



**Universidad
Zaragoza**

Trabajo de Fin de Grado

ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO FAN 2.0 Y ESTUDIO DE ESTE EN TORNO A LA FIGURA DEL CINEASTA TIM BURTON



Autora:

Irene Marín Guallar

Directora:

Dra. Gema Martínez Espronceda

Grado en Periodismo. Facultad de Filosofía y Letras

Resumen

Tim Burton es uno de los cineastas más conocidos del siglo XXI y su cine ha llegado a millones de personas. Muchas de ellas ven a este director como un verdadero genio que ha conseguido transmitir valores de una manera muy peculiar. Ha creado un mundo para aquellas personas diferentes al resto de la sociedad, que no se sienten integrados y comprendidos, convirtiéndose en sus seguidores. Su cine acoge a todo el mundo, sin distinciones, y está rodeado de un halo misterioso y fantasmagórico único, que hace que sus obras sean muy atractivas para el espectador y posea una legión de fans a sus espaldas. Estos han creado un verdadero fenómeno en torno a su figura que se ha expandido gracias a los fandom, las plataformas digitales y las redes sociales. La activa interacción entre ellos ha creado una nueva cultura social.

Excerpt

Tim Burton is one of the best known film makers of the twenty-first century and his movies have reached an audience of millions of people. A lot of them regard him as a real genius who has managed to transmit a set of values in a peculiar way. He has been able to create a special world for those in society who are different from the rest, those who do not fit in and that, therefore, have turned into his followers. In his movies there is room for a universe of roles, drawing no distinction. His films are surrounded by a unique mysterious and phantasmagoric aura that gives his work a special appeal and explains why his admirers have become legion.

ÍNDICE

1. Introducción.....	4
2. Elección y justificación del tema.....	4
3. Objetivos.....	4
4. Estado de la cuestión.....	5
5. Metodología aplicada.....	6
6. Desarrollo analítico.....	7
7. Marco teórico: el fenómeno fan en sus diferentes ámbitos.....	7
7.1. El fan como sujeto social.....	9
7.2. Estereotipos sociales respecto a los fans.....	10
7.3. El fandom como núcleo conectivo.....	12
7.4. Evolución histórica del fenómeno fan.....	16
7.5. Revolución del fenómeno gracia a Internet y a las redes sociales.....	18
7.6. Vínculo simbólico-emocional del fan.....	21
7.7. Movimientos y actividad de los fans en la red.....	23
8. Influencia de las redes y el fan 2.0.....	26
8.1. Herramientas del fan 2.0.....	28
9. Tim Burton: de sus primeros pasos en el mundo cinematográfico hasta la actualidad.....	31
10. El peculiar mundo burtoniano: características y estilo.....	33
11. Creación de su cultura y surgimiento de seguidores de su percepción de la vida.....	36
12. Interacción de Tim Burton en sus principales redes sociales.....	38
13. Interacción de los fans entre ellos y con el director.....	40
13. México, el país con los fans más entregados.....	43
14. Afección del COVID-19 al fenómeno fan.....	45
15. Conclusiones.....	46
16. Anexos.....	48
17. Bibliografía.....	83

1. Introducción

El presente Trabajo Fin de Grado se centra en el estudio del fenómeno fan o fanático en torno a la figura del director cinematográfico Tim Burton ahondando en la influencia de sus creaciones artísticas, éticas y valores sociales en sus seguidores.

Para ello, se plantea primeramente la elección y justificación del tema; posteriormente, los objetivos que se quieren alcanzar y el estado actual de la cuestión que abordamos. Además, se indicará la metodología empleada durante la elaboración del trabajo. Por último, el escrito se centrará en desarrollar analíticamente el tema de estudio comenzando por introducir la vida, obra y evolución de Burton.

2. Elección y justificación del tema

La elección del tema nace como consecuencia del gran interés personal en la figura del director, su trabajo creativo y cómo ha influido en las percepciones de la vida del público, especialmente, en las mentes de sus seguidores más fieles. Resulta un cineasta

muy interesante de analizar ya que posee un modo de ver la realidad muy particular. En su producción se observa el conocimiento de este sobre el cine y los cánones clásicos, cánones que el cineasta reelabora para crear mundos nuevos con su característico estilo.

También, suscita interés realizar una investigación acerca del peso que ejerce su visión personal y sus creaciones cinematográficas, y artísticas en general, en la forma de ver la sociedad y la conducta de sus seguidores más fieles. Estos han creado toda una cultura fan en torno a él e interaccionan entre ellos manteniendo vivo el culto a su persona.

3. Objetivos

1. Destacar la importancia de la producción artística de Tim Burton desde sus comienzos hasta la actualidad.
2. Conocer más a fondo la vida y evolución estilística de su obra.
3. Entender los temas y la estética que se manifiesta en sus creaciones.
4. Comprender su modo de observar la realidad.

5. Estudiar el fenómeno sociológico del fan o fanático, incluyendo su origen, evolución hasta la actualidad y consecuencias.
6. Explorar el fenómeno fan en torno a la figura de Burton y su influencia en la cultura social y en el ámbito personal en su público fiel.
7. Investigar la interacción del director en redes y de sus seguidores con él y entre ellos.

4. Estado de la cuestión

En este apartado, se explicarán los diferentes materiales y estudios existentes que se han utilizado en el desarrollo y elaboración de este trabajo.

- Bibliografía y webgrafía específica sobre el fenómeno fan.
- Bibliografía y webgrafía específica sobre el cineasta Tim Burton.

Bibliografía y webgrafía específica sobre el fenómeno fan

Para comprender el origen, evolución y situación actual del fenómeno fan o fanático en todos sus aspectos (conceptual, sociológico, económico, cultural, psicológico, etc) se ha utilizado la siguiente bibliografía:

El primer artículo científico que se ha utilizado, *El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica* de 2012 por Jorge Busquet, explica el concepto de fanático y sus aspectos culturales, sociológicos y psicológicos, ayudando a comprender las bases de este fenómeno.

Para estudiar la evolución del fanatismo desde los años 50 hasta la actualidad con la revolución que provoca la llegada de Internet y las plataformas digitales, en concreto las redes sociales, ha sido de gran utilidad el artículo *Todas las claves del fenómeno fan* de la Revista Plácet.

Bibliografía y webgrafía específica sobre Tim Burton

Los dos libros de los que se ha obtenido la información de mayor peso sobre el cineasta y las características de su estilo creativo son *Tim Burton* de Marcos Marcos Arza de 2012 y *Tim Burton* de Hilario J. Rodríguez de 2008. Este último contiene opiniones personales sobre Burton y declaraciones suyas. Estos libros aportan contexto sobre la vida

y carrera cinematográfica del director de forma generalizada, lo que ha resultado bastante útil en el desarrollo del presente trabajo.

