme de que me escuchaba, me veía y, sobre todo, que la grabación era posible, todo estaba bien, pero al final la tecnología me traicionó.

“*Google meet* quiere acceder a tu micrófono”, permitir “activando micrófono” “Cámara desactivada”. —¿Desactivada? ¿Cómo que *desactivada*? Esto no puede estar pasando, pensé. Evalué salir y volver a entrar en la sala pero tenía el tiempo limitado y no quería perder valiosos minutos. — ¿Hola?, dije con timidez. — ¡Hola, Ayla! ¡Qué bonito gatito o gatita!, dijo Gaby al ver la imagen que tengo en mi cuenta

⁴⁴ Material realizado por fans que recurren al material original—series, fotos, películas—para crear un producto nuevo en formato de video.

⁴⁵ Se les llama *millenials* a la generación que nació en el periodo comprendido de finales de la década de 1980 a la primera mitad de la década de 1990.

de google. —Gracias, se llama Harris, dije con pena, sabiendo que mi cámara estaba apagada y que tenía la foto de mi gato como foto de perfil y no la mía. —Perdona, mi cámara no quiere activarse pero mejor iniciemos de una vez ¿Te parece? Yo estoy aquí, te prometo que no soy un gato. Ambas reímos y comenzamos la plática.

“sentía que era exclusivo de aquellos que tenían mucho conocimiento”, expresó Meza cuando le cuestioné si se identificaba como geek; de igual manera, Gabriela, peruana de veintinueve años que contestó mi cuestionario compartió: “creo que me falta mucho conocimiento para llegar a eso”. A estas impresiones agrego lo que algunas fanáticas identifican como una desacreditación de sus comentarios efectuada por fans hombres, Sora, mexicana de 31 años que conocí en Twitter comparte “generalmente a las mujeres se nos tiende a hacer menos porque el público masculino considera que sólo estamos en este hobby como 'poser'⁴⁶”, por su lado Kass, cosplayer de 23 años con quien conversé rápidamente en la Mole Horror Edition, comenta que “en su mayoría los hombres no me creen y dudan de ello o simplemente dicen que lo hago por ‘llamar la atención’ masculina lo cual es molesto aun cuando pudiera saber más que ellos”. En contraste, resalta que ninguno de los participantes hombres que colaboraron con sus respuestas siente que su opinión sea demeritada en espacios digitales o físicos.

La condescendencia dirigida hacia las mujeres geek y la exigencia constante por demostrar su conocimiento son indicios de lo que Kira Hall (1996) identifica como cibermasculinidad, una forma de interacción realizada por los hombres en espacios digitales, conformada por actitudes que violentan o minimizan la participación de mujeres en el internet. Como expuse en el tercer capítulo, la cibermasculinidad identificada por Hall es otra forma de nombrar a la masculinidad geek,

⁴⁶ Poser viene del verbo en inglés *to pose* que, de acuerdo con el Diccionario de Cambridge, significa posar o pretender ser algo que no se es con el objetivo de ser admirado o atraer interés.

Basándose en trabajos de lingüistas estudiosos de la comunicación mediada por computadora, Hall señala que las actitudes empleadas por los hombres en espacios en línea son similares a las empleadas en interacciones cara a cara, entre ellas se encuentran: “ignorar temas propuestos por mujeres, producir espacios conversacionales basados en la jerarquía en lugar de la colaboración, desestimar las respuestas de las mujeres como irrelevantes, contribuyendo con un porcentaje mucho mayor del número total de publicaciones y textos producidos” (Hall, 1996, p. 154) resultando en una eventual exclusión de las mujeres en estos espacios.

Al respecto Massanari (2017) señala que los hombres que exhiben una masculinidad geek perpetúan la idea de que la falta de diversidad dentro de las comunidades geeks es que dichos grupos, como mujeres o personas de la comunidad LGBTQ+, simplemente no quieren ingresar a esos espacios, no son de su interés, “en lugar de reconocer que las barreras estructurales pueden hacer que la participación sea difícil o poco atractiva” (Massanari, 2017, 332). Los roles y estereotipos de género así como la división de espacios y actividades reservadas para hombres han tenido grandes repercusiones en las mujeres geeks y fans de productos asociados a gustos masculinos. Los efectos son de tal magnitud que las mujeres que colaboraron con esta investigación dudan en identificarse como geek pues se cuestionan a sí mismas si poseen lo que se requiere para formar parte de esos espacios, distinto al actuar de los fans hombres quienes todos se consideran geek sin mayor titubeo.

Finalmente, después de reflexionar sobre su identidad geek, Meza concluye:

[...] sí creo que soy una persona geek en lo que tiene que ver con mi gusto por la cultura popular, mi gusto por la tecnología, mi gusto por los foros de internet para discutir películas [...] entonces pues sí, sí soy geek, quizá no en ese estricto sentido del geek tradicional, pero sí del nuevo geek (Gaby Meza. Conversación en línea).

Por *geek tradicional*, Meza se refiere al cambio semántico que ha sufrido la palabra, pasando por ser usado para referirse a personas apasionadas de la computación a pasar a englobar a individuos con gustos y conocimientos relacionados con la cultura pop. Las y los fans que respondieron el cuestionario también vinculan ser geek con el fanatismo, tanto Alex, español de veintiséis años, como JuanPe, chileno de veintidós años, definen a una persona geek por su fanatismo por productos de la cultura popular más que por su interés en la tecnología, alineándose a la definición de los nuevos geeks donde la tecnología pasa a segundo plano y el conocimiento y gusto de temas y productos poco comunes es más valorado. De acuerdo con ellos y ellas la cultura popular es un elemento central dentro de lo que es ser geek,

5.4 Feminismo geek. Estrategias para contrarrestar el discurso hegemónico

En retrospectiva, si no hubiera sido tan insistente en buscar material de *Supergirl*, seguramente no hubiera encontrado el canal de Justice Girls, un grupo variopinto de mujeres, feministas geeks hispanohablantes. Yara, panameña apasionada por DC, fue quien convocó en Twitter a mujeres, fanáticas de los superhéroes, a formar un espacio para platicar sobre series, películas y demás temas geeks. El resultado de la convocatoria es Justice Girls, un grupo diverso de mujeres hispanohablantes que se reúnen virtualmente cada tanto para hablar sobre películas y series superhéroes, entre otros temas; y cuyas reuniones son transmitidas en su canal de YouTube.

Gracias a una tímida primera interacción iniciada por mí a través de los comentarios de una transmisión en vivo de YouTube, logré concretar una conversación/entrevista grupal virtual con Yara quien estuvo acompañada por Elena,

de España, Cota, proveniente de Chile, y Viviana, mexicana. Después de nuestra conversación me queda claro que ellas son sólo una fracción de las Justice Girls y que sus interacciones han migrado de Twitter a otras plataformas como Discord y Telegram, en donde pueden ejercer un mayor control sobre quién ingresa a su grupo.

Los avances tecnológicos, desde los medios de transporte hasta las tecnologías de comunicación, han creado nuevos espacios de socialización, entre ellos se encuentran aquellos en donde el internet y el acceso a éste son elementales para su estructuración. Neyla Pardo (2012), al referirse al discurso multimodal, reconoce que el uso de las tecnologías excede la distribución de los significados pues también “contribuyen con la transformación y creación de nuevas representaciones e interacciones” (Pardo 2012, p. 89). En efecto, al hablar de la existencia de las Justice Girls la tecnología no sólo ha reducido distancias espaciales, sino que ha jugado un papel central en la creación de un espacio de interacción que ha posibilitado amistades que tal vez no hubieran ocurrido sin ella. El uso de la tecnología y la interacción mediada también posibilitan que los encuentros sean realizados en espacios físicos seguros para las justicieras y a la vez permite que las reuniones se extiendan de manera considerable.

Lo iniciado por Yara ha dado como resultado un grupo en el cual fanáticas de productos de superhéroes, tanto de Marvel como DC, ubicadas en distintos países, comparten recomendaciones literarias y audiovisuales; discuten sobre la película o serie del momento y donde los bienes culturales son interpretados en conjunto, una práctica que forma parte de la identidad fanática (Lamerichs, 2018). En los fandoms el proceso de interpretación no es una actividad solitaria, sino que se realiza una lectura donde los textos son interpretados a través de la inteligencia colectiva (Levy, 1997) de sus miembros. La existencia de Justice Girls posibilita ese intercambio de

conocimiento sin embargo, la inteligencia colectiva no está limitada a grupos bien definidos ya que un fandom, más que ser una comunidad localizada, es un espacio imaginario que depende de las afinidades de sus miembros (Jenkins, 2006), por lo tanto tratar de limitarlo, y aún más en el mundo digital, resulta un despropósito no sólo por el dolor de cabeza que pueda ocasionar al investigador en términos metodológicos sino porque sería meter al fandom en una caja, privándolo de elementos que lo caracterizan.

El ingreso de Gaby Meza a redes sociales se dio en un contexto donde el uso del internet y la edición de videos era una práctica incipiente, al menos en México. El hecho de que Meza sea una de las pocas periodistas mexicanas que realiza contenido sobre la cultura pop y temas geeks, en su canal de YouTube *Fuera de Foco*, el cual cuenta con más de un millón de suscriptores, hace que su trabajo tenga una gran relevancia social, pues la mayoría de las personalidades geek hispanohablantes son hombres.

Si bien la propia Gaby se identifica como geek, afirmar que todo el contenido que realiza su medio, *Fuera de Foco*, es geek sería un error ya que además de grabar reseñas y críticas sobre audiovisuales del género de superhéroes, lo ofrecido por Meza abarca diversas esferas de la cultura de masas, entre ellas películas de terror, nominaciones a los premios Oscar, películas taquilleras de todo tipo y, además, incluye temas de relevancia política y social que afectan directamente a la industria cinematográfica estadounidense. Por ejemplo, su video explicativo sobre la controversia devenida de la ley *Don't say gay*, instaurada en Florida y la cual fue apoyada por Disney o el fenómeno *queer baiting* como estrategia de inclusión personajes LGBT+ usada por las productoras.

La creación de Fuera de Foco, como medio, es el resultado de la alineación profesional de Gaby con sus gustos e intereses. La existencia del canal de YouTube es producto de la conjunción de su lado *geek* y fanático. A su parte *geek* se le debe su interés y maestría en la edición y grabación de videos, mientras que a su parte fanática le debe la motivación, resultado de la epistemofilia, característica de las y los fans. Esta característica no sólo se refiere al placer de conocer, sino también al obtenido del intercambio de conocimiento (Jenkins, 2006). No obstante, fue su experiencia laboral la que motivó aún más su feminismo.

[...] la crítica destructiva a mí en cierto sentido me ha ayudado a mejorar [...] simplemente es el 'cómo puedo trabajar yo desde este lado para deslavar y borrar la imagen de que una mujer no tiene el derecho o la capacidad de tocar ciertos temas' [...] y eso te permite sumergirte un poco más o dar un paso más hacia el feminismo (Gaby Meza. Conversación en línea)

En contraste, si bien la tecnología permitió la creación de las Justice Girls, su creación responde directamente a la necesidad de estas mujeres *geeks* en tener un espacio libre de actitudes que impiden su libre participación en espacios digitales. En palabras de Elena, un espacio libre de *mansplaining*⁴⁷, una práctica realizada por los hombres en la cual ellos explican algún tema de forma condescendiente o paternalista a una mujer. Sin embargo, el trato diferenciado a las mujeres *geek* no siempre es expresado discursivamente, como presento a continuación.

Fuera de foco fue creado en mayo del año 2011 y, en el momento en el que escribo estos renglones, cuenta con mil 797 videos y 1.21 millones de suscriptores. En comparación *The Top Comics*, canal de Andrés Hueytletl Ramos, mejor conocido

⁴⁷ Proviene de la unión de las palabras en inglés *man* 'hombre' y *explaining* 'explicar'.

como *Mr. X*, fue creado en agosto del año 2012, cuenta con mil 77 videos y 4.57 millones de suscriptores. A diferencia de Gaby, *Mr. X* habla exclusivamente de temas geeks: cómics, películas y series de superhéroes y uno que otro video de Star Wars. Él se considera más fanático de DC que de Marvel, mientras que su canal The Top Comics es considerado el más grande de habla hispana que trata estos temas.

En tanto que *Mr. X* muestra mesura frente a los debates en twitter que giran en torno a las representaciones femeninas o de grupos minoritarios en el género de superhéroes y la cultura pop en general; Gaby, quien se asume como feminista, no repara en mostrar su postura frente a temas polémicos o a realizar videos sobre asuntos que ella considera importantes pero que resultan molestos o cansados para algunos de sus seguidores, como hablar de películas con personajes LGBTQ+

Este actuar le ha ganado críticas hacia su persona, algunas dirigidas a su postura feminista y a su género, tanto en su cuenta personal de Twitter como en los comentarios de del canal Fuera de Foco: En Twitter pueden leerse comentarios como: “Por qué te vendes a todo lo *progre* que está de moda?” “Esto es inclusión forzada de tus ideas, pésimas por cierto” “[...] la inclusión es forzada, pero de mala manera ya que no está mal que enfermas como tú quieran ser incluidas, pero yo creo que la inclusión está forzada [...]”. A ello vale sumar la pérdida de seguidores, como lo comparte la propia Gaby: “Subí un video LGBTQ+ al canal y que haya ‘desuscripciones’

“La autopurga es mi postre favorito”, en respuesta un seguidor le escribe: “Morra, me caes muy bien. En general creo que a la gente le caes bien. Pero estos tweets pasivamente mamadores hacen que caigas gorda”. Ahora bien, La pérdida de seguidores y suscriptores no sólo indican la simpatía o antipatía con el contenido o con la persona que lo publica, son un indicador que afecta directamente el capital social de quien produce el contenido. De acuerdo con Raquel Recuero (2008), el

capital social en espacios digitales se integra de tres valores: *reputación*, *popularidad* y *autoridad*, factores que dependen en gran medida de los seguidores y suscriptores.