Gracias al libro *Burton on Burton* de Mark Salisbury de 1998, se ha podido conocer más a fondo la visión y personalidad del director. Este manuscrito contiene conversaciones del periodista con el cineasta sobre su obra y su vida personal, facilitando al lector la comprensión de su mundo interior.

Para entender la relación de Burton con sus personajes y lo que quiere reflejar a través de ellos se ha tomado el libro de Javier Figuro *Los inadaptados de Burton* de 2012. Con el fin de completar esta lectura, también se ha indagado en los ejemplares *Tim Burton: genio y obra de un icono del cine* de 2019 y *Los mundos de Tim Burton. Luces y sombras, mitos y leyendas* de 2018, cuyos autores son el periodista Ian Nathan y el cronista y escritor Doc Pastor respectivamente.

Además de estos textos, el artículo *Tim Burton y el mito de la rebelión* de la Revista Salamandra de 1997-1998, ha arrojado luz sobre detalles de sus obras, aspectos y temáticas repetidos en sus obras y argumenta acerca de la visión crítica de Burton sobre la realidad y cómo sus personajes se rebelan contra los cánones y órdenes sociales establecidos tradicionalmente.

La información y los datos más exactos sobre sus producciones y trabajo, como noticias y fichas técnicas y artísticas de sus obras, se han obtenido de su página web oficial.

5. Metodología aplicada

La metodología utilizada para la elaboración y desarrollo de este Trabajo Fin de Grado es la siguiente:

Primeramente, se estableció el tema y se construyó un guión/esquema con los puntos que se iban a tratar en este escrito. Seguidamente, se procedió a seleccionar los materiales bibliográficos referentes al fenómeno fan y a la figura y obra de Tim Burton. A esto se añade el estudio e investigación de la actividad del director en las redes sociales y la interacción de sus seguidores entre ellos y con este.

Por último, se recopila e informatiza todos los datos y el contenido tomados del material bibliográfico, señalado anteriormente, junto con las aportaciones personales para elaborar este escrito.

6. Desarrollo analítico

Hoy en día el fenómeno fan ha cambiado mucho respecto a sus inicios. El nacimiento de Internet, plataformas digitales y redes sociales han permitido que este se desarrolle globalmente y que las celebridades de todas las índoles (artísticas, musicales, cinematográficas, etc.) sean conocidas y adoradas por públicos de un amplio espectro de edades y lugares. También han hecho posible que los seguidores de estas personalidades puedan conectarse, interactuar y compartir su pasión sin límites de ningún tipo. De este modo, el fanatismo ha pasado de manifestarse mediante pequeñas reuniones en las que cada persona compartía sus emociones, pensamientos y sentimientos hacia el ídolo en cuestión a crearse convenciones nacionales e internacionales, congresos, foros y cuentas en diferentes canales sociales para compartir un sinnúmero de información y material temático.

Esto último ha sucedido en el caso que se propone estudiar el presente Trabajo Fin de Grado. En torno a la figura de Tim Burton se ha creado una legión de individuos que se identifican con las obras y la personalidad del cineasta. Su peculiaridad y modo tan personal de entender la sociedad han sido capaces de crear y desarrollar una cultura y visión de la realidad que dista de los parámetros sociales tradicionales.

Y aunque el trabajo creativo del cineasta cese o no esté en el culmen de su excelencia e independientemente de que reciba buena crítica o no, siempre tendrá el respaldo de su público más fiel, que le seguirá rindiendo culto.

7. Marco teórico: el fenómeno fan en sus diferentes ámbitos

Comencemos enfocando la cuestión desde su concepto más básico: ¿Qué es realmente un fan o fanático?, y ¿Qué convierte a un individuo en fanático de algo o alguien?

La palabra fanático viene del antiquísimo adjetivo latino “finiticus” que significa entusiasta extático y rabioso. Este estaba basado en el sustantivo “finum”, lugar donde se rendía culto a una deidad. Si ambos términos se combinan puede deducirse que un fanático es un frenético devoto de algo (Marimaa, 2012: 30). Según afirma el psicólogo de la religión Tõnu Lehtsaar en sus orígenes, este tiene una connotación

negativa ya que se les consideraba que perseguían o defendían algo de una manera tan extrema y apasionada que se salía de lo considerado normal (Marimaa, 2012:31). Aunque actualmente el término sigue manteniendo en cierto grado esta connotación, se sigue utilizando, por ejemplo, para designar a miembros de sectores religiosos radicales. No obstante se observa que ha perdido esa potente carga negativa inicial.

Si tomamos como fuente al Diccionario de Lengua Inglesa Cambridge, este define fan como “alguien que admira o apoya a una persona, deporte, equipo, etc”. Por otro lado, si nos sumergimos en el mundo radiofónico, el periodista Estadounidense Eric A. Newson conceptualiza al fan en su No Fan Podcast como “devoto entusiasta de algún deporte o arte escénica del que normalmente es espectador”.

Según la Real Academia Española de la Lengua, un fan es un “admirador o seguidor de alguien” o un “entusiasta de algo” mientras que un individuo se considera un fanático cuando está “preocupado o entusiasmado exageradamente por algo”. Por lo que se puede observar, a esta última definición se le ha añadido la partícula “exageradamente”, que dependiendo de quien la analice, puede tomar un carácter peyorativo.

Sin entrar en el juicio valorativo que cada persona le da a esta última definición, un fan o fanático es un devoto de alguien, una persona que se deleita contemplando a alguien o a algo, que toma como modelo a otro ser y recibe la influencia de este ya sea a través de su apariencia, de sus actos o de su forma de ver el mundo que le rodea.

Para Javier Adrados, fan y biógrafo del grupo Mecano y actualmente agente musical de, entre otros artistas, Ana Torroja y Nacho Cano, “un fan es algo más que un seguidor. Un fan es un estudioso de lo que sigue. Es alguien que no mira si su ídolo ha dejado de estar en la cumbre. Fan es una manera de entender la fidelidad hacia un modelo, un estilo, un equipo.” (Revista Plácat, 2015)

Según Teresa Sánchez (2003:113) “lo que distingue al fanático del simple partidario o seguidor de algo o alguien no es la causa, razón de ser o naturaleza del impulso, sino la dimisión de la capacidad crítica, la incondicionalidad, ceguera y abnegación que deposita en la idea, la cual termina por enajenarle y despersonalizarle”.

Los seguidores más fervientes de alguien convierten a esa persona en un ídolo, un referente. Esto nace de la necesidad de las personas de encontrar modelos o valores en los que refugiarse, en los que encontrarse y dar sentido a su existencia social. Esta necesidad la encuentran en la cultura de masas, que crea personalidades que sobresalen por encima de otras. (Jenkins, 2010)

Pero no se conforman solo con hallar a sus referentes sino que hacen uso de su creatividad individual para interpretarlos y acomodarlos en su mente a su antojo. Esta es una de las características de los fans. Así, las actuaciones de cada uno son diferentes aunque aparentemente parezca que sigan el mismo patrón de la masa o estén hechos de un mismo molde. Tienen la capacidad de entender y sacar sus propias conclusiones entre las fisuras de las obras de sus ídolos. Al mismo tiempo, estos últimos se cercioran de dejar pequeños huecos en sus trabajos artísticos para que el público los rellene libremente con su creatividad. (De Certeu, 1999)

Con la libre interpretación, el fenómeno fan se convierte en un firme ejemplo de lo que Ángel Díaz, doctorado en Sociedad de la Información y el Conocimiento, relaciona con “una nostalgia por la autenticidad que se diría previa a la democratización de la cultura”.

7.1. El fan como sujeto social

El fenómeno fan (o fandom) es un hecho social que ha surgido de forma natural en el desarrollo de la vida cotidiana de muchos individuos. Estos disfrutan de su afición de formas muy diferentes: desde la pasión hasta la obsesión, todos dedican parte de su tiempo a seguir a su ídolo. Y lo más importante, todos somos fans, de forma constante o pasajera.

Según el escritor británico Jonathan Thompson (1998:285), el hecho de ser fan se fundamenta en “relaciones de familiaridad no recíprocas con personajes famosos que dan sentido y propósito a las actividades que se realizan dentro de la comunidad fan”.

El fandom es una experiencia social compleja, profundamente estructurada y normalizada en la sociedad actual. Para Thompson (1998:287): “Es una forma de organizar reflexivamente el yo y su conducta diaria. Visto de esta manera, no existe una clara división entre un fan y un no-fan. Se trata sólo de una cuestión de grado, del

grado en que un individuo se orienta a sí mismo hacia ciertas actividades, productos o géneros y empieza a reformular su vida en consonancia”.

Como pasa en muchas otras tendencias sociales, la adicción de un fan por su ídolo puede llevarle hasta padecer una “enfermedad”, por ejemplo, una obsesión compulsiva que le lleve a querer imitarle por completo o hablar de él en todo momento, perdiendo así el control sobre sus facultades y personalidad propia. Pero estos casos suelen ser insólitos y reducidos. (Busquet, 2012:96)

En definitiva, si analizamos las comunidades de fans y el nacimiento de nuevos ídolos de masas podremos descubrir más sobre las tendencias culturales hegemónicas de la sociedad actual. Las celebridades son representantes de los valores dominantes en la época en la que vivimos.

El caso de Burton es un poco diferente. No es una figura que represente unas cualidades o creencias dominantes en la actualidad ni en años atrás. Se ha consolidado como un referente para las personas que se sentían o se sienten diferente a lo que se considera, de forma mayoritaria o por lo general, “normal”. Es el abanderado de los individuos inadaptados, considerados “raros” por parte de la sociedad o que, simplemente tienen una forma peculiar, no convencional, distinta o no arraigada de entender la vida.

7.2. Estereotipos sociales respecto a los fans

En innumerables ocasiones, los medios de comunicación de masas, tradicionales y culturales como el cine, evidencian o sacan a relucir el lado o los aspectos negativos que poseen los fans o que implican ser un fan. Es decir, presentan al sector de estos que manifiestan una patología social: “Las noticias suelen caracterizar a los fans como psicópatas cuyas fantasías frustradas de mantener relaciones íntimas con estrellas o sus deseos insatisfechos de alcanzar su propio estrellato adquieren formas violentas y antisociales. Las acciones homicidas de Charles Manson (un fan de The Beatles) y Dwight Chapman (un fan de John Lennon) [...] parten de una idea estereotipada del fan como alguien emocionalmente inestable, socialmente inadaptado y peligrosamente alejado de la realidad” (Jenkins, 2010: 26).

Muchos autores han tratado el tema de la estereotipación de los fans y de como la sociedad suele relacionar la palabra fan con ciertas actitudes o connotaciones negativas. Uno de los prototipos de fan lo define Julie Burchill (1986:143) como “del ático”. Este estereotipo se caracteriza por ser una persona solitaria a la que le cuesta encajar con el entorno y por ello se enfrasca en seguir a una celebridad, o se obsesionan con algún producto cultural específico. Lo peligroso de estos es que su pasión les lleva a pensar que solo podrán estar cerca de su ídolo a través de acciones imprudentes o descontroladas como la violencia o el acoso, representando una amenaza. Esta imagen del fan se puede ver en muchas películas policiacas o de suspense donde suelen jugar el papel de asesino o principal sospechoso.

Otra visión del fan, más dulcificada que la anterior, es la de la persona que no se siente completamente integrada, cómoda o satisfecha con su rutina cotidiana, sus amistades, amores y trabajo. “Estos personajes se refugian en un reino rico de fantasía personal que suple los actos decisivos que no pueden llevar a cabo en su vida diaria. (Jenkins, 2010:27).

Por último, encontraríamos al prototipo de fan más común: los histéricos. Se trata de aquellas multitudes que gritan y enloquecen al ver a su ídolo de cerca.

Todas estas estereotipaciones están condicionadas por los gustos. Las personas que compartan los mismos que nosotros, nos verán como iguales y los consideraran “normales”, sintiendo una conexión. Pero, al mismo tiempo, los gustos pueden crear discrepancias entre grupos de fans con un mismo referente. Lo que algunos pueden tener como un producto cultural de calidad, otros lo pueden ver como un desafío a la obra o al autor. En estas situaciones, es difícil encontrar un punto intermedio, ninguno tiene la iniciativa de ceder en la disputa. A todo esto Jenkins comenta: “La cultura de los fans supone un desafío a la «naturalidad» y conveniencia de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo a la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual” (2010: 31).

En esta diseminación de las clases de fans, Guerrero (2014), otro estudioso de este fenómeno, propone dividir a los fans en lukers (seguidores que no producen nada, solo consumen contenidos de los otros sin comentar nada a cerca de estos), tertulianos (seguidores activos que debaten, dialogan y aportan opiniones acerca de los productos de

los demás) y, por último, creadores (elaboran contenidos originales y nutren a los otros dos tipos anteriores).

7.3. El fandom como núcleo conectivo

Jenkins considera los fandoms “ una comunidad de consumidores especialmente activos, y que se hacen oír , cuyas actividades se centran en procesos de apropiación cultural” (2010:42). De Certeu (citado por Jenkins, 2010, 43) completa esta descripción añadiendo que los fans son “nómadas”, se mueven de un contenido a otro para extraer nuevos materiales que interpretar para sus creaciones propias. De esta forma, pueden llegar a surgir culturas alternativas, como en el caso de Tim Burton y la tendencia subgótica de pensamiento y estilo nacida de su producción cinematográfica.

Para Jenkins (2010) existen cinco niveles de actividad dentro de un grupo de fans de un producto audiovisual.