Retomando lo encontrado por Kira Hall (1996) el dominio de la conversación en espacios digitales realizado por la masculinidad geek puede observarse en el uso de técnicas que menosprecian o desestiman discursos realizados por mujeres que interactúan en esos espacios. En contexto digital las tácticas empleadas por hombres para minimizar el discurso generado por mujeres no necesariamente son expresadas discursivamente, en su lugar dar de baja una suscripción puede considerarse como una estrategia de devaluación discursiva empleada para mantener control (Dijk 1997) sobre la información que circula en redes sociales.

Aislarse de discursos con los que se está en desacuerdo propicia la formación de Cámaras de Resonancia o *Echo Chambers* (Sunstein, 2017) las cuales fomentan la radicalización y polarización de los espacios digitales. Las cámaras de resonancia se forman cuando las personas se rodean por otras que piensan similar y se aíslan de aquellas con opiniones distintas, acción que produce espacios homogéneos sin cabida para la pluralidad de ideas o posturas, además de que “lleva fácilmente a que los individuos adopten posiciones cada vez más extremas” (Salojärvi et. al 2020).

Contrario a ese comportamiento, las justicieras disfrutan de tener un espacio donde “se forman discusiones interesantes y buenas y no todo el tiempo estamos en la misma página, para nada”, dice Yara. Se trata de un lugar con diversidad de opiniones que hacen la experiencia más enriquecedora. En palabras de Elena:

Yo tengo que reconocer que me enriquece muchísimo la experiencia porque al final, sí que es verdad que yo creo que el entorno geek es algo (donde) estás en tu propia burbuja, con tus amigos, [...] qué pues si abres el espectro con la gente con la que hablas habitualmente y encima están geográficamente ubicadas en sitios distintos,

a mí es una experiencia que me enriquece muchísimo, la verdad (Elena. Conversación en línea)

Las Justice Girls han creado un espacio seguro en el cual expresar sus opiniones sin reparos, en el que se puede disentir pero no se recurre a descalificaciones personales, “yo creo que eso no lo tendría en un entorno masculino, sinceramente” agrega Elena. La dinámica de interacción observada en Justice Girls corresponde estrategias propias de las comunidades de fans, las cuales se organizan en torno a reglas discursivas (Kustritz,2023).

La creación de las Justice Girls coincide con lo que Pardo (2008) llama estrategias contrahegemónicas, usadas para contrarrestar el discurso misógino y excluyente, dominante en los espacios digitales donde interactúan. Las Justice Girls surgieron del feminismo de sus integrantes debido a su experiencia geek atravesada por el género, se trata de una respuesta a las expresiones de la masculinidad geek experimentadas por estas mujeres en espacios digitales, mientras que la postura feminista de Gaby Meza le ha valido enfrentarse a la masculinidad geek, situación que en lugar de desalentar su feminismo lo motiva.

5.5 Conflictos discursivos y valoraciones simbólicas en torno a representaciones de superheroínas

La escena que lo incendió todo.

Las y los asistentes han ingerido bebidas azucaradas y palomitas grasientas durante dos horas y media. La luz de la pantalla revela que todos los asientos se encuentran ocupados, sin embargo, en este momento, el silencio prevalece en la sala. El

ambiente se siente tenso mientras soy testigo, junto con decenas de personas, miles a nivel mundial, de la culminación de la Saga del Infinito⁴⁸ en lo que queda de la cinta *Avenger:Endgame* (2019).

A la orilla del asiento observo a los Vengadores, los buenos, enfrentar a Thanos, el alienígena genocida, y su ejército. La disputa es por las Gemas del Infinito, el objetivo es impedir que Thanos obtenga todas las Gemas y las use para destruir a la humanidad con un chasquido de dedos. El capitán América es el único vengador en pie y la cosa pinta muy mal para la humanidad.

Después de una pausa dramática algo sucede, todos aquellos que fueron eliminados por Thanos en la película pasada, aparecen en pantalla ¡Refuerzos! El público enloquece, la batalla continúa. El joven Spider-Man carga con el guantelete al que se encuentran adheridas las gemas, mismo que debe entregar a Ant-Man y The Wasp para que se deshagan de las piedras; sin embargo, ente el hombre arácnido y ellos se encuentra el ejército de Thanos. Frente a esa situación el joven arácnido pide ayuda a sus compañeras y compañeros, quien responde es Carol Danvers, el personaje más poderoso del MCU. Ella se ofrece a cruzar el campo de batalla y entregar el guantelete a Ant-Man. —No sé cómo vas a atravesar todo eso, pregunta el joven superhéroe mientras le entrega las gemas a Danvers. —No te preocupes, dice Wanda. —Tiene ayuda, completa Okoye. Al terminar la frase, el encuadre se abre y todas las superheroínas que Marvel ha adaptado al cine desde la película de Iron Man de 2008, van hombro con hombro listas para abrirle paso a Danvers a punta de supergolpes y superpoderes. No lo sabíamos en ese momento, pero estábamos atestiguando una escena histórica que traería polémica al fandom.

⁴⁸Se puede ver dicho fragmento en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=L7Y0ucw7bGk>

Debo aclarar que yo no poseo ese material y la distribución del mismo en este trabajo es sin fines de lucro. Todos los derechos pertenecen a Marvel Studios y a Walt Disney Studios Motion Pictures

Con paso decidido, las mujeres proceden a hacer lo suyo y la audiencia observa en silencio mientras Capitana Marvel atraviesa el campo de batalla.

Desde entonces la escena ha suscitado debates dentro del fandom, el cual está atravesado por contextos sociales e históricos y quedan expresados en el discurso con el que valoran o valoraron la escena y a las superheroínas representadas. Retomando lo planteado por Thompson (1998) los conflictos de valoración de las formas simbólicas “ocurren siempre en un contexto social estructurado que se caracteriza por asimetrías y diferenciales de diversos tipos” (p. 230) Además, advierte, algunas valoraciones tienen más *peso* que otras, según la posición en el campo de interacción de quien la emite, las posiciones que ocupan los individuos pueden ser dominante, intermedia y subordinada. En el fandom de superhéroes, como he relatado en capítulos anteriores, la posición dominante está ocupada por hombres. En ese contexto, cuando un usuario de Twitter publicó: “Hasta la fecha sigo creyendo que esta escena fue totalmente innecesaria, literalmente Wanda o Capitana Marvel podían acabar con ese ejército solas, pésima inclusión”, se incendió el fandom.

“Lo crees innecesario porque no lo entiendes” contestó una madre quien asegura que su hija disfrutó la escena y que “se sintió más identificada que nunca!”. Al igual que ella, otras fanáticas y fanáticos valoran la escena por su valor representacional. Kass, considera que la escena representa empoderamiento femenino “porque finalmente le dan un espacio a las superheroínas y puedes decir ‘soy esa’ realmente espere mucho tiempo para que Marvel se centrara un poco más en sus heroínas”, mientras que Kory, peruana de quince años, enfatiza la importancia de este tipo de representaciones para las audiencias aún menores a ella: “al ver un

equipo femenino apoyándose y trabajando juntas por un bien común es muy bueno, en especial para las niñas”.

De igual forma Daniel, mexicano de 36 años, indica: “Debería de haber más imágenes como ésta en la cultura popular”, mientras que JuanPe, expresa: “Pues me parece una escena muy épica en la que podemos ver por primera vez a un gran número de personajes femeninos del MCU colaborando”. Los y las fans que valoran esta escena como importante debido a la representación de superheroínas consideran que las imágenes poseen elementos de empoderamiento femenino, de donde destacan el trabajo en equipo como principal componente feminista, al cual agregan la cooperación y apoyo entre mujeres como elementos principales del feminismo.

Tomando como referencia las posiciones identificadas por Thompson dentro de un campo de interacción, podría considerar que las y los fans, junto con los consumidores ocasionales que valoran de esta forma la escena se encuentran ubicados en la posición subordinada, incluso los fanáticos hombres. Vale la pena mencionar que los consumidores ocasionales o no fanáticos del género, en su posición subordinada, emplean expresiones de condescendencia y desprestigio hacia los fans que critican esta escena. En las respuestas al primer tweet se lee: “Miren: un pobre diablo que llora por una escena de *Fanservice*⁴⁹ en ‘*Fanservice*: la película’. Ya mejor di que te dan miedo las mujeres” y también: “Como lloran los *incels* por personajes ficticios”.

La palabra *incel* es una abreviatura de las palabras en inglés *involuntary celibate*, celibato involuntario, se trata de una de las tantas palabras anglosajonas surgida de espacios digitales y adoptadas por los usuarios hispanohablantes de

⁴⁹ Fanservice es una estrategia realizada por directores y guionistas en la que le brindan a los fans aquello que tanto han esperado.

internet. Ésta es usada para referirse de forma peyorativa a un hombre que no puede entablar relaciones con mujeres por más que lo intente, de ahí que el celibato sea involuntario. Salojärvi et. al (2020) en su estudio sobre esta colectividad señalan que se trata de un grupo heterogéneo, en su mayoría hombres, aunque también hay mujeres, que se reúne en espacios digitales.

En sus inicios, los *incels* se auto identificaban como tal, asumiendo sus dificultades para interactuar con mujeres debido a las pocas habilidades en relaciones sociales o a problemas de autoestima. No obstante, como todo grupo amplio, presenta colectividades menores, algunas de ellas violentas que han hecho de las mujeres el blanco para desquitar sus frustraciones. Debido a que los *incels* se reúnen principalmente en espacios digitales como Reddit y 4Chan (Salojärvi et. al 2020) son altamente asociados con tecno-culturas violentas. Massanari (2017) da cuenta de cómo la permisividad de estos espacios y la poca regulación sobre el contenido que en ellos se comparte propiciaron la circulación de discursos violentos dirigidos hacia las mujeres, mismos a los que se les debe Gamergate. (Ver el Tercer Capítulo).

Por otro lado, el uso de la palabra perpetúa estereotipos de género asociados a cómo debe ser un hombre, alguien que no llore ni sea un pobre diablo y a quien no le den miedo las mujeres, es usado para dirigirse a un hombre que no ha tenido relaciones, sexuales o de amistad, con mujeres; está frustrado, es misógino e incluso violento⁵⁰, Thompson señala que los individuos en posiciones subordinadas pueden mostrarse respetuosos de las formas simbólicas producidas en por aquellos en posiciones superiores, dominante e intermedia, o pueden usar la burla y el rechazo para ridiculizar formas simbólicas producidas en los estratos superiores, lo apreciado en las interacciones con este tweet muestran que sucede lo segundo.

⁵⁰ El acoso que recibieron las mujeres víctimas de gamergate no es algo menor. A ello hay que agregar la masacre perpetrada por el creador del *incel manifestó*, Elliot Rodger

Existen algunos y algunas fans coinciden en el valor simbólico de la escena, en términos de representación y la importancia histórica de ver a mujeres trabajando en equipo en pantalla grande, pero también reconocen que la representación no lo es todo. El tweet citado y las valoraciones realizadas por otros fans hacen referencia a un elemento alejado de la queja de un fanático por la inclusión de personajes. Cuando el usuario de Twitter califica a la escena como *innecesaria* se refiere a su pertinencia dentro de la trama, el elemento que indica esto es que después de expresar lo innecesaria que le resulta la escena, agrega: “literalmente Wanda o Capitana Marvel podían acabar con ese ejército solas” y es que quien escribió el tweet, un fan del género, se basa en sus conocimientos sobre estos bienes culturales, específicamente en el hecho de que canónicamente Capitana Marvel y Wanda, ambos personajes femeninos, son más poderosas que el mismo Thanos y por lo tanto la ayuda otorgada de Capitana Marvel por las otras superheroínas no coincide con el conocimiento que ese fan posee.

Las mujeres geeks fanáticas de los superhéroes que contestaron mi formulario y a quienes les gusta la escena coinciden con la valoración expresada en el tweet, ellas califican a la exhibición de cooperación femenina como poco natural. Brenda, argentina de 19 años a quién sí le gustó la escena, considera que fue mal desarrollada, en sus palabras: “fue raro porque no se conocían de nada ahí y de la nada se juntaron todas y se pusieron a pelear”. Incluso las integrantes de las Justice Girls consensan en que la escena pudo ser mejor, no se refieren a ella como forzada pero sí señalan que no está desarrollada de forma *orgánica*, refiriéndose a que hay un fallo en su ejecución.