El primero de ellos es el proceso de recepción del producto. Se trata del modo en el que un film es recibido por un fan y estudiado o analizado por este. Dependiendo de cómo se desarrolle , se puede distinguir si la persona que lo realiza se trata de un fan o un simple aficionado. Según John Ellis (citado por Jenkins, 2010:74) la diferencia está en el grado de intensidad e implicación emocional de la persona que está viendo el producto en cuestión. El fan no permanece indiferente ante un contenido, dedica un tiempo a entender qué pasa en él, qué quiere expresar, en definitiva, en entender bien la trama y temática que posteriormente tendrá algún efecto en su día a día o en su visión de la realidad.

El segundo nivel de actividad está relacionado con las críticas y las interpretaciones de los fans y su implicación en el proceso de consumo. Los seguidores emocionalmente más apegados a un producto carecen de la objetividad crítica para juzgarlo duramente. (Jenkins, 2010:75).

Las interacciones de los fans con las diferentes obras audiovisuales generan interpretaciones personales e individuales que son intercambiadas y pueden convertirse en opiniones o pensamientos colectivos. En el caso del cineasta Tim Burton que tratamos

en el presente Trabajo, estas respuestas han dado lugar a la creación de una cultura subgótica tanto en pensamiento como en estética. Esta les ha permitido encontrar una forma de desarrollarse personalmente y sentirse aceptados entre ellos a la vez que se sienten más seguros siendo ellos mismos ante la sociedad.

Según Jenkins (2010:98): “Uno solo puede hacer suyas las historias comerciales cuando estas toman una forma que puede ser compartida con otros, y el acto de volver a contar, al igual que el acto de volver a leer, contribuye a mantener la inmediatez emocional que despertó inicialmente el interés de los fans”. Las interacciones que se producen en una comunidad fan sobre un tema o personaje pueden tener un carácter tan emocional e intenso que el debate sobre algo ficticio puede transformarse en uno sobre problemas sociales o personales de la vida real. Algunas de las cuestiones más frecuentes son la sexualidad, el racismo o el género. Cassandra Amesley (Jenkins, 2010:86) demostró que los fans consideran que los personajes ficticios son al mismo tiempo “reales y contruidos”, y tratan el audiovisual tanto con “incredulidad suspendida” como con “distancia irónica”. De este modo, los personajes poseen la dualidad de ser gente “real”, con su propia historia y psicología, pero también una “construcción” ficticia cuyos defectos son fruto del proceso de creación o a la motivación oculta de los productores

En muchas ocasiones, los fans también quieren descubrir los secretos de creación de un producto cinematográfico, es decir, quieren desmontar la cinta y saber cómo se ha hecho y por qué ha sido de esa forma, lo que permite distanciarse de esa parte emocional y conocer más objetivamente la película.

El tercer nivel habla sobre el establecimiento y la formación de la comunidad social. Un aspecto fundamental a la hora de ser fan es la relación con los otros fans. Las interpretaciones de un producto audiovisual suelen realizarse en colectividad entre los miembros de una comunidad.

Para unirse en comunidad o para integrarse en una, los fans comienzan a acudir a los estrenos de las películas en el cine o a las premieres organizadas. Muchos de ellos no se conocen pero ello no es impedimento para que interactuen ya que al fin y al cabo comparten el gusto por el mismo producto. En otros casos, se realizan reuniones más

pequeñas en casas. Aunque estas sean de un carácter privado y no tan numeroso, sigue existiendo una fuerte interacción.

Afianzar lazos con otros miembros es un factor clave para el mantenimiento de la actividad de un fandom. Los nuevos integrantes de la comunidad pueden recibir la ayuda de los veteranos para entender el funcionamiento interno y las interpretaciones colectivas que se realizan sobre las diferentes temáticas, narraciones y personajes de los visionados.

Frederic Jameson y Richard Dyer (Jenkins, 2010:37) aseguran que los fans son conscientes de que vivimos en un mundo lleno de oportunidades y posibilidades, pero también problemas y limitaciones. Mientras que, en la sociedad actual, los valores de amistad, pertenencia y comunidad se están perdiendo, en el fandom estos se hacen más fuertes y persisten.

El cuarto componente de la actividad fanática se basa en la producción que los miembros de la comunidad realizan. Cada uno lleva a cabo sus propias deducciones e interpretaciones de un audiovisual y posteriormente, se ponen en común para intentar llegar a un consenso. Esto no siempre es posible ya que el gusto personal siempre influye. Pero la existencia de discrepancias no es visto como algo negativo o que rompa la cohesión dentro de la comunidad fan, sino que todas las visiones son aceptadas de buen grado mientras se respete la historia original y sus características principales.

Una de las necesidades básicas para el fan y el enriquecimiento y desarrollo del fandom al que pertenece es estar informado sobre el ídolo al que se sigue y sigue el resto de la comunidad fan. Un miembro que ha visto todas las películas de una saga o director y sigue su producción desde hace tiempo está más formado para argumentar con criterio a cerca de un director y sus temáticas, estilos y personajes.

Los tipos de fandom más habitual desde hace años son los fanfics y los fanzines. Se trata de publicaciones o narraciones originales de seguidores que han visto una película y crean a raíz de una trama sin resolver un personaje o un idilio amoroso, una historia nueva. Gracias al desarrollo de las redes sociales, estos textos se han extendido y son capaces de llegar a fans de todo el mundo. Incluso, han nacido aplicaciones dedicadas a compartir estos tipos de lecturas como Wattpad, que será explicada posteriormente en el

presente Trabajo. Además, muchos fans que realizan estos escritos acaban convirtiéndose en líderes de fandoms y siendo conocidos en la red.

Este arte fan no tiene porqué traducirse solo a las letras. Muchos elaboran vídeos, montajes de imágenes o incluso juegos interactivos sobre diferentes temáticas del director o la película. Son un nexo de unión para la comunidad, una forma de crear una cultura propia. Según Jenkins (2010:49), estos poseen “potencial para expresar sus compromisos sociales e intereses culturales (...) existirá un cierto grado de afinidad entre los significados que producen los fans y aquellos que pueden encontrarse a través de un análisis crítico de la historia original”. El resto de miembros de la comunidad o fandom están auyorizados a comentar y a hacer críticas, generalmente, constructivas

Cabe destacar que no reciben ningún beneficio económico por sus elaboraciones, ya que se hacen sin un fin comercial, simplemente para el disfrute de todos los seguidores de un producto cultural.

La última fase o nivel es el propio activismo de los fans. Los fandom son una demostración de la audiencia activa que poseen ciertos directores y géneros cinematográficos. Esta puede llegar a alcanzar el poder de influir en las productoras y en los procesos de grabación de un film. Por un lado, esto puede suponer un beneficio para los cineastas y empresas ya que saben que las películas siempre van a contar con un sector de público fiel que les apoya. Pero también puede darse el caso contrario. Una productora puede intentar controlar a los fans para que se ciñan a lo que ellos piensan. Esto mismo ocurrió con Lucasfilms y la famosa saga de La Guerra de las Galaxias aunque no tuvieron éxito ya que la imponente legión de seguidores de esta ficción se rebeló ante el intento de restringir la libertad de producción de los fans.

La relación entre creadores y espectadores se ha visto potenciada gracias a las plataformas digitales y las redes sociales. Aunque esto puede transformarse en un arma de doble filo, ya que en estas puede publicarse casi cualquier contenido y que este se convierta en viral en pocos segundos, aunque después se censure o elimine. (Cavicchi, 2020)

También pueden conseguir que se produzcan nuevos productos a través de campañas o difusiones por hashtags en Twitter, Instagram o Facebook, presionando a los directivos con sus propuestas.

7.4. Evolución histórica del fenómeno fan

El fenómeno fan, tal y como se entiende actualmente, nace durante los años 50 en Estados Unidos, después de la Segunda Guerra mundial y unido al surgimiento de la cultura de masas. Por ello, Norteamérica es en donde se desarrolla con más fuerza, tienen más intensidad y perduran en el tiempo, como es el caso del fenómeno burtoniano, que está más arraigado en Estados Unidos. El hecho de que el director sea nativo de allí y que se encuentre la mayor productora de películas del mundo, Hollywood, también son factores condicionantes. (Revista Pláacet, 2015)

Los medios de comunicación llegan a los ciudadanos a los que se les ha visto devuelto su tiempo de ocio tras el tortuoso periodo de crisis económica y bélica. El ciudadano recupera su libertad individual y su existencia ya no está supeditada a ser solo una parte de muchas que conforman la todopoderosa nación. Los jóvenes comienzan a construir su personalidad, a explorar en su interior y a buscar referentes en los que poder fijarse y encontrarse a sí mismos.

En estos años 50, surge el Rock and Roll, una vertiente musical que se contrapone a las bases sociales y musicales establecidas. Artistas como Elvis Presley comienzan a tener las primeras legiones de jóvenes fans, que ven a estos como revolucionarios y a mitificarlos. De esta forma se pone los cimientos al fenómeno que poco a poco irá adquiriendo una fuerza mayor.

En la década posterior, se vive una auténtica explosión de valores sociales, sexuales y musicales. Políticos como Martin Luther King o bandas como los Rolling Stones o los Beatles, son pioneros en establecer las bases definitivas al fenómeno fan, convirtiéndolo en una forma de creer y actuar. En los años 70, con los grandes iconos del rock se empieza a perfilar, analizar y consolidar la figura del fanático. La televisión comienza a tener un peso importante permite llevar la

ficción de las salas de cine a todos los hogares, lo que facilita que se expanda la cultura y que cada vez más ciudadanos acaben convirtiéndose en seguidores, más o menos fieles y apasionados, de alguna serie, programa, producto o celebridad.

A mitad de la década de los 80, los sentimientos de conexión y lealtad hacia el ídolo se manifestaban con más fuerza en los llamados “kranks” de la clase obrera, miembros de fraternidades de béisbol. Estos demostraban con rudeza el apoyo a sus equipos locales, peleándose con los seguidores de los equipos contrarios e intentando manipular los partidos a favor de su club. Estas demostraciones fervorosas aumentaron sustancialmente cuando el béisbol se declaró deporte profesional en 1880. Fue en ese momento cuando la palabra “fan” apareció escrita en un periódico para designar a los seguidores del equipo de béisbol de Kansas City. (Cavicchi, 2020)

De hecho, el término "fan" apareció por primera vez en un periódico en 1899 como una referencia a los espectadores para el equipo de béisbol de Kansas City.

Después de la Guerra Civil Estadounidense, las compañías de teatro impulsaron el desarrollo del fenómeno fan sin darse cuenta. Las obras eran representadas por compañías cuyos actores actuaban a nivel nacional. Los nombres de estos estaban expuestos en los carteles publicitarios de las representaciones facilitando de esta forma a los espectadores conocer la identidad del actor o actriz que más les había gustado y comenzar a convertirse en “fan” de este o aquella. (Cavicchi, 2020)

También en estos años, se produce una revolución en torno al ámbito económico del fenómeno fan. Se comienza a considerarlos como máquinas de hacer dinero fácil, es decir, como presas de marketing y consumo, por ejemplo, a través de la técnica del merchandising. Un fanático no podría vivir sin tener la camiseta con la cara de su ídolo, las ediciones especiales de sus productos, su colonia o tener la habitación empapelada con sus posters. Aunque para Juan Sardá Frouchtmann (2013), periodista cultural del diario El Mundo y estudioso del tema

que se trata, no por ser fan de algo se consume más sino que “en el mundo cultural, hasta cierto punto, el consumidor siempre es fan”.

Entre 1930 y 1940, Hollywood, cuna de las estrellas, convertía a todos los actores y actrices en personajes reconocibles y con identidad propia, con el objetivo de conseguir que los espectadores se vieran reflejados en ellos. Se creó un potente sistema de estrellas a partir del cual muchos fans adquirirían el aspecto e imitaban la conducta de su artista favorito. (Cavicchi, 2020)

En esta época empezó a surgir la separación entre los clubes de fans oficiales, respaldados por la estrella en cuestión, y los no oficiales, desconocidos por el ídolo y que actuaban libremente. Por aquel entonces, la ventaja de ser miembro del primero estribaba en que la posibilidad de conseguir un contacto directo con la estrella era mayor, por ejemplo, recibiendo una fotografía o carta firmada. Además, los fans más activos de los grupos oficiales podían acceder a información exclusiva personal y profesional sobre la celebridad.

En 1970 y 80, los fans de ciencia ficción adquirieron un gran peso en relación al desarrollo del fenómeno, ya que, ignorando la existencia de los derechos de autor, comenzaron a crear su propio arte en base a los personajes de ficción de sus series y películas favoritas. Esto dio pie a las primeras luchas entre productores y comunidades de fans, revolucionando la industria audiovisual. (Cavicchi, 2020)

Pero no será hasta 1990 cuando el fenómeno coja impulso y llegue a su punto más álgido gracias al nacimiento de Internet.

7.5. Revolución del fenómeno gracias a Internet y las redes sociales:

En los inicios, los primeros grupos de fans se acercaban a salas de cine, centros de proyección audiovisual o lugares donde se realizan eventos sobre un film o saga en particular para ver por primera vez una película, revivirla y dialogar a cerca de esta. En muchas ocasiones, ciertos fans no se conocen, pero eso no les resulta un impedimento para interactuar y debatir, ya que se sienten miembros de

una misma comunidad con la misma proximidad emocional hacia la obra. En otros casos, los fans se reúnen con otros fans conocidos en alguna casa, son grupos más reducidos y privados, pero sigue existiendo esa interacción. Las convenciones de comics y ciencia ficción también eran un punto de encuentro clave para que se agruparan amantes de esta cultura y nacieran las primeras comunidades fandom. (Busquet, 2012:26)

En las comunidades de fans también algo muy importante es la ayuda. Aquellos fans veteranos que ya han visto la obra o tienen acceso a materiales de resumen se suelen mostrar muy dispuestos a ayudar a los nuevos fans para que entiendan la relación entre personajes o ciertos acontecimientos.