Las y los fans muestran mesura en sus críticas sin embargo son concisos en calificarla como *poco natural*, *mal ejecutada*, *mal hecha*. Este tipo de valoraciones

ubicadas dentro de una posición intermedia de dan cuenta de que para las y los fans, principalmente para las primeras, el problema con ese *team up* femenino es la ejecución y el peso narrativo. Los y las fans que comparten esta posición no hacen una valoración de las representaciones por sí solas, no otorgan valor simbólico a las superheroínas como elementos aislados, sino que toman en cuenta elementos que pueden parecer minúsculos para consumidores ocasionales, el hecho de que tanto Brenda como otros fans se pregunten sobre el desarrollo que antecede a esa escena evidencia el carácter crítico y exigente del fandom. Su crítica se basa en una disonancia no sólo en la narrativa de la película sino con la narrativa transmediática que engloba a las producciones cinematográficas exhibidas hasta ese momento e información contenida por los textos originales, cómics.

Probablemente son elementos que pasan desapercibidos para un observador completamente externo al fandom o incluso para los consumidores ocasionales de estos bienes culturales sin embargo, estas sutilezas en las valoraciones simbólicas de la escena permite identificar que las críticas dirigidas a esta escena, al menos las realizadas por individuos dentro de una posición intermedia, no caen necesariamente dentro de actitudes alineadas a una masculinidad geek sino que parecieran responder más a la actitud crítica del fandom.

Las valoraciones simbólicas en torno a esta escena revelan particularmente la exigencia de las fanáticas por mejores representaciones femeninas en el género de superhéroes, personajes con antecedentes y motivaciones significativas, cuyas escenas sean bien elaboradas y tengan peso en la narrativa. En su investigación sobre personajes femeninos con trastornos de personalidad, Laura Pacheco (2018) hace mención a la falta de personajes femeninos con un *background* igual de

detallado que el de sus pares masculinos, dando cuenta de que, al hablar de personajes, la calidad importa.

Generalmente cuando los fans señalan que algo está *forzado* se refieren al cumplimiento de los criterios implementados por Hollywood para que una película sea elegida a competir en la categoría de Mejor Película de los premios Oscar, estándares creados para que las producciones incluyan personal perteneciente a grupos históricamente excluidos y poco representados. En este sentido *inclusión forzada* es una categoría empleada para referirse a la estrategia realizada por las productoras audiovisuales en la que incluyen personajes interpretados por actores y actrices pertenecientes a esos segmentos para cumplir con los estándares de representación.

Las Justice Girls también reconocen que las imágenes de superheroínas empoderadas, de esta y otras escenas, responden a intereses de las productoras en su búsqueda por atraer más consumidoras mujeres. Identifican que hay intereses detrás de la producción de esa y otras tantas escenas que ahora pueden apreciarse en series y películas del género de superhéroes. Se trata de una cuestión de mercantilización la cual, de acuerdo con Elena “hace más daño que beneficio” no obstante, como ya mencioné anteriormente, la escena es de su agrado y valoran la representación femenina en el género. Su valoración de la escena es muy distinta de aquella realizada por otros y otras fans.

El daño al que se refiere Elena puede ser apreciado en comentarios vertidos en Twitter en publicaciones relacionadas incluso con otras películas. Sobre un fragmento de la película *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (2022), tres años después de la escena de Avengers: Engame, algunos fans dejan claro que no pueden dejar ir la exhibición de empoderamiento femenino, "O sea, están todos en medio de una guerra, EN MEDIO DE UNA GUERRA y de pronto mágicamente se

reúnen en una sola escena todas las que tienen vagina...” “Lo de endgame fue absurdo, en semejante campo de batalla y sin haberlo coordinado [...] sé que ha pasado antes con otros personajes masculinos en otras películas pero aquí el motivo es obvio” “te pareció bien que capitana marvel volara flojito para meter a todas en una escena casi que mirando a cámara diciendo claramente ‘míranos, somos mujeres xD” “Soy el único que sintió demasiada exagerada esa escena feminista en End Game? Pinche feminismo innecesario!” Para estos fanáticos el despliegue de fuerza de las superheroínas responde a intereses políticos de Marvel más que al desarrollo de la trama de la película, señalan que las representaciones de superheroínas son intentos de incluir lo que ellos identifican como “feminismo innecesario” que no tiene cabida en la narración.

Cuando las representaciones de las superheroínas, como bienes culturales, son evaluadas por individuos en una posición dominante, el discurso empleado connota desacreditación de los personajes femeninos, cuestionando su fuerza, inteligencia o relevancia dentro de la narrativa de la película o serie o dentro del mismo universo de los cómics de Marvel. Sobre Riri Williams, sucesora de Iron Man/Tony Stark, los usuarios de Twitter comentan: “tampoco es que se esmeren mucho para hacer un personaje llamativo. A Tony le costó hacer el traje y ahora resulta que una niña lo hizo sola” “El que sea mujer o sea negra da igual, el punto es que ridiculizan a Tony y toda su trayectoria creando armaduras [...] para que venga alguien de la nada y ya sea Iron Man 2.0”. Sobre las valoraciones de bienes culturales que apelan a una supuesta “inclusión forzada”, Meza señala en su cuenta de twitter: “Dejen de decir que todo es inclusión forzada lo único que hacen es desplegar su racismo, machismo, homofobia y toda la cochinidad que nos quisieron inculcar de niños. Vean a su alrededor, el mundo es DIVERSO. Que ansia oigan”

Los comentarios recuperados dan cuenta de que los y las fans dentro de esta posición de dominación exhiben de forma sutil, y a veces no tanto, una masculinidad geek caracterizada por una postura abiertamente antifeminista, que cuestiona la pertenencia de personajes femeninos en productos culturales tradicionalmente realizados para los hombres.

5.5.1 Simpatías políticas en el *fandom*

Thompson (1998) señala que existen valoraciones simbólicas que tienen más *peso*, lo que Recuero (2008) llama autoridad, que otras. En el mundo geek contemporáneo existen fans cuyas valoraciones simbólicas tienen mayor peso que las realizadas por un fan promedio y que además cuentan con la capacidad de influir en la valoración simbólica de otros. Los *influencers* son usuarios con gran capital social dedicados a brindar opiniones, reseñas, valoraciones simbólicas, sobre cantidad de bienes y productos, desde maquillaje y ropa hasta libros, películas y series. Difunden su trabajo en plataformas como YouTube, tiktok e Instagram mientras que sus opiniones quedan guardadas en el archivo digital, datos codificados dentro de los servidores de Twitter y Facebook.

Así como existen espacios en YouTube y Twitter donde el feminismo geek de sus administradoras tiene un papel central en la creación de contenido como es el caso de *Fuera de Foco* y *Justice Girls*, también existen espacios que exhiben donde la masculinidad geek juega un papel central, cuentas con posturas abiertamente antifeministas como las que describo a continuación.

La observación y monitoreo de cuentas de usuarios de Twitter, y me atrevería a decir que, en todo el internet, puede llevar a la investigadora o al investigador a espacios perturbadores. En mi caso, gracias a la observación e interacción con el perfil de Yara, llegué a la cuenta de Pablo Arcadia y a su canal de YouTube *Planeta*

Arcadia, que cuenta con ciento veintiún mil suscriptores. Pablo Arcadia, de nacionalidad argentina, es una figura dentro del mundo *geek* quien, al igual que Meza, realiza contenido de gran cantidad de productos de la cultura popular, superhéroes, comerciales, anime, princesas de Disney, además de abordar temas sociales como el movimiento *me too* y casos de transfobia, éstos últimos empleando la burla y del sarcasmo.

En el acervo de interacciones y publicaciones vertidas en su cuenta de Twitter no pude encontrar su valoración simbólica sobre la escena en cuestión, pero en su lugar hallé el uso reiterativo de ciertos adjetivos para valorar bienes culturales protagonizados o realizados por mujeres. En gran parte de esos bienes culturales las valoraciones otorgadas por este creador de contenido están catalogadas con las palabras *woke* o *progre*, la última con mayor frecuencia. “La desesperación de Marvel es TOTAL! Para vender en el mercado chino el BODRIO WOKE de #TheMarvels tienen que renombrarla como Capitana Marvel 2 [...]” de esa forma Pablo Arcadia publicita su último video de YouTube en su cuenta de Twitter. Al igual que él, gran cantidad de usuarios han adoptado la palabra *woke* para referirse a productos culturales que consideran de baja calidad, por ejemplo un usuario de Twitter comenta en una publicación de Yara, en la que ella se queja del uso de la palabra: “Te corrijo: Hoy todo lo estúpido es *woke*. Cuando haya algo *woke* que no lleve a pérdidas (spoiler: nunca), ahí vemos”.

De acuerdo con el diccionario Oxford *woke* se refiere a un estado de conciencia o vigilancia, es alguien que se encuentra informado. Aunque, advierte, también es usado de forma despectiva “como un medio para caracterizar ese estado de alerta [...] como doctrinario, moralista o pernicioso”. Al respecto un seguidor de Yara comenta que “eso de llamarle a algo ‘woke’ para descartarlo, siempre me ha sonado

a 'o quiero ver a nadie que no sean hombres blancos, heterosexuales y estadounidenses protagonizando historias de cómics [...]” en efecto, los contextos en los que se usa ese calificativo engloban temas como identidad de género, preferencias sexuales y personajes racializados.

En la misma línea, *progre* se refiere a progresista o progresivo, es usado para calificar propuestas o personas a favor de movimientos sociales provenientes de grupos minoritarios o históricamente discriminados. Movimientos que, como expuse en el Primer Capítulo, tuvieron repercusiones en la industria cinematográfica hollywoodense de donde surgieron iniciativas para acabar con la discriminación y promover la inclusión de grupos minoritarios en las producciones cinematográficas así como la organización de mujeres en el movimiento *Me too*, que busca justicia para todas aquellas mujeres que han sido víctimas de acoso y violencia sexual por parte de individuos dentro de la industria. Todos ellos son elementos contextuales que son tomados en cuenta por quien realiza esas valoraciones.

De igual manera las palabras *woke* y *progre* usadas para valorar bienes culturales también deben analizarse en relación con el concepto de estereotipos y en extensión con el de representaciones sociales, recordando que éstas son construcciones grupales sobre usadas como marcos de referencia para interpretar lo que nos acontece y cuya función es clasificar individuos y acontecimientos. (Marco A. González, 2021; Jodelet, 1986), vale mencionar que en torno a las representaciones se generan grupos, *fandoms*, donde ocurren conflictos intergrupales de índole simbólicos (Tarjfel 1972, 1984) en torno ellas. En este sentido el discurso empleado para valorar bien culturales, las representaciones sociales contenidas en esas valoraciones y el contexto en el que éste se realiza son igualmente importantes

Pablo Arcadia se ha rodeado de personas que comparten su forma de pensar, remitiéndonos a las Cámaras de Resonancia. Entre ellas se encuentran: *Una Alienada* (España), *Lord Zowl* (México) y *El Gran Patriarca* (República Dominicana) con quienes realiza transmisiones en vivo para platicar sobre los últimos temas dentro de la cultura pop sin embargo, en sus pláticas también abundan temas políticos y sociales del mundo hispanohablante. Vale mencionar que todos ellos se encuentran en una página de internet llamada *Batalla Cultural*, junto a personalidades promotores de políticas de derecha, como Agustín Laje, Jordan B. Peterson y Ben Shapiro, quienes también hacen uso de la palabra para calificar posturas feministas y de izquierda.

Mis productores me arrastraron a ver 'Barbie' y fue una de las películas más *woke* que he visto en mi vida. Mi reseña completa de este montón de basura en llamas se publicará en mi canal de YouTube mañana a las 10 a.m., hora del Este (Ben Shapiro. Publicación en Twitter)

Los usuarios que califican tanto bienes culturales como simpatías políticas o posturas sobre temas sociales como *woke* o *progre* hacen del feminismo su principal enemigo, comportamiento relacionado a la cultura *incel* (Salojärvi et. al 2020), de tal forma que las representaciones femeninas en gran variedad de productos culturales son valoradas con esos calificativos, basta leer los títulos con los que creadores de contenido como Pablo publicitan sus videos. Los y las fans hispanohablantes de superhéroes que coinciden con las valoraciones realizadas por canales como los de Pablo Arcadia y su círculo de amistades muestran una masculinidad geek caracterizada por ser antifeminista y anticomunista, a favor del libre mercado y el neoliberalismo, esto puede apreciarse con mayor claridad en los comentarios de sus

transmisiones en vivo disponibles las colaboraciones que realiza con Una Alienada que llevan por título *Planeta Alienado*.

5.5.2 ¿Superheroínas feministas?

Mientras los fans simpatizantes de la legión de los *inwokeables* señalan como feminista a toda presencia femenina en las producciones audiovisuales de la cultura popular. Por otro lado, las y los fans que colaboraron en este estudio muestran más mesura antes de calificar a las superheroínas o a sus audiovisuales como feministas.

Sobre la escena de Endgame que desarrollé en párrafos anteriores, Pam, argentina feminista de veintisiete años, señala que “Agrupar mujeres solo por ser mujeres sin un motivo no tiene relación con el empoderamiento femenino” además agrega que no identifica elementos feministas en esas superheroínas de Marvel, donde sí los encuentra en las series de DC, “En DC's Legends of Tomorrow hay ejemplos de temas feministas como la lucha por la igualdad y derechos laborales, sororidad, representación LGBTIQ+ sin alardear ni flamear banderas con alevosía”, haciendo referencia a la forma poco orgánica de incluir aspectos feministas de algunas producciones. De igual manera Yares, mexicana de veintiún años, señala que no identifica elementos feministas presentes en las más recientes superheroínas de Marvel adaptadas a cine o televisión, en sus palabras “su feminismo se siente forzado y no con propósito”. Por lo contrario, Kory señala que un cambio devenido del feminismo es “una nueva perspectiva que ya no las sexualiza”, refiriéndose a la forma de representar visualmente a los personajes femeninos dentro de estos audiovisuales.

A esto cabe sumar que la mayoría de los y las fans coinciden en que las más recientes representaciones de superheroínas de Marvel sí benefician a las mujeres ya sea porque muestran a generaciones jóvenes que las mujeres pueden trabajar en

equipo como por mostrar personajes femeninos que no hagan uso de su atractivo sexual como elemento distintivo. Sobre los cuestionamientos realizados hacia los y las fans respecto al feminismo representado por las superheroínas, vale rescatar que son las mujeres quienes se muestran más críticas a las representaciones femeninas en esos audiovisuales.

5.6 Visiones de consumo y figuras legitimadoras

Las categorías empleadas por los creadores de contenido, usadas para valorar los bienes culturales influyen directamente con las visiones de consumo realizadas por fans para decidir consumir cierto producto. Ortega (2009) señala que “las visiones de consumo de bienes culturales elaboradas estarán fuertemente influidas por las representaciones sociales dominantes relativas a los bienes culturales y a su valoración simbólica.” (Ortega, p. 34). En internet el uso de categorías como *woke*, *feminista*, *feminazi*, *progre* e *incel* han sido capturadas en imágenes que engloban elementos que han sido relacionados con cada una de esas etiquetas de forma que existen representaciones gráficas y elementos en el imaginario de los usuarios y las usuarias de Twitter nociones de alguien *progre* o *incel*.

Las visiones de consumo son ejercicios mentales realizadas por las personas cuando deben decidir consumir un producto que desconocen. Cuando los fans de superhéroes deben decidir ver o no un bien cultural protagonizado por superheroínas recurren a las representaciones sociales predominantes asociadas a esos productos, representaciones que han sido reforzadas a través de las valoraciones simbólicas por otros fans y por creadores de contenido que se vuelven en figuras legitimadoras.

El concepto de *figura legitimadora* lo propongo a partir de lo que Ortega (2009) retoma de Kwan-Choi y Collins (2000), referente a las *estrategias de solución de*

conflictos. De acuerdo con estos autores, las estrategias de solución de conflictos ocurren en el ámbito familiar cuando existen diferencias de intereses entre sus miembros sobre el consumo de un producto, para solucionar esas discrepancias recurren a estrategias de solución de conflictos entre las cuales se encuentra la legitimación. Ésta se basa en apelar al rol de un miembro del grupo en una posición privilegiada que le permite tomar una decisión sobre el consumo de un bien cultural, se trata entonces de una figura legitimadora.

Fuera del ámbito familiar, las figuras legitimadoras en posiciones privilegiadas son aquellos que cuentan con plataformas desde las cuales sus valoraciones simbólicas pueden ser transmitidas a gran cantidad de personas, usuarios. Desde ahí, las figuras legitimadoras alineadas a una postura de derecha producen valoraciones simbólicas que refuerzan representaciones sociales, específicamente estereotipos, perjudiciales para el feminismo y sus defensoras y defensores. Debo señalar, sin embargo, que el peso de las valoraciones simbólicas emitidas desde los espacios *antiwoke* son puestas en duda ya que la familia, como aparato ideológico, aún tiene un papel central tanto en la toma de decisiones y prácticas de consumo como en su significado (Ortega, 2009).

Destaca que las y los fans que participaron en el formulario señalan a su familia como el grupo con quien consumen series y películas de superhéroes así como con quienes las comentan, para ellas y ellos la interacción en línea con otros fans no forma parte de su proceso de interpretación. Ortega hace énfasis en reconocer que el consumo de bienes culturales no es una actividad solitaria y que “se ha dejado de lado el papel de la dinámica familiar en la construcción de identidades en torno a esa actividad” (Ortega, 2009, pp. 36-37). Cabría preguntarse si las valoraciones simbólicas realizadas en el ámbito familiar no son modificadas una vez que los fans

interactúan en espacios digitales, donde predominan valoraciones simbólicas realizadas por figuras legitimadoras.

La familia como aparato ideológico y ámbito de construcción de significados también se hace presente en cada una de las justicieras quienes revelan que su feminismo se debe en gran medida al ámbito familiar. Cota comparte:

Yo vengo de un matriarcado, está mi abuela, mi abuela tuvo tres mujeres, después vengo yo, mi mamá me tuvo a mí, entonces vengo de una familia de mujeres, que somos mayoría de mujeres. Crecí rodeada de mujeres fuertes. Venía a mí, o sea, sí, entré al grupo porque es genial poder tener mujeres con las que hablar de esto, pero el feminismo venía a mí, o sea, y ha ido creciendo (Cota, Conversación en línea)

El feminismo geek de las Justice Girls es la conjunción de dos aspectos que forman parte de la identidad. Por un lado su contexto social y familiar motivó su feminismo mientras que su *geekismo* es resultado de su simpatía por bienes de la cultura geek. El feminismo no las llevó a interesarse por espacios ni productos geeks, ni su experiencia en espacios geeks o el consumo de bienes culturales como cómics, libros de ciencia ficción, series y películas de superhéroes, motivaron su feminismo. La creación de Justice Girls como un espacio en el que mujeres geek pueden reunirse a valorar, consumir e intercambiar interpretaciones sobre productos geeks responde a una inquietud por encontrar otras mujeres en un espacio dominado por hombres pero también es una postura frente al antifeminismo expresado por la masculinidad geek observada en este trabajo.

5.7 Patrones de consumo e identificación basada en el género. Consideraciones finales

Aún estaba evaluando si ir o no, afuera el calor era sofocante y en mis seis meses en Mexicali aún no lograba acostumbrarme a él ni a la arena. Consciente de mi constante falta de motivación para socializar, días antes invité a dos compañeras de la maestría a que me acompañaran, aceptaron así que ahora no tenía otra opción más que tomarme una pastilla para calmar los dolores menstruales, coger mi botella de agua y salir de mi guarida.

Un bosque en el desierto y además con lago, la cita era ahí adentro pero no sabíamos exactamente donde porque no teníamos idea de que el lugar iba a ser tan amplio de modo que hicimos lo que cualquier geek hubiera hecho: seguir a los que vestían distinto. El cartel del evento anunciaba concursos de cosplay así que no tardamos en encontrar a un chico que portaba los colores de Tanjiro⁵¹ y lo seguimos.

Llegamos un pequeño claro con puestos techados, unas mesas con bancas y un pequeño escenario. Decenas de personas recorrían los puestos y unas cuantas más vestían kimonos, llevaban maquillaje y, a pesar del clima, portaban pelucas. Se trataba del *Demon Slayer Fan Fest*⁵² y aunque el evento trataba de ese anime y manga japonés no faltó quien vistiera el uniforme de Spider-Man.

En otras circunstancias, hubiera gastado mi dinero en la compra de estampas y me hubiera sentado a esperar el concurso de cosplay pero no en esa ocasión, ese festival se trataba del primero al que asistiría como parte de mi trabajo de campo y requería que echara mano de mis oxidadas habilidades periodísticas y de socialización. Semanas antes había realizado exploraciones digitales por los perfiles

⁵¹ Tanjiro es un personaje del anime *Demon Slayer*.

⁵² El nombre del anime es *Demon Slayer* que se traduce a asesino de demonios. Kimetsu no Yaiba, en japonés.

y páginas de Facebook de Mexicali y gracias a ello encontré a *Cachanilla Comic's*, un breve intercambio de mensajes después acepté su invitación a asistir al Demon Slayer Fan Fest y platicar con ellos o ellas, pues no sabía quién estaba del otro lado del chat.

Cachanilla Comic's es "tu tienda de cómics, tanto de Marvel, DC Comics, mangas y mucho más sobre el mundo geek", se lee en su página de Facebook. Cuentan con tienda física y también en los festivales y convenciones geeks a los que asisten; además cuentan con un canal de YouTube donde realizan *unboxings*⁵³ de sus más recientes adquisiciones en cómics y figuras coleccionables, pero también brindan reseñas sobre producciones audiovisuales del mundo de los superhéroes.

En esa ocasión platiqué con Jaime, quien me informó sobre la probabilidad de ampliar el catálogo y comenzar a vender también mangas pues es reconoce que es un producto que está de moda entre los jóvenes. De lo más revelador que obtuve de la conversación con Jaime es que él identifica patrones de consumo notablemente diferentes entre hombres y mujeres en cuanto a la compra de sus comics. Jaime me confió que las mujeres "compran de todo, llegan y agarran todo lo que ven", mientras que los hombres son más selectivos, o tal vez más limitados, con los productos que compran, en sus palabras "los hombres llegan y compran lo mismo, que Spider-Man, Batman, Superman. Ellos ya tienen sus superhéroes favoritos, eso es lo que buscan y eso es lo que compran"

Esa información me remitió a una experiencia que había vivido mucho tiempo antes. Ocurrió en una tienda de comics en el centro de la Ciudad de México, se trataba de una venta de liquidación. No tardé mucho en percatar que la gran mayoría de los ejemplares pertenecían a títulos protagonizados por superheroínas. *Spider-Gwen*, *Black Cat*, *Ms. Marvel*, eran los personajes cuyos títulos llenaban las cajas en

⁵³ Un unboxing es la acción de abrir por primera vez un paquete con el fin de mostrar su contenido a una audiencia.

liquidación. Yo elegí una cantidad considerable de ejemplares pensando en regalar algunos a mis sobrinas no sin antes leerlos

En la misma línea, los festivales y convenciones geek son espacios donde los cosplayers inundan los pasillos además ellos y ellas son, en gran medida, el atractivo principal de estos eventos, sin embargo, destaca que la forma de hacer cosplay de las mujeres es distinta a la de los hombres, uno puede encontrarse a mujeres vestidas como Spider-Gwen, Raven o a alguien como Kass haciendo *cross-dressing* de Doctor Strange. El *crossplay* es una práctica caracterizada por vestirse de un personaje del género opuesto, las razones para hacerlo son diversas, Lamerichs señala

Las motivaciones de los crossplayers, por ejemplo, varían. El crossplay puede ser una práctica ocasional, realizada porque al jugador le gusta cierto personaje del sexo opuesto; puede ser parte de una parodia [...] o puede estar motivado por la preferencia de una persona por el cierto vestuario a pesar del género del personaje. Algunas personas disfrutan del desafío de comportarse como miembros de un género diferente, mientras que otros se ven a sí mismos declarando públicamente la fluidez del género (Lamerich, 2018, p. 212).

De acuerdo con esta autora, en el crossplay al igual que las prácticas drag está implicado un sentimiento de identidad, concepto al cual recurrir para indagar más sobre este tema y el consumo de bienes culturales según el género. En los datos recopilados de los hombres que contestaron mi cuestionario no observo indicios de un comportamiento similar sin embargo en Twitter sí advierto la falta de interés por consumir las recientes series y películas realizadas por Marvel que son protagonizadas por superheroínas no obstante, este comportamiento puede deberse a la saturación de audiovisuales realizados por esa productora pues en lo que va del año 2019 al 2023 han salido más de diez, contando series y películas.

Por otro lado, Elena observa en espacios digitales un comportamiento que brinda información relevante sobre la falta de interés de los hombres por consumir productos, del género de superhéroes o de cualquier otro, protagonizados por una mujer. Ella comparte que en redes sociales ha encontrado:

[...] el clásico comentario de un hombre que me dice que le cuesta, no me dice a mí directamente, sino que dice en redes que le cuesta relacionarse con un protagonista, una protagonista en este caso femenina [...] de hecho la crítica es, 'me cuesta identificarme con una protagonista, porque claro, yo soy un hombre'. ¡Es lo que llevamos haciendo las mujeres siempre! (Elena. Conversación en línea)

Sobre la capacidad de los fans para identificarse con todo tipo de personajes Brown (2001) señala: "Pienso que asumir que los miembros de la audiencia necesitan personajes ficticios con el mismo color de piel, el mismo género, o la misma orientación sexual a la suya es subestimar la naturaleza polimorfa de la identificación." (p. 6). Vale recordar el peso de las valoraciones simbólicas realizadas por otros fans y las visiones de consumo que entran en juego al momento de consumir bienes culturales. Para conocer más sobre los elementos que tanto hombres como mujeres toman en consideración para consumir un bien cultural son necesarios cuestionamientos y lecturas que escapen al presente trabajo, sin embargo, quiero finalizar con un comentario realizado por Laura Pacheco en un ejercicio virtual que formó parte de la Sexta Semana Nacional de las Ciencias Sociales, organizada por el Consejo Mexicano de las Ciencias Sociales, COMECSO. Al requerir su opinión sobre la categorización de las historias protagonizadas por mujeres como historias *nicho*, dirigidas para un nicho de la población, y las historias protagonizadas por un hombre como *historias universales*, Pacheco concisamente contestó "no creo que la mitad de la humanidad sea un nicho".