Uno de los acontecimientos que revolucionó el mundo audiovisual y afectó positivamente al desarrollo del movimiento fan fue la aparición de las cintas de vídeo, que permitió poder grabar diferentes películas y programas, y poder verlos en cualquier momento y lugar.

En sus reuniones, los grupos de fans podían reproducir las grabaciones de sus escenas o largometrajes favoritos y compartirlas con otros. Además, tenían la posibilidad de pausar el vídeo y comentar a cerca de él sin perderse ningún detalle, lo que facilitaba la comprensión de la obra.

Este avance también se convirtió en fuente de placer y felicidad para los fans dado que les permitía poder ver la película que les apasionaba una y otra vez. También, convertía en realidad la posibilidad de cambiar la percepción o la imagen que otra persona o ellos mismos tenían sobre un film en concreto. (Jenkins, 2010)

Actualmente el fenómeno fan se ha sofisticado y acelerado. Estos han dejado atrás la grabación en cintas para pasar a consumir en streaming a través las diferentes plataformas digitales como Netflix o HBO o en páginas web pirata.

Los fans consiguen protagonismo gracias al uso que hacen de las nuevas tecnologías de la información. Crean los primeros foros online y abrazan con

entusiasmo las potencialidades comunicativas y creativas de la red. (Roig, 2009:230)

Se crean una infinita variedad de productos con la marca de un artista y se trata de explotarlos al máximo en un periodo de tiempo muy reducido. En esto, las redes sociales y las plataformas de venta online juegan un papel fundamental. Permiten que los productos, desde objetos hasta eventos, se den a conocer al instante en todo el mundo y que cualquier seguidor interesado en ellos los pueda adquirir en un solo click.

Internet ha hecho progresar el fenómeno. Ha facilitado su sectorización, hacerlo más personal e individual a la vez que más universal. Antes de la era digital, el fenómeno fan se identificaba más con personas, historias de vida muy definidas y particulares. Los fans tan solo eran agrupaciones dispersas que se reunían sólo ocasionalmente para celebrar algunos eventos. Se trataba de un tipo de actividad que, a pesar de su interés, tenía una incidencia escasa o nula en la vida social y cultural. Ahora representa valores y estilos de vida, no son solo modelos personales.

En esta línea, el mundo web ha posibilitado acercar a las personas en el espacio y en el tiempo. Ha hecho que la conexión entre fans sea más continuada, de forma que estos pueden entregarse más emocional y personalmente.

También, el rastreo de la actividad de nuestro ídolo se intensifica. Por ejemplo, comenta Frouchtmann (2013), “Internet ha hecho que el seguimiento de los artistas por parte de sus fans sea constante. Esto es algo que comenzó con los *paparazzis* y que Internet lo multiplicó por mil.”

Citando al sociólogo Henry Jenkins (2008), “el fan se ha transformado en un ser creador. Lucha por imponer su criterio de calidad y en algunos casos puede destacar y convertirse en una celebridad dentro de su propia comunidad”. Un claro ejemplo de esto lo encontramos en el auge de los *influencers*, que no son otra cosa que fans o seguidores de productos que han creado una marca en torno a ellos.

Bien como críticos de la música de un cantante o del estilismo de una actriz en una alfombra roja, el peso y la repercusión social de estos es cada vez mayor.

Por otro lado, la expansión del fanatismo por las redes sociales es el riesgo que corre el artista de no poder monitorizar su imagen pública. No posee el mismo control que en los inicios del fenómeno. Los rumores, sean ciertos o falsos, siempre estarán presentes y se difundirán favoreciendo o no su relación con el exterior. Se han convertido en figuras vulnerables a la opinión pública. Como afirma Frouchtmann (2013), “no son tan inalcanzables ni tan siderales como se les consideraba antes, porque se les ve constantemente en todo tipo de tareas cotidianas. Esto ha creado una relación menos fanática, menos distante, menos idolátrica”.

7.6. El vínculo simbólico-emocional

Si un artista no tiene fans, carece de éxito. Ambos factores están estrechamente ligados ya que lo que hace que una persona sobresalga de la normalidad y destaque, a parte de su autenticidad o personalidad, es su capacidad para atraer a las masas. Compartir los valores del ídolo crea una relación íntima y sentimental con el seguidor. Frouchtmann (2013) estudia la importancia del vínculo emocional que se establece entre el artista y el fan como un componente esencial de la industria cultural, ya que esta “no simplemente vende servicios o productos, sino que vende emociones o productos que las provocan y que provocan identificación de las personas que ven esos productos y que por eso los compra.”

El fenómeno fan, al tener que ver con lo que me gusta o no, con lo que me genera o no emoción, es poco discutible, no es racional.

En definitiva, el fan legitima al artista. Le hace convertirse en una celebridad y lo toma como símbolo del grupo social al que cree pertenecer. Aunque esto último puede darse al contrario. Un cantante, actor, futbolista o, como en el caso que tratamos en este Trabajo, un cineasta puede ser el que haga surgir una cultura en torno a su figura. Así, como veremos más adelante, Tim

Burton ha logrado crear toda una tendencia subgótica a través de la estética, la temática y los valores que transmiten sus obras.

En relación con este aspecto emocional y simbólico que acabamos de tratar, hay dos factores importantes a considerar: la edad y el sexo.

Muchas veces presuponemos que los grupos de fans son chicas jóvenes alocadas, cautivadas por la belleza de sus talentosos ídolos a los que ven como su hombre ideal y al que sería un sueño aspirar. Esta relación es explicada por Fouce (cito por Revista Plácut, 2015): “Las mujeres tienen una mayor emocionabilidad, y los hombres, en esta configuración de identidad, pudieran ser más racionales”.

Pero en la actualidad este panorama no se cumple. No hay diferencia entre mujeres y hombres ya que la sociedad ha cambiado mucho respecto a la manifestación emocional y roles de género. Los temas por los que hombres y mujeres se hacen fanáticos suelen ser diferentes pero se expresan de formas bastante similares.

En lo referente a la edad, Fouce (cito por Revista Plácut, 2015) también se pronuncia afirmando que el fenómeno fan se puede identificar con la adolescencia y la juventud porque son los momentos donde un individuo no tiene clara su personalidad, quieren configurar su identidad y buscar su espacio en el mundo.