La abundancia de hombres en las áreas de producción y consumo de bienes culturales geek los ubica en una posición dominante dentro de los campos de interacción donde ocurren evaluaciones simbólicas y económicas, donde también se realiza la interpretación de dichos bienes, se producen visiones de consumo y se desarrollan disputas discursivas. No obstante, la observación y participación en espacios donde se desarrollan interacciones entorno a la cultura geek, deja como manifiesto que no todos los hombres que gustan de esos bienes culturales expresan la masculinidad geek, algunos de estos hombres geeks no subordinados incluso dan cuenta de las prácticas sexistas y misóginas realizadas por otros hombres, manifestaciones corpóreas de la masculinidad geek. José Langarica, administrador de una página de fans de la actriz Brie Larson, y sus seguidores no reparan en señalar cuando un usuario está siendo misógino, sexista o hace uso de títulos polémicos que minimizan audiovisuales protagonizados por mujeres, por ejemplo el título que Mr. X usó en un video sobre la película *The Marvels*, coprotagonizada por Brie Larson. “The Marvels será un fracaso?”, rótulo que alimenta el discurso violento proveniente del fandom de Marvel dirigido hacia la actriz.

De igual manera, los fans hombres que colaboraron con este estudio identifican prácticas de menosprecio y desacreditación hacia las mujeres perpetradas por otros hombres, para distinguir a estos hombres de aquellos que promueven la masculinidad geek me resulta adecuado reconocerlos como *geeks no subordinados*, tanto hombres como mujeres tomando en cuenta de que hay quienes no se consideran feministas.

En el mundo contemporáneo, donde los procesos de consumo e interacción también son realizados en espacios digitales, tratar de limitar el estudio de un fandom de forma definida resulta fútil. Incluso cuando se recurre a confinarlo a un espacio geográfico determinado pues las comunidades de fans no están exentas de las

representaciones sociales perpetuadas por las valoraciones simbólicas realizadas en redes sociales ni de los conflictos discursivos sostenidos en línea en torno a esos bienes culturales, en este punto quiero enfatizar que es difícil dar cuenta de esos conflictos discursivos en espacios offline. Pues, como mencionan Piñeiro y Martínez (2021) “Amparados en el anonimato, son frecuentes los comentarios despectivos e incluso el desarrollo de acciones misóginas violentas” (p.4), las redes sociales, especialmente Twitter permiten la libre expresión de discursos de odio sin que eso traiga consecuencias para quien lo emite.

El estudio de las valoraciones simbólicas efectuadas de estos bienes culturales, en conjunto con la contextualización presentada en el Primer Capítulo, brindó información sobre la presencia de discursos ideológicos provenientes de Estados Unidos que tienen injerencia en el consumo y a la vez propicia la polarización discursiva en espacios digitales. El uso de anglicismos como *woke* e *incel*, para valorar simbólicamente bienes culturales, posturas políticas y movimientos sociales ocurridos y observados por fans hispanohablantes, da cuenta de lo abierto que es el mundo digital mientras que las valoraciones simbólicas realizadas por creadores y creadoras de contenido basadas en esas etiquetas también indican un conocimiento sobre los contextos políticos y sociales de donde surgen esos términos y su relación con posturas ideológicas. Esto a su vez indica la existencia de posturas políticas e ideologías que resultan comunes para fans y usuarios de internet independientemente de sus contextos nacionales.

Las valoraciones simbólicas de las representaciones de las superheroínas presentes en los bienes culturales producidos por Marvel en los últimos cinco años dan cuenta de los conflictos discursivos en torno a estos productos. Por un lado existen fans que ven en esas representaciones la manifestación corporal del

feminismo, el elemento feminista más recurrente que logran identificar es la cooperación entre mujeres racialmente diversas y con distintas preferencias sexuales, elemento que ubica a estas superheroínas en un feminismo alineado a la tercera ola, como hace mención Cocca (2014) o decolonial, según Jordana y Benitez (2021) basados en el reconocimiento de otras identidades y luchas feministas, personajes de la diversidad sexual y mujeres racializadas se hacen presentes en las representaciones de estas superheroínas que cooperan entre sí y desafían los roles de género y la sexualización que han caracterizado a estos personajes por tantos años.

En una posición moderada, intermedia, se encuentran aquellos y aquellas fans que son más críticos de las representaciones de las superheroínas. Los fans que se encuentran en esta posición si bien reconocen la importancia del creciente número de representaciones femeninas en el género de superhéroes y alientan una mayor presencia de superheroínas, también señalan que el hecho de que una mujer protagonice un audiovisual o sea el personaje principal en cualquier tipo de bien cultural, no hace inmediatamente que dicho producto sea feminista o que la mujer protagonista lo sea. Para las fans que se encuentran en esta posición no basta con que existan superheroínas representadas en productos audiovisuales sino que esperan calidad en los personajes, superheroínas con antecedentes elaborados y con peso narrativo. Quienes se encuentran en esta posición, al tratarse de los últimos audiovisuales producidos por Marvel, recurren a otros textos para evaluar e interpretar los bienes culturales, realizan la valoración simbólica de las superheroínas representadas en determinado audiovisual tomándolo como un elemento que está vinculado a otras narrativas y cuya producción estuvo relacionada con contextos políticos y luchas sociales específicas. Un aca-fan, ya familiarizado con el fandom, los

textos y las múltiples narrativas, podrá dar cuenta de esas sutilezas, es probable que para alguien totalmente externo resulte más complicado notarlas.

Por último, se encuentran aquellos fanáticos y fanáticas que recurren al uso de palabras como *woke* y *progre* para valorar bienes culturales que incluyen a personajes femeninos, de minorías raciales y con orientaciones sexuales distintas, sin importar si el personaje tiene un papel protagónico o no. La masculinidad geek encontrada en Twitter expresada por fans hispanohablantes es abiertamente antifeminista de modo que todas aquellas personas que se expresen a favor del feminismo son blanco de críticas y ataques.

Frente a los despliegues de masculinidad geek prestes en espacios en línea, existen mujeres geeks abiertamente feministas, justicieras, que encuentran en las confrontaciones ocurridas en el hostil espacio de Twitter y en otras plataformas la motivación para crear espacios seguros, alejados de la condescendencia y el mansplaining, en dónde pueden interactuar basándose en el respeto y el gusto por bienes culturales geeks.

A diferencia de los *incels*, que guardan resentimiento a las mujeres y se recluyen de la sociedad que los discrimina en Cámaras de Resonancia, donde no hay cabida para la reflexión y el debate, las Justice Girls es una comunidad de fans que disfruta de hablar y debatir sobre los bienes culturales que consumen, conscientes de que las críticas siempre van dirigidas al producto y nunca al quien piensa distinto. Conscientes de la creciente mercantilización del feminismo, su formación en el tema les permite realizar críticas basadas en elementos narrativos y formales que a la vez implica una exigencia en la calidad en las historias de las superheroínas y en la forma en que son representadas.

De entre tantos perfiles de creadores de contenido de temas geeks e influencers del mismo tipo que se abstienen de mostrar posturas claras frente a temas sociales, Gaby Meza se muestra firme en sus valores y en la lucha que realiza desde sus redes sociales, tanto en la selección de los temas que cubre en su medio Fuera de Foco como en la forma de abordarlos. Además de ello, su actuar en redes y su discurso revelan un despliegue de sororidad que integra en su equipo de trabajo.

Resalta el consumo de cómics diferenciado realizado por mujeres y hombres, al respecto vale brindar énfasis en la influencia de los estereotipos de género y en los patrones de consumo identificados, hacer esto nos remite al ámbito de la construcción de la identidad y la articulación de ésta a través del uso que la persona hace de los bienes culturales, más allá de la interpretación de las formas simbólicas o la valoración que haga de ellas, sino en las formas en las que los individuos incorporan esos bienes culturales a su persona. El estudio del consumo de bienes culturales a través del uso de las categorías de estrategias de valoración simbólica, visiones de consumo y estrategias de resolución de conflicto revela que existen conexiones entre ellas y que éstas a su vez influyen en las representaciones sociales dominantes en torno a esas formas simbólicas. En ese sentido me exigió alejar la mirada del bien cultural y de los fans que lo consumen y buscar relaciones con estructuras y contextos que influyen directamente en la interpretación, apropiación y recepción de esos audiovisuales.

Conclusiones

Los superhéroes son un producto cultural entrelazado con el contexto social y político del cual surgen, tal vez más que cualquier otro producto de la cultura popular que es consumido masivamente. Su origen está ligado al periodo histórico en el que son creados, con condiciones sociales, políticas y económicas específicas que influyen en la construcción del personaje, determinando elementos como sexo, color de piel, orientación sexual, religión, nacionalidad, vestuario e incluso enemigos.

La censura en las industrias que crean este tipo de bienes culturales ha sido uno de los factores que más repercusiones ha tenido en ellos, a ella se debe que el estereotipo de personas que consumen cómics sea la imagen de gente perturbada, inadaptada social e incluso pervertidos. De igual manera, la censura en los cómics trajo como consecuencia la consolidación de un público mayoritariamente masculino, elemento que ha sido trasladado a las personas que consumen audiovisuales del género de superhéroes y a la integración de espacios relacionados con la cultura geek, foros de chat, espacios lúdicos de juegos de cartas o juegos de rol, torneos de videojuegos y multiplicidad de fandoms.

Como expuse en el Primer Capítulo, la organización de grupos minoritarios y grupos vulnerables e históricamente discriminados motivaron cambios en la estructura de la industria cinematográfica hollywoodense, entre ellos la creación de iniciativas promover la inclusión de grupos minoritarios en las producciones cinematográficas así como la organización de mujeres en el movimiento Me too, que busca justicia para todas aquellas mujeres que han sido víctimas de acoso y violencia sexual por parte de individuos dentro de la industria.

Los estereotipos de género, al ser representaciones sociales, se construyen en la cotidianidad y son producidas y fijadas en la vida diaria por todos los miembros

de una sociedad, no obstante, los medios de comunicación influyen en el surgimiento de las representaciones sociales. La razón porque las representaciones de las superheroínas tanto en formato impreso como en sus adaptaciones audiovisuales han estado plagadas de estereotipos de género se debe al contexto en el que fueron producidas así como a las personas que las crearon. Es debido a ese comportamiento de las representaciones sociales que en las producciones televisivas más recientes realizadas por los Estudios Marvel las superheroínas se alejan lentamente de la hipersexualización y los papeles secundarios debido a cambios políticos y sociales que han propiciado el ingreso de mujeres en las industrias de producción masiva de estos bienes culturales. No obstante, las nuevas representaciones de superheroínas menos sexualizadas y con papeles más activos y diversos producen fricciones en las representaciones tradicionales construidas en espacios dominados por una masculinidad geek.

La masculinidad geek es una práctica de género subordinada a la masculinidad hegemónica, cuyo objetivo es perpetuar el sistema de dominación de los hombres. Esto es impedir o dificultar el ingreso de mujeres, y todo aquel que ponga en riesgo el dominio masculino, a espacios geeks. Frente a la masculinidad geek es que surge el feminismo geek, un tipo de ciberfeminismo que es producto de la práctica de mujeres en espacios online. El componente *geek* de este tipo de feminismo hace referencia a la relación de las mujeres con la tecnología, así como a la relación y experiencia de las mujeres con productos de la cultura geek. Como postura feminista, el feminismo geek identificado por Bucholtz (2002) no se centra en el género como elemento diferenciador sin embargo sí muestran preocupación por la igualdad de género en las condiciones laborales, las feministas geeks primero son geeks y posteriormente feministas, su feminismo es motivado por su relación con lo geek, eso

significa que no son feministas interesadas en prácticas geek. Además, las feministas geek reivindican el hecho de que las mujeres pueden ser y son partícipe de espacios y temas dominados por hombres. Sin embargo, el feminismo geek también es una propuesta metodológica que retoma elementos de los *Fan Studies*.

Las y los académicos surgidos de los Fans Studies, a diferencia de los primeros estudios cinematográficos, dirigen la mirada a los sujetos que consumen bienes culturales y se cuestionan su quehacer en la investigación como académica/académico y fanática/fanático, de los temas que estudia. De donde se origina la figura del aca-fan.

Los Fan Studies se interesan la forma en la que los fanáticos y fanáticas se relacionan con los bienes culturales que consumen y sus procesos de interacción y apropiación. Debido las investigaciones surgidas de esta área la imagen del fan aislado, peligroso, sin pensamiento crítico ha comenzado a ser desmontada, al menos en países del norte global donde surgen estas investigaciones. No obstante, los Fan Studies han dejado de lado el análisis de las dinámicas de poder y de conflicto entre fans, así como las estructuras jerárquicas presentes en los fandoms.

Es en este contexto que el feminismo geek surge como una alternativa en el estudio sobre fans pues se posiciona como una metodología extensa y valiosa en el mundo contemporáneo que engloba técnicas etnográficas como observación participante, entrevistas a profundidad y técnicas informales de entrevista, además del uso de la triangulación metodológica. A la vez que toma en cuenta el espacio digital sin dejar de lado los espacios *offline*. La propuesta del feminismo geek es prestarles atención a las estructuras de poder escondidas y replicadas en espacios donde se expresa la masculinidad geek y la forma en que ésta es expresada en el discurso, reconociendo que los fandoms también son espacios en disputa.

Las valoraciones simbólicas de las representaciones de las superheroínas presentes en los bienes culturales producidos por Marvel en los últimos cinco años dan cuenta de los conflictos discursivos en torno a estos productos, dichos desencuentros se deben, en gran medida a las representaciones sociales dominantes relacionadas con esos bienes culturales. Esas representaciones son reproducidas y fijadas en las valoraciones simbólicas que fans hacen de esos productos culturales y que son realizadas a partir de contextos políticos y sociales concretos.

El uso de anglicismos como *woke* e *incel*, además de demostrar la adopción de palabras provenientes de otros contextos también indica una posible simpatía por las posturas ideológicas de donde surgen dichos términos, como pude comprobar al monitorear los perfiles de quienes emiten valoraciones simbólicas y dar cuenta de que se relacionan con actores sociales que impulsan una agenda política antifeminista y en contra de identidades y expresiones de género no hegemónicas, alineada a la extrema derecha estadounidense pero que también se ha encontrado simpatizantes en Latinoamérica y algunos países europeos.

El dominio masculino en espacios geeks, donde sus integrantes expresan una masculinidad geek, ocasiona que las recientes representaciones de superheroínas, alejadas de estereotipos sexistas y con papeles más activos en las producciones audiovisuales sean rechazadas, demeritadas, desacreditadas y los audiovisuales en los que aparecen son tratados como productos de baja calidad. Mientras que las personas que realizan valoraciones distintas son violentadas y sus opiniones ridiculizadas. Los espacios digitales de las redes sociales son idóneos para violentar y acosar discursivamente sin que eso traiga consecuencias debido al anonimato que se experimenta en ellos. La masculinidad geek encontrada en Twitter expresada por

fans hispanohablantes es abiertamente antifeminista de modo que todas aquellas personas que se expresen a favor del feminismo son blanco de críticas y ataques.

Frente a los despliegues de masculinidad geek prestes en espacios en línea, existen mujeres geeks feministas, justicieras, que encuentran en las confrontaciones ocurridas en el hostil espacio de Twitter y en otras plataformas la motivación para crear espacios seguros, alejados de la condescendencia y el mansplaining. Donde pueden interactuar basándose en el respeto y unidas por su gusto por bienes culturales geeks. A diferencia de los *incels*, que guardan resentimiento a las mujeres y se recluyen de la sociedad que los discrimina en Cámaras de Resonancia, donde no hay cabida para la reflexión y el debate, las Justice Girls son una comunidad de fans que disfruta de hablar y debatir sobre los bienes culturales que consumen, reconociendo que las críticas siempre van dirigidas al producto y nunca a quien piensa distinto. Conscientes de la creciente mercantilización del feminismo, su formación en el tema les permite realizar críticas basadas en elementos narrativos y formales que a la vez implica una exigencia en la calidad de las historias de las superheroínas y en la forma en que son representadas. A partir de aquí se pueden generar nuevos cuestionamientos sobre en el estudio de comunidades de fans en espacios digitales, la investigadora o el investigador puede dirigir sus cuestionamientos a la consolidación de comunidades de fans y sus dinámicas de interacción, elementos que han sido tratados ampliamente desde los Fan Studies anglosajones.

La observación y participación en espacios donde se desarrollan interacciones entorno a la cultura geek, deja como manifiesto que no todos los hombres que gustan de esos bienes culturales expresan la masculinidad geek, para distinguir a estos hombres de aquellos que promueven la masculinidad geek me resulta adecuado reconocerlos como *geeks no subordinados*, término que también puede ser aplicado

para mujeres geeks que no se identifican feministas ni son cómplices de la masculinidad geek.

Por otro lado, el feminismo identificado por las y los fans que participaron en este y quienes sí a las últimas representaciones femeninas presentes en audiovisuales del género de superhéroes como personajes feministas corresponde a un feminismo perteneciente a la tercera ola o al feminismo decolonial, basado el reconocimiento de otras identidades y sus luchas feministas, personajes de la diversidad sexual y mujeres racializadas se hacen presentes en las representaciones de estas superheroínas que cooperan entre sí y desafían los roles de género y la sexualización que han caracterizado a estos personajes por tantos años.

El estudio del consumo de bienes culturales a través del uso de las categorías de estrategias de valoración simbólica, visiones de consumo y estrategias de resolución de conflicto revela que existen conexiones entre ellas y que éstas a su vez influyen en las representaciones sociales dominantes en torno a esas formas simbólicas. Realizar una investigación tomando en cuenta estos elementos revela que los bienes culturales son valorados distintos según la posición que se tenga en un campo de interacción. Dentro de un fandom las posiciones están integradas por fans que alineados con la masculinidad geek, en una posición dominante; fans moderados que basan sus valoraciones en otros textos y exigen calidad en los productos culturales en general; y fans y consumidores ocasionales que si bien también requieren calidad en lo que consumen se muestran más propensos a aceptar nuevas representaciones apelando a su valor histórico y el beneficio que éstas traen a generaciones jóvenes de fans.

Esta forma de abordar el consumo de bienes culturales exige al aca-fan alejar la mirada del bien cultural y de los fans que lo consumen y buscar relaciones con

estructuras y contextos que influyen directamente en la interpretación, apropiación y recepción de esos audiovisuales.

Sobre la realización de un estudio etnográfico en espacios digitales, específicamente en Twitter, Nicolle Lamerichs recomendó realizar entrecruzamiento entre hashtags como herramienta para vincular las valoraciones simbólicas con otros elementos discursivos empleados por quienes las emiten, esto requiere de conocimientos sobre el análisis y manejo de datos surgidos de redes sociales. Sin duda es una propuesta valiosa que ampliaría de gran manera lo que esta investigación ha realizado.

Los Fan Studies desde la perspectiva latinoamericana es un área de estudio aún en construcción. Para ayudar a su creación tal vez deberíamos retomar lo planteado desde los estudios de recepción y los trabajos sobre el consumo de bienes culturales, una mirada que nos permita recordar incluir a la categoría de clase en estas investigaciones. Desde Latinoamérica aún queda lugar para escribir sobre la masculinidad geek que se expresa en espacios digitales, qué técnicas emplea para desacreditar y violentar discursos feministas; cómo está consolidada y de qué contextos provienen sus discursos. En ese sentido también queda ahondar más en el estudio del feminismo geek expresado por mujeres fanáticos de bienes culturales geeks, sus las acciones contrahegemónicas que realizan.

De igual manera, nuevas investigaciones pueden centrarse en el consumo de estos bienes culturales diferenciado por el género tomando en cuenta la influencia de los estereotipos de género, esto nos remite al ámbito de la construcción de la identidad y la articulación de ésta a través del uso que la persona hace de los bienes culturales.

La investigación no termina, los párrafos anteriores dan cuenta de las ramificaciones que surgen del trabajo que he realizado, aliento a la entidad que lee estos párrafos a ampliar lo aquí logrado, tanto si es aca-fan como yo, como si sólo está interesado por entender los conflictos ocurridos en espacios integrados por fans de los bienes culturales aquí tratados. El camino es amplio y poco definido, pero cuando esto sucede la oportunidad creativa es inmensa.

Anexo 1

Cuestionario empleado.

Datos Generales

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación realizada por el Instituto de Investigaciones Culturales de la Universidad Autónoma de Baja California. La información obtenida de este cuestionario será presentada de forma escrita en el documento final. Los datos de los participantes quedarán en el anonimato.

** Indica que la pregunta es obligatoria*

1. Nombre o nickname *

2. Edad *

3. Género *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
- Hombre
- No binario
- Prefiero no decirlo

4. **Nacionalidad ***

5. **1. ¿Te consideras fan los superhéroes?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

6. **2. ¿Desde hace cuánto eres fan de los superhéroes?**

7. **3. De los siguientes productos de superhéroes ¿Qué consumes más?**

Selecciona todos los que correspondan.

- Series live action
- Cómicos
- Películas
- Series Animadas
- Videojuegos
- Otro: _____

8. 4. ¿Qué tan seguido consumes esos productos? *

Marca solo un óvalo.

- Muy seguido
- Seguido
- No tan seguido
- Raramente

9. 5. ¿Qué otros productos y géneros consumes? (puedes elegir más de una) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Manga
- Anime
- Ciencia ficción
- Fantasía
- Otro: _____

10. 6. ¿Alguna vez te han criticado debido a tu gusto por este tipo de productos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

11. 7. ¿En qué espacio te han criticado?

Marca solo un óvalo.

- Escuela
- Casa
- Trabajo
- Otro: _____

12. 8. ¿Qué grupo te critica más? *

Marca solo un óvalo.

- Hombres
- Mujeres
- Indefinido

13. 9. ¿Con quién ves películas o series de superhéroes?

Selecciona todos los que correspondan.

- Amigos
- Familiares
- Compañeros del trabajo
- Con nadie más
- Otro: _____

14. 10. ¿Con quién comentas las películas o series que ves?

Selecciona todos los que correspondan.

- Amigos
- Familiares
- Compañeros del trabajo
- Usuarios de redes sociales
- Con nadie
- Otro: _____

15. 11. ¿Hablas sobre estos temas en Twitter?

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí
- No

16. 12. Cómic, serie, anime o manga que recomiendes. *

Puede ser de cualquier cosa que te guste

17. 13. Según tú ¿Qué es ser *geek*?

18. 14. ¿Te consideras geek? ¿Por qué?

19. 15. ¿Realizas alguna de estas actividades? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Fanart
- Fanfic
- Cómicos
- Cosplay
- Videos/tiktoks
- No hago esas cosas
- Otro: _____

20. 16. ¿Alguna de esas actividades las haces en grupo?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

21. 17. ¿Esas actividades están relacionadas con el género de superhéroes?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Algunas

22. 18. ¿Sobre qué otros temas realizas esas actividades?

23. 19. ¿En qué espacios físicos o redes sociales exhibes el trabajo creativo que realizas? Si lo deseas puedes compartírnos tu nombre de usuario o el nombre de tu canal

24. 20. ¿Recibes algún ingreso por realizar esas actividades? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Ojalá
- Qué te importa

Feminismo y superheroínas

25. 21. Al hablar de superhéroes u otros temas geeks ¿Consideras que se trata diferente a hombres y mujeres? *

26. 22. En redes sociales o en espacios físicos ¿Has sentido que invalidan tu opinión sobre películas o cómics de superhéroes?

27. 23. ¿En qué redes o espacios? Puedes compartir tu nombre de usuario si lo deseas. Tus datos se mantendrán anónimos

Mira esta imagen y responde la siguiente pregunta



28. 24. ¿Qué opinas de la escena a la que pertenece la imagen anterior?

29. 25. ¿Se trata de una escena de empoderamiento femenino? ¿Por qué?

30. 26. ¿Has visto las nuevas series y películas de superhéroes de Marvel y DC? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Algunas

31. 27. ¿Cuáles? Menciona 3

32. 28. ¿Te consideras feminista? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

33. 29. ¿Consideras que las más recientes superheroínas de Marvel ayudan de alguna manera a las mujeres? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

34. 30. ¿Identificas elementos feministas en esos personajes? En caso afirmativo dinos cuáles

35. 31. ¿Identificas temas feministas en esas películas y series? En caso afirmativo dinos cuáles

36. 32. De todos los superhéroes que conoces ¿Identificas alguno que sea feminista? ¿Cuál?

37. 33. ¿Piensas que los fans critican de la misma forma a las superheroínas que a los superhéroes?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

38. 34. ¿Te gustaría seguir hablando del tema? *

Marca solo un óvalo.

Sí, estaría genial

No, ya déjame ir

39. 35. ¿Estás de acuerdo con que fragmentos de este cuestionario aparezcan en el trabajo escrito? *

Marca solo un óvalo.

Sí

No

40. Tu usuario de Facebook o Twitter, para seguir en contacto. *
(en caso de que te interese)

Anexo 2

Fotografías de algunas convenciones a las que asistí.



Figura 1. La Mole 2022, cosplay de Azula



Figura 2. La Mole 2022. Fotografía con asistente que hace crossplay del personaje Moon Knight



Figura 3 De Izquierda a derecha: Flash, Batgirl y Miraculous Ladybug



Figura 4. La Mole 2022. Cosplay de Raven



Figura 5 La Mole 2023. Evento de Jade, artista conocida por cantar las versiones en español de varios openings de anime japonés, entre ellos el de Ranma 1/2



Figura 6 La Mole 2023, asistencia al evento



Figura 7 La Mole 2023, cosplay de The Batman Who Laughs

Anexo 3

Estancia en Utrecht, Países Bajos.



Figura 8 Utrecht, Institute for Cultural Inquiry. Dra. Anne Kustritz



Figura 9 Utrecht University



Figura 10 Utrecht Central. Dra. Nicolle Lamerichs

Anexo 4



Figura 11. Captura de pantalla de la conversación que tuve con Justice Girls



Figura 12 Captura de pantalla de la conversación que tuve con Gaby Meza

Referencias bibliográficas

- Abad-Santos, Alex. (2015, 13 marzo). *The insane history of how American paranoia ruined and censored comic books.* Vox. <https://www.vox.com/2014/12/15/7326605/comic-book-censorship>
- Abbruzzese, Jasson y Hinchliffe, Emma. (2021, 29 octubre). How Harvey Weinstein allegations went from inside joke to national scandal: A timeline. *Mashable.* <https://mashable.com/article/harvey-weinstein-timeline>
- Ahmed, Saladin. (2014, 2 mayo). How Censors Killed The Weird, Experimental, Progressive Golden Age Of Comics. BuzzFeed News.