Luego hay gente que, a raíz de esa búsqueda de identidad, se engancha para toda la vida a un hobby, una afición, una música, a algo que les ha marcado identitariamente y que permanece en el tiempo. Pero la base es esta búsqueda de identidad por contraste con el otro con quién me identifico, a quién sigo y qué cosas extraigo de ahí. (Revista Placut, 2015)

En el caso de Burton que estudiamos en el presente Trabajo, sus fans no se mueven por su aspecto físico ni por la belleza exterior sino por su forma de actuar, su personalidad y su modo de concebir la sociedad y querer ser trasgresor, rompiendo los cánones de belleza y orden establecidos con su trabajo. Además,

es difícil encasillar al público del director ya que sus seguidores son tanto adolescentes como adultos. Conquista personalidades no edades.

Para los fans, un factor importante es la psicología de los personajes. Conocer la historia de su pasado o las diferentes caras de su personalidad ayuda a que estos se enganchen a la trama y se sientan identificados con ellos. En el caso de los personajes de Burton, como veremos a posteriori, poseen una gran carga emocional y reflejan características personales (marginación, rareza, inadaptación, etc) que hacen que los seguidores más fieles del director entiendan su mundo y conecten con él.

A la vez, los fans necesitan que la evolución de los personajes dentro del film tenga coherencia con la imagen que se ha dado de ellos, para que el proceso de madurez de cada uno de ellos durante la cinta sea realista y con sentido. (Jenkins, 2010)

7.7. Movimientos y actividad de los fans en la red

Nos encontramos en un mundo globalizado y lleno de nuevas tecnologías, gracias a las cuales podemos acceder e interaccionar con personas de y en cualquier parte de la globoesfera. Estados Unidos se puede considerar la principal potencia pionera en exportar su cultura.

Jenkins (2009:186) analiza esta situación desde el concepto de convergencia mediática, a la que se refiere “no como una simple revolución digital: implica la introducción de un repertorio mucho más amplio de nuevas tecnologías mediáticas que permiten a los consumidores archivar, comentar, transformar y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos”. Dentro de esta convergencia mediática distingue entre la “convergencia popular”, que es la creciente importancia que tienen los consumidores en la producción, la distribución y la recepción de los contenidos.

Gracias a esta convergencia el consumidor puede experimentar lo que Matt Hill (Jenkins, 2009:188) llama “solidaridad semiótica” con otras personas del mundo que comparten sus gustos e intereses.

La red juega un papel vital para un fan en la búsqueda de una comunidad a la que pertenecer y en la que sentirse acogido, que comparta sus mismos gustos y aficiones. Como se ha comentado con anterioridad, Internet ha revolucionado las vidas de muchas personas, permitiéndolo que muchos fans encuentren un lugar en el que se sienten aceptados e integrados socialmente. Antes de esto, los grupos seguidores de algo o alguien se concentraban y comunicaban en el mismo espacio, a través del correo o de pequeñas tertulias, reuniones o convenciones.

Con el nacimiento de Internet los usuarios cambiaron la correspondencia escrita y los eventos privados y focalizados para pasar a masificarse y expandirse en la red a través del correo electrónico y las páginas web. Esto permitió a los fans de todo el mundo participar en debates, compartir experiencias y opiniones y, sobre todo, interpretar y plantear reinterpretaciones de un producto cinematográfico de forma pública.

Analizar la trama, las escenas, la temática y los personajes de una película o especular sobre el siguiente trabajo de un director o los estrenos en cartelera son algunas de las acciones que se llevan a cabo a través de las diferentes plataformas digitales. Internet permitió a los fans “vincular su obsesiva fijación con los enigmas de la serie a una comunidad social más extensa, cuyos integrantes compartían similares fascinaciones y frustraciones” (Jenkins, 2009:158).

Los fans no sienten una necesidad apabullante por ser los primeros en conocer lo nuevo sobre su ídolo o un tema concreto. Lo que saben de algo lo comparten y se nutren de lo que revelan otros. Muchas de las publicaciones que se encuentran en las redes sociales o foros llevan un aviso de destripe, lo que en inglés se denomina spoiler, que advierte al lector de que contiene información importante.

En la actualidad, ha surgido un nuevo concepto que Pierre Lévy (Jenkins, 2009:164) denomina “cosmopedia”, una utopía que se podría convertir en realidad cuando nos demos cuenta del gran poder de los medios actuales y del intercambio de información: “la cosmopedia no solo pone a disposición del intelecto colectivo todos los conocimientos

pertinentes que se hallan disponibles en un momento dado, sino que sirve asimismo como sede para la discusión, la negociación y el desarrollo colectivos”.

Levy también afirma que alcanzar la cosmopedia “llevaría a una inteligencia colectiva, que expandiría la productividad de una comunidad, ya que libera a los individuos de las limitaciones de su memoria y nutre al grupo con un conocimiento mayor. Además, asegura que en la comunidad de conocimientos “nadie lo sabe todo pero todos saben algo” (cito por Jenkins, 2009:167).

Los fans más internautas reflejan fielmente o son un claro exponente de este concepto de cosmopedia, ya que se organizan en grupos para intercambiar ideas y argumentar sobre sus interpretaciones o fantasías más personales e individuales en debates colectivos. Su fuerza y sentimiento de pertenencia a la comunidad se basa en sus gustos afines y en la necesidad que tienen de compartirlos, sin importar el momento o el lugar donde se encuentren. Baym (cito por Jenkins, 2009:167) argumenta sobre esto exponiendo que “los grupos de fans pueden hacer lo que no puede hacer por sí solo ni siquiera el más comprometido de los fans: acumular, retener y volver a poner en circulación continuamente ingentes cantidades de información relevante”.

Jenkins (2009:1667) relaciona el ansia de los fans por liberar sus pensamientos y conocimientos sobre algún sector o personaje del mundo cinematográfico con el término “epistemefilia” que representa el placer por el saber y, sobre todo, intercambiar información.

Como consecuencia del avance tecnológico y desarrollo de las conexiones o datos móviles, que permiten navegar por la red a alta velocidad en cualquier lugar y momento, aparece lo que se conoce como “el mundo de los fans justo a tiempo”. Este es explicado por Matthew Hills (Jenkins, 2009:169) como la posibilidad de estar activo digitalmente mientras se asiste al visionado de una proyección o al estreno de una película, comentando esta en plataformas sociales como Twitter o Instagram. Esta acción demuestra la fidelidad e implicación de los fans con el producto audiovisual.

Las redes sociales han supuesto un aumento de la velocidad y del alcance informativo jamás imaginado. A través de estas, sobre todo las anteriores citadas Twitter e Instagram,

fans de todo el mundo pueden interactuar sin restricciones horarias ni geográficas. De esta forma, las comunidades de fanáticos han ido creciendo exponencialmente, adheriendo nuevos integrantes a diario. Otra gran ventaja que proporciona contar con un perfil activo en las plataformas sociales es la simultaneidad con la que se recibe la información. Años atrás, los productos audiovisuales se recibían desigualmente debido a que de estos en los países donde se creaban se estrenaban antes que en el resto de territorios, por lo que parte del público global que tenían ya conocían y podían desvelar su contenido a los otros.

En el ámbito de los fanzines, Internet ha sustituido la versión *offline* de estos por una totalmente *online*. El formato digital permite abaratar los costes de producción y llegar a tener una expansión a nivel mundial.

8. Influencia de las redes y el fan 2.0

Vivimos en un mundo en el que los límites entre lo digital y la realidad física se desdibujan cada vez más. Muchas personas, sobre todo los jóvenes adolescentes, otorgan mayor importancia a la cantidad de seguidores que tengan en sus redes sociales que a la cantidad de amistades que verdaderamente poseen en la vida real.

Esto es la simple consecuencia del creciente poder que palabras como like, haghstag o follow tienen en nuestra vida. Tener más de mil “me gustas” en una foto de nuestro instagram o que el máximo numero de personas publiquen contenido bajo un haghstag propio se ha convertido para muchos en la mayor de sus aspiraciones personales.

En definitiva, podemos afirmar que en la actualidad, el éxito o el triunfo personal o colectivo se mide en números de seguidores, peticiones de amistad, contenido con valoraciones positivas y publicaciones que se hacen virales.

En las comunidades de fans la situación no es diferente. Muchas relaciones y creaciones de fans se sustentan en estas acciones. Dentro del grupo, hay miembros , que como hemos comentado en epígrafes anteriores, elaboran y publican sus propias historias o productos en torno a su ídolo. Lo inofensivo y gratificante de compartir estos materiales entre la gente que los aprecia y que comparte los mismos gustos puede acabar

transformándose en una dura y frívola competición por convertirse en el líder de la comunidad o aquel con más fama o reputación del grupo, solamente por los “me gustas” o las veces que se haya compartido su contenido. Incluso, algún fanático puede y hasta ha llegado a hacerse más famoso que la propia celebridad a la que seguía, gracias al alcance y buena calidad de sus publicaciones o la circulación e intercambio de su contenido de unos fans a otros a través de la red.

Aunque la sociedad web se ha convertido en un espacio que proporciona facilidades para comunicarse y trae consigo ciertos beneficios para las comunidades de fans, como una mayor proximidad y un estrechamiento de los lazos de unión entre los miembros, también puede transformarse en un verdadero campo de batalla. Es un arma de doble filo, ya que a la vez que muchos de sus usuarios la utilizan para conocer a otros que compartan sus mismos gustos y pasiones, sintiéndose así integrados; otros pueden usarla para iniciar una competición por ver quién es el mejor fan, actuando con mala intención intentando hacer de menos el trabajo de los otros, desacreditar sus interpretaciones u opiniones dentro de la comunidad o realizar críticas negativas para minar la moral de los que considera sus adversarios.

Darse a conocer y abrirse personalmente en las redes sociales puede conllevar unas consecuencias positivas y otras negativas. Entre los aspectos positivos podemos encontrar la aceptación o la satisfacción de encontrar un lugar donde sentirse agusto. Pero, entre los negativos, se hallan acciones tan peligrosas como el bullying cibernético, los insultos, la denigración y la exclusión (homofobia, sexismo, racismo, etc).

Cuando publicamos algo en la red, nuestro contenido recibe un feedback (respuesta) que lo valora y hace que se activen los circuitos cerebrales del refuerzo, haciendo que nuestra mente pida más y más hasta convertirse en una verdadera droga (Morón, 2018). Cada vez que un usuario recibe un “me gusta” siente un “subidón” de felicidad y aceptación lo que lleva a que quiera que se repita este acto el mayor número de veces posibles y continúe publicando para conseguirlo. En las comunidades de fans esto adquiere gran importancia ya que sus miembros necesitan sentir que sus productos son aceptados y valorados positivamente por el resto para motivarse a seguir publicando, buscan el respaldo de los que considera como sus semejantes, y dependiendo del grado de cercanía o unión, “familia”.

La era digital en la que nos encontramos también ha supuesto la desmitificación del artista. Conocerla ya no se considera un sueño o la más alta de las aspiraciones de un fan ya que cualquiera puede intentar contactar con este escribiendo un simple *tweet*, un mensaje privado o comentando en alguno de sus *posts* de Instagram. Estas acciones no siempre obtendrán respuesta, pero a la vista está que no es necesario invertir un gran esfuerzo a la hora de intentarlo. Actualmente, las relaciones entre ídolos y fans se desarrollan de forma bastante más sencilla y cómoda, aunque han perdido el valor y ese aire de fantasía que las caracterizaban en sus inicios.

8.1.Herramientas del fan 2.0

A continuación, expondremos las principales aplicaciones sociales que utilizan los fans para contactar con sus ídolos y con el resto de fans del mundo sin limitaciones de espacio ni tiempo.

Facebook

Facebook es una plataforma social importante para la comunidad fan ya que es muy útil para seguir los pasos de nuestras estrellas de Hollywood favoritas. A través de ella, cualquier persona puede hacerse seguidor de un perfil o página que contiene un foro, unas normas y pautas para unirse y publicar en él.

Al mismo tiempo, los fans de las celebridades se convierten en medidores de la fama de estos en esta red social.

El artista en cuestión comparte en el tablón de su perfil fotos de las premieres a las que ha asistido, películas en las que ha participado o están pendientes de estrenar y publica noticias relacionadas con su carrera profesional, e incluso sobre aspectos de su vida más personal, como el familiar o el amoroso.

Sus seguidores pueden hacer click en "Me gusta" o en alguno de los emoticonos, e incluso dejar un comentario al actor dando su opinión sobre su publicación o simplemente dejarle un mensaje demostrándole su admiración.

En el perfil de Facebook de una celebridad también podemos encontrar la sección de “Información” que contiene datos como su lugar de nacimiento, profesión y trayectoria, las páginas oficiales con las que cuenta y nuevos proyectos; e incluso, detalles sobre sus gustos o aficiones.

Twitter

La red del pájaro azul es una de las más potentes en cuanto al número de estrellas que cuentan con un perfil activo y que publican *tweets* a lo largo del día. Con un límite de 280 caracteres, los famosos escriben mensajes relacionados con cualquier aspecto de su vida. Incluso usan esta plataforma social para dar anuncios importantes sobre esta.

Para los fans, Twitter es indispensable a la hora de estar al día sobre su ídolo y que este se encuentre en contacto constante con todos ellos. Además, una de las ventajas con las que cuenta esta aplicación consiste en que si un usuario se convierte en *follower*, es decir, seguidor de una celebridad, recibe notificaciones sobre actualizaciones en su perfil o nuevos mensajes de esta. También existe la opción de retweet, que permite a los fans compartir en su propio perfil un mensaje que le haya gustado de su estrella favorita