- Albelda, Joan S., & Infantes, Anastasia. T. (2021). Masculinidad y privilegios: el reconocimiento como potencial articulador del cambio. En *Masculinities Social Change*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.17583/MCS.2021.4710>
- Althusser, Louis (1974) *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión
- Arias V. María Mercedes. (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. En: *Investigación y Educación en Enfermería*, 18(1), pp. 13-26. <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>
- Arredondo Trapero, Florina Guadalupe, Villarreal Rodríguez, Marina Lizbeth, & Echanizb Arrondo, Arantza. (2016). La Inclusión De La Mujer Y La Igualdad De Género En Las Series De Dibujos Animados. *Atenea (Concepción)*, (514), 125-137. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-04622016000200125>
- “Arrow” Ratings: Series Premiere Gives CW Biggest Audience In 3 Years. (2012, 11 octubre). HuffPost. https://www.huffpost.com/entry/arrow-ratings-series-premiere_n_1958246
- Augé, Marc (1992) *Lo cercano y el afuera. En Los no lugares. Espacios del anonimato* (pp. 15–47). Gedisa.
- Avengers: The Tentpole Approach. (2022, 28 febrero). *License Global*. <https://www.licenseglobal.com/movies/avengers-tentpole-approach>
- Bacon, Thomas (2022) The Gold, Silver & Bronze ages of Comics Explained, Screen Rant. <https://screenrant.com/comics-history-golden-silver-bronze-age-explained/>
- Balio, Tino. (1993) *Grand design: Hollywood as a modern business enterprise, 1930-1939*. New York: Charles Scribner’s Sons.

- Bartra, Eli. (2010) Acerca de la investigación y metodología feminista en *Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales*, (67- 77)
- Behar, Ruth (1999) Ethnography. Cherishing out Second-Fiddle Genre. En: *Journal of Contemporary Ethnography*, 28 (5), pp. 472-484.
- Berlatsky, Noah (2017) The crucial thing in the new Wonder Woman movie gets right about the character's history, *The Verge*.
<https://www.theverge.com/2017/10/16/16481692/wonder-woman-professor-marston-homophobia-history-sexuality-real-life-vs-fiction>
- Bernárdez, R. Asunción (2015) *Mujeres en Medio(s) Propuestas para Analizar la Comunicación Masiva con Perspectiva de Género*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- _____ (2018) *Soft power: Heroínas y muñecas en la cultura mediática*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Bianchi, Marta (2020) Hacer etnografía en un espacio digital En *Acceso, democracia y comunidades virtuales*. Apropriación de tecnologías digitales desde el Cono Sur. CLACSO: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1gm00v8.7>
- Blade Franchise Box Office History - The Numbers*. (s. f.). The Numbers.
<https://www.the-numbers.com/movies/franchise/Blade#tab=summary>
- Blake, Boston (2020) *Olive Byrne, Wonder Woman 's Other Mother*. Discovering Wonder Woman.: <https://discoveringwonderwoman.com/olive-byrne-wonder-womans-other-mother/>
- Blumell, Lindsey. E., y Huemmer, Jennifer. (2019). *Reassessing balance: News coverage of Donald Trump's Access Hollywood scandal before and during*

#metoo. Journalism, 22(4), 937–955.

<https://doi.org/10.1177/1464884918821522>

Braithwaite, Andrea. (2016). It's About Ethics in Games Journalism? Gamergaters and Geek Masculinity. *Social Media + Society*, 2(4).

<https://doi.org/10.1177/2056305116672484>

Bonnstetter, Beth. E., & Ott, Brian. L. (2011). (Re)Writing Mary Sue: Écriture Féminine and the Performance of Subjectivity. *Text and Performance Quarterly*, 31(4), 342–367. <https://doi.org/10.1080/10462937.2011.602706>

Bourdieu, Pierre (1990) *Sociología y Cultura*, Ciudad de México: Grijalbo

Brown, Jeffrey A (2011) *Black superheroes, Milestone comics, and their fans*. Jackson: University Press of Mississippi

_____ (2015) *Beyond Bombshells, the New Action Heroine in Popular Culture*. Jackson: University Press of Mississippi.

_____ (2017) *The Modern Superhero in film and television*. New York: Routledge.

Bucholtz Mary. (2002) *Geek Feminism*. En Sarah B. (Ed.) *Gendered Practices in Language*, California: CSLI Publications.

Bullock P. (2016) *Transcript: Donald Trump's taped comments about women*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/10/08/us/donald-trump-tape-transcript.html>

Calfas, Jennifer. (2018, 2 de enero). Hollywood Women Launch Time's Up to End Sexual Harassment. Here's Their Plan. *Time*. <https://time.com/5083809/times-up-hollywood-sexual-harassment/>

Campbell, Joseph (2008) *The Hero with a Thousand Faces: Commemorative Edition*, San Francisco: New World Library

- Campochiaro, Michel (2017, 17 de junio) Mike Deodato's Wonder Woman in the extreme '90s. En *DC in the 80's* <https://www.dcinthe80s.com/2017/06/mike-deodatos-wonder-woman-in-extreme.html>
- Cécile Cristofari y Matthieu J (2015) Guitton L'aca-fan: aspects méthodologiques, éthiques et pratiques. *Revue Française des sciences de l'information et de la communication*. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1651>
- CNN.com - U.S. considers residency for illegal Mexicans - July 17, 2001. (2001, 17 julio). <https://edition.cnn.com/2001/US/07/16/bush.mexico/index.html>
- Cocca, C. (2014, Enero). Negotiating the Third Wave of Feminism in "Wonder Woman". *PS: Political Science and Politics*, Vol. 47(1), 98-103. <https://www.jstor.org/stable/43284491>
- Connell, Raewyn. W. (1987) *Gender and Power*. Sydney: Allen and Unwin
- _____ (2015) *Masculinidades*. (2ª ed.) México: PUEG-UNAM
- Corominas, María (2001) *Los estudios de recepción*. Portal de la Comunicación. <https://incom.uab.cat/portacom/los-estudios-de-recepcion/>
- Cronin, Brian. (2019, 9 marzo). *Did Brie Larson say Captain Marvel 'Wasn't made for' white men?* CBR. <https://www.cbr.com/captain-marvel-brie-larson-not-made-for-white-men/>
- Data is Beautiful (2019, 19 diciembre) *Most Popular Sci-Fi Movies 1968 - 2019*: <https://www.youtube.com/watch?v=YNLOfeiD7E0>
- DeConnick, Sue (w) & Soy, Dexter (a) 2012 *Captain Marvel #1* New York: Marvel Comics
- Dyce, Andrew. (2018). *Captain Marvel Smiles More Than Literally Any MCU Hero*. ScreenRant. <https://screenrant.com/captain-marvel-smiles-more-mcu-sexism/>

- Edmonds, Lauren. (2021, 6 diciembre). *Halle Berry says she accepted her Razzie Award for «Catwoman» in-person then «set that thing on fire»*. Insider. <https://www.insider.com/halle-berry-accepted-catwoman-razzie-award-set-it-on-fire-2021-12>
- Edy, Jill. A. (2023, 27 septiembre). *Watts Riots of 1965 | Causes, Impact & Legacy*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/event/Watts-Riots-of-1965>
- Elwell, Mina. (2023). *The Bizarre True Story Of The Comics Code Authority*. Grunge. <https://www.grunge.com/873717/the-bizarre-true-story-of-the-comics-code-authority/>
- Fleming, Mike., Jr. (2019, 6 septiembre). *Deadline*. Deadline. <https://deadline.com/2013/12/newcomer-gal-gadot-set-for-wonder-woman-in-batman-vs-superman-646905/>
- Gablaski, Jordan (2020) *Super or Sexist? The Evolution of Female Superheroes En Comics and Film Honors Theses*. 94.
- Goldstein, Rich (2014) *Superman is jewish: The Hebrew Roots of America's Greatest Superhero*, The Daily Beast. <https://www.thedailybeast.com/superman-is-jewish-the-hebrew-roots-of-americas-greatest-superhero>
- González, Marco. (2021). *Nuevas rutas en el desarrollo de la teoría de las representaciones sociales. Culturales*, 9, e560. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e560>
- Goodman, L. (2019) *'Captain Marvel's' Real Origin story is feminist AF* ,: <https://www.shondaland.com/live/a26813490/captain-marvel-real-origin-story-is-feminist-era/>

- Guber, Rosana. (2016). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI Editores.
- Hajdu, David. (2008) *The Ten-Cent Plague: The Great Comic-Book Craze and How it Changed America*. New York: Picador.
- Hall, Kira (1996) *Cyberfeminism*. En Susan C. Herring (Ed.) *Pragmatics And Beyond New Series*, Rutgers University: Camden
- Hall, Stuart; Du Gay, Paul; Janes, Linda; Mackay, Hugh; Negus, Keith (1995) (eds.) *Doing cultural studies: The story of Sony Walkman*. California: SAGE.
- Hanley, Tim (2014) *Wonder Woman Unbound: The Curious History of the World's Most Famous Heroine*. Chicago: Chicago Review Press Incorporated
- Harrington, D. (2002). *Geeks: How Two Lost Boys Rode the Internet out of Idaho* [Review]. *Interface: The Journal of Education, Community and Values* 2(2). <http://bcis.pacificu.edu/journal/2002/02/bookrev1.php>
- Heckmann, Chris. (2020, 12 julio). *What is Pre-Code Hollywood? The Most Risqué Pre-Code Movies Explained*. [studiobinder. https://www.studiobinder.com/blog/pre-code-hollywood-movies/](https://www.studiobinder.com/blog/pre-code-hollywood-movies/)
- Herring, Susan. (2004). *Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online communities*. *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. (316-338). DOI 10.1017/CBO9780511805080.016.
- Herring, Susan. (1994) *Gender Differences in Computer-Mediated Communication: Bringing Familiar Baggage to the New Frontier*. Arlington: University of Texas. <http://cpsr.org/issues/womenintech/herring2/>
- Housman, Andrew. (2023). *Stan Lee Created She-Hulk Out Of A Legal Fear From Lou Ferrigno's The Incredible Hulk*. /Film. <https://www.slashfilm.com/1205800/stan-lee-created-she-hulk-out-of-a-legal-fear-from-lou-ferrignos-the-incredible-hulk/>

Huerta Miranda Ayla & Torres Jiménez Janet Karen Senyansen (2019) *Recepción de los audiovisuales pertenecientes al género de superhéroes entre los jóvenes universitarios de la UNAM: un análisis de los personajes sexodiversos*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Huerta Miranda. Ayla (2023) *Menos Sexualizadas Y Más Activas. Las Nuevas Superheroínas De Las Series Televisivas De Marvel*. En *Investigación Y Experiencias Educativas Centradas En La Creatividad Artística. Música, Cultura Audiovisual Y Artes Escénicas En La Sociedad De Las Pantallas*. Madrid: Dykinson S.L.

Huerta Miranda. Ayla & Jiménez-Y. César. (2023). *Nuevas Aproximaciones Feministas y Metodológicas para el Análisis de la Cultura Popular*. En *Género y educación ante la manipulación de la comunicación*. Madrid: Dykinson S.L.
<https://www.dykinson.com/libros/genero-y-educacion-ante-la-manipulacion-de-la-comunicacion/9788411701433/>

Hurley, K. (2017) *La revolución feminista*, España: Titivillus.

Iglesias, Emilio (2016, 12 marzo) *Olga Mesmer ¿Precursora de Superman?* *Relatos Pulp.com*. <https://bit.ly/45VbfQB>

Iglesias, M. (2018, 23 febrero). *La campaña por la ley de aborto comenzó en 2005 y el proyecto ya se presentó 6 veces*. Clarín.
https://www.clarin.com/sociedad/campana-ley-aborto-comenzo-2005-proyecto-presento-veces_0_BJvdi0nPz.html

Jordana, L. Ester y Benitez, V. Laura (2021) *Feminismos Contemporáneos*. Barcelona: Fundació Universitat Oberta de Catalunya

- Jenson, Joli (2002). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. En *Routledge eBooks*, Lewis, Lisa (Ed.) (pp. 17-37). <https://doi.org/10.4324/9780203181539-8>
- Jenkins (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* Nueva York: Routledge
- _____ (2006) *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. Nueva York: New York University Press
- Kaye, Don. (2020). The History Of Superhero Films Explained. *Looper*. <https://www.looper.com/278616/the-history-of-superhero-films-explained/>
- Kistler, Alan (2017, 28 abril) How the “Code Authority” Kept LGBT Characters Out of Comics. *HISTORY*. <https://www.history.com/news/how-the-code-authority-kept-lgbt-characters-out-of-comics>
- Kokonis, Michalis. (2008). Hollywood’s Major Crisis and the American Film «Renaissance». *Gramma: Journal of Theory and Criticism*, 16, 169-206. <https://doi.org/10.26262/gramma.v16i0.6435>
- Konzac, Lars (2006) *Geek Culture: The 3rd. Counter-Culture*. Dinamarca: Aalborg University.
- Kustritz, Anne (2015) Homework and the Digital Field: Reflections on Fan Identity and Identification. En *Humanités réticulaires*. Servais, O., Mazzocchetti, J., Maurer, B., & Boellstorff, T. Academia L-Harmattan. S. A
- _____ (2023) *Identity, Community, and Sexuality in Slash Fan Fiction*. London: Routledge
- Lamerichs, Nicolle. (2018) Productive Fandom. *Productive Fandom. Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*. Holanda: Amsterdam University Press B.V.

- Lamerichs, Nicolle (2014) *Scholarship As Geek Feminism: Subverting Gender And Sexuality In Glee Fan Fiction*
- Langley, Travis (2017, 9 octubre) *The “True Story” of Wonder Woman’s Marston Ménage à trois*, Psychology Today., <https://bit.ly/3J3swxe>
- Levy, Pierre (1997) *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*
Cambridge: Perseus
- Lily Renée | *Women In Comics Wiki | Fandom*. (s. f.). Women In Comics Wiki.
https://womenincomics.fandom.com/wiki/Lily_Ren%C3%A9e
- Mangels, Andy. (2008, 4 diciembre). *Wonder Woman*. Encyclopedia Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/Wonder-Woman/Post-Crisis-Wonder-Woman-and-film-success>
- Manno, A. (2022, 25 agosto). Laid-Off HBO Max Execs Reveal Warner Bros. Discovery Is Killing Off Diversity and Courting ‘Middle America’. *The Daily Beast*. <https://www.thedailybeast.com/laid-off-hbo-max-exec-reveal-warner-bros-discovery-is-killing-off-diversity-and-courting-middle-america>
- Marciniak, Kamila (2015, 15 enero) *Blaxploitation cinema and gender stereotypes*.
https://prezi.com/emadqpnbia1_/blaxploitation-cinema-and-genderstereotypes/
- Marcus, George, E. (2001). Etnografía en/del sistema mundo.El surgimiento de la etnografía multilocal. En *Alteridades*, 11(22),111-127
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74702209>
- Marín, Rafael (2019) *The Phantom: El Primer Superhéroe*. Recuperado el 16 de febrero de 2023, disponible en: <http://crisei.blogalia.com/historias/77725>

- Marín, Rafael (2023) *Los Orígenes de un Mito: The Phantom*. Recuperado el 16 de febrero de 2023, disponible en <https://crisei.com/historieta/los-origenes-de-un-mito/>
- Markstein, Donald. D. (s. f.). *Don Markstein's Toonopedia: Mandrake the Magician*. <http://www.toonopedia.com/mandrake.htm>
- Martínez, Cristina. (2020). Féminas Del Fandom: Outsiders Entre Los Outsiders. En A. Álvarez-Benavides (Ed.), *Acción Colectiva, Movilización Y Resistencias En El Siglo XXI* (1.ª ed., Vol. 3, pp. 61–76). Fundación Betiko.
- Marston, William M. (1928) *Emotions of Normal People* Nueva York: Harcourt, Brace & Company.
- Massanari, Adrienne. (2015). *#Gamergate and The Fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures*. *New Media & Society*. 19. DOI: 10.1177/1461444815608807.
- McDonagh, Maitland. (2004). The Exploitation Generation. Or: How Marginal Movies Came in from the Cold. *The Last Great American Picture Show. New Hollywood Cinema in the 1970s*. (pp. 107–130) Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Melrose, Kevin. (2017, 21 enero). *Supergirl star sends a message to Trump at March on Washington*. CBR. <https://www.cbr.com/supergirl-star-trump-march-washington/>
- Messerschmidt, J. W. (2019). The salience of “Hegemonic masculinity”. *Men and Masculinities*, 22(1), 85-91. <https://doi.org/10.1177/1097184x18805555>
- Milne, Andrew (2019) *Meet William Moulton Marston: The Man Who Invented The Lie Detector And Wonder Woman*, All that is interesting. Recuperado el 16 de

febrero de 2023, disponible en: <https://allthatsinteresting.com/william-moulton-marston>

Mireles-Vargas, O. (2015). Metodología de la investigación: operaciones para develar representaciones sociales. *magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 8(16), 149-166. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.m8-16.miop>

Mukherjee, S. (2016). Henry Jenkins Rise of the Fan Studies. *jdvu*. https://www.academia.edu/24244102/Henry_Jenkins_Rise_of_the_Fan_Studies

Murga M. María Luisa. (2020) *Carol Danvers, de Ms. Marvel a Capitana Marvel: Análisis feminista de la figura de la mujer en la ficción superheroica*. Sevilla: Universidad de Sevilla

Nava, Mica. (2022). Sexual Harassment, #MeToo and Feminism. *Chartist*. <https://www.chartist.org.uk/sexual-harassment-metoo-and-feminism/>

Ndalianis, Angela. (2020) Female fans, female creators, and female superheroes The semiotics of changing gender dynamics, en Frederick Luis Aldama (ed.) *The Routledge Companion to Gender and Sexuality in Comic Book Studies*, Londres y Nueva York: Routledge, pp.310-328

Núñez Domínguez, Trinidad & Loscertales, Felicidad & Guarinos, Virginia & Vera, Teresa & Guerrero, Susana. (2008). La Mujer Dibujada. El Sexismo En Películas Y Series De Animación, en *Los medios de comunicación con mirada de género*. España: Instituto Andaluz de la Mujer.

Ortega Villa, Luz María. (2009). Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Culturales*, 5(10), pp. 7-44. <http://culturales.uabc.mx/index.php/Culturales/article/view/77>

- _____(2008) *Consumo de bienes culturales en sectores populares: un enfoque multidimensional*, tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social, Universidad de La Habana
- Pardo, Neyla (2008) *¿Qué nos dicen? ¿Qué vemos? ¿Qué es... pobreza? Análisis crítico de los medios*, Bogotá, Antiquus editores.
- _____. 2012. *Discurso en la Web: pobreza en YouTube*, Bogotá, Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Penny, Laurie. 2017. *Bitch doctrine: Essays for Dissenting Adults*. Bloomsbury Publishing.
- Pells, R. H. & Romer, Christina D. 2023. *Great Depression*. *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/event/Great-Depression>
- Perera Pérez, M. 2003) *A Propósito De Las Representaciones Sociales. Apuntes Teóricos, Trayectoria Y Actualidad*, CIPS - Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (Ed.), La Havana: CIPS.
- Pérez, Gerardo M. (2013) *El Diseño de Indumentaria y la Comunicación en el Comic: Los códigos vestimentarios de las superheroínas*. Uruguay: Escuela Universitaria Centro de Diseño
- Pettinger, T. (2021, 9 diciembre). *Unemployment during the great depression*. Economics Help. <https://bit.ly/3p6nXv0>
- Piñeiro-Otero, Teresa; Martínez-Rolán, Xabier (2021). *Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en Twitter*. En *Profesional de la información*, v. 30, n. 5, e300402. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02>
- Preciado, Paul. B (2020) *Soy el monstruo que os habla*. Barcelona: Editorial Anagrama

- Projansky, Sarah (2001). *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*. New York University Press.
- Quinlan, Adriane. (2010, 2 agosto). A Real-Life Comic-Book Superhero. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/real-life-comic-book-superhero-74267>Quirós, Valeria S. (2022) El costo del privilegio: masculinidad, heterosexualidad, y el encierro del querer vivir. En *Revista Rupturas*, pp. 59–71. <https://doi.org/10.22458/RR.V12I2.4346>
- Radu, Sintia (2017, 15 octubre) How #MeToo Has Awoken Women Around the World, U.S. NEWS & World Report, <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2017-10-25/how-metoo-has-awoken-women-around-the-world>
- Reguillo, Rossana. (2005). Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. *Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, (2) 189-199
- Rodríguez Cely, J. (2019) Mujer Maravilla y Capitana Marvel. En *Aproximaciones divergentes a las éticas feministas*, Colombia: Revista Ética & Cine (39-44)
- Rosaldo, Renato (1989) Grief and a Headhunter's Rage, en *Culture and Truth: The Remaking of Social Analysis*, Boston: Beacon Press; London: Taylor & Francis
- Rosas Mantecón, Ana (2002) Los estudios sobre consumo cultural en México. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. pp: 255-264.

- Rubin, Rebecca. (2021, 27 abril). Variety. *Variety*.
<https://variety.com/2021/film/news/times-up-authentic-representation-disabled-people-1234961585/#!>
- Rudolph, Christopher. (2016, 2 febrero). Greg Berlanti, “Dawson’s Creek” And “Brothers & Sisters” Executive Producer, Talks TV Gay Characters. HuffPost.
https://www.huffpost.com/entry/greg-berlanti-gay-characters-television_n_4066243
- Salojärvi, Eero; Rantanen, Matti; Nieminen, Emilia; Juote, Alina; Hanhela, Heidi (2020) The "Incel" phenomenon in the digital era. How Echo Chambers have fueled the Incel Movement. En *Computational Transformation of the Public Sphere*, (pp. 195-210) Finlandia: Universidad de Helsinki
- Sanderson, Peter., & Plowright, Frank. (2008, 17 diciembre). X-Men | Origin, Creators, Characters, Movies, & Facts. Encyclopedia Britannica.
<https://www.britannica.com/topic/X-Men>
- Schatz, Thomas (2009) new hollywood, new millennium, En Buckland, Warren (ed.) *Film Theory and Contemporary Hollywood Movies*. New York: Routledge.
- Sergi, Joe. (2012, 23 agosto). Tales from the Code: How Much Did Things Change After the Enactment of the Comics Code of 1954? – Comic Book Legal Defense Fund. <https://cbldef.org/2012/08/tales-from-the-code-how-much-did-things-change-after-the-enactment-of-the-comics-code-of-1954/>
- Séverin-Eudes, Dorian. y Poullin, Antoine. (2014) Méthode qualitative La culture Geek: Une sous-culture.
https://www.academia.edu/9436577/La_Culture_Geek
- Simon, Gail (1999) *Women in Refrigerators*. <https://www.lby3.com/wir/>

- Shrishty. (2022). David Zaslav Defends Cancelling Dozens of Movies and Shows at Warner Bros. *Collider*. <https://collider.com/warner-bros-david-zaslav-cancellations-comments/>
- Siegel, Jerry (1983) Happy Anniversary, Superman! Superman Through the ages. <https://web.archive.org/web/20061005154917/http://theages.superman.ws/siegel.php>.
- Sky News. (2022, 3 agosto). Batgirl: DC Comics film shelved by Warner Bros after poor reviews in test screenings. *Sky News*. <https://news.sky.com/story/batgirl-dc-comics-film-shelved-by-warner-bros-after-poor-reviews-in-test-screenings-12664506>
- Ström Josefsen, N. M. (2021) *No Girls Allowed: Geek Culture and the Misogyny of Geek Masculinity*. Recuperado el 16 de octubre de 2022, disponible en: https://www.academia.edu/45116126/No_Girls_Allowed_Geek_Culture_and_the_Misogyny_of_Geek_Masculinity
- Tongue, Cassie. (2021, 20 mayo). 'Feminist-lite' production sends all the wrong messages. *The Sydney Morning Herald*. <https://bit.ly/3NaclFU>
- Taylor, T. L. (2015). *Raising the stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. MIT Press.
- TEAM, NERDANCO. (2022, 29 diciembre). The Ultimate Guide to the History of Comic Books: From Golden Age to Modern Era. *NERDANCO*. <https://www.nerdandco.com/post/history-of-comic-books-guide>
- The Comics Code of 1954 – Comic Book Legal Defense Fund. (s. f.). <https://cbldef.org/the-comics-code-of-1954/>
- The Incredibles (2004) - Financial Information*. (s. f.). The Numbers. <https://www.the-numbers.com/movie/Incredibles-The#tab=summary>

- The War on Terror - Timeline & Facts. (2019, 1 febrero). *HISTORY*.
<https://www.history.com/topics/21st-century/war-on-terror-timeline>
- The Take. (2021, 30 septiembre). *How to tell she's definitely NOT a Mary Sue* [Vídeo].
 YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=PsbFB4ec_-o
- Thompson, John B. (1998) *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica Social en la era de la Comunicación de Masas*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Top box office markets worldwide by revenue 2021 | Statista*. (2023, 3 mayo). Statista.
<https://www.statista.com/statistics/243180/leading-box-office-markets-workdwide-by-revenue/>
- Tye, Larry (2012) *Superman: [The High-Flying History of America's Most Enduring Hero](#)*. New York: Random House.
- van Dijk, Teun A. (1997) *Cognitive Context Models and Discourse*. Amsterdam: Universidad de Amsterdam. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-1997-Cognitive-context-models-and-discourse.pdf>
- _____(1999) El Análisis Crítico del Discurso. En *Anthropos*, Barcelona. 186, pp. 23-36
- Varela, Nuria. (2019). *Feminismo 4.0. La cuarta ola*. Barcelona: Ediciones B
- Veján G. Gabriela (2012) *Las Influencias Modernas y Postmodernas que conforman la Cultura Geek*. Ciudad de México: Universidad Insurgentes
- Watson, Joel (2022) The Diverse Audience of Marvel Movies, en *VeryAware*,
<https://veryaware.com/what-demographic-watch-marvel-movies/>

Williams, Z. (2017) *Why Wonder Woman is a masterpiece of subversive feminism*, The Guardian. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/jun/05/why-wonder-woman-is-a-masterpiece-of-subversive-feminism001>)

World's highest-grossing movie franchises as of 2022 | Statista. (2023, 5 enero). Statista. <https://www.statista.com/statistics/317408/highest-grossing-film-franchises-series/>

Wood, Matt. (2017, 24 noviembre). The Actual Reason Why Justice League's Amazon Armor Looks Different Than Wonder Woman's. *CINEMABLEND*. <https://www.cinemablend.com/news/1729850/the-actual-reason-why-justice-leagues-amazon-armor-looks-different-than-wonder-womans>

Zaboem, Scott (2013) *Featured Character of the moment: Olga Mesmer* <https://www.deviantart.com/heroes-of-the-domain/journal/FEATURED-CHARACTER-OF-THE-MOMENT-OLGA-MESMER-388780494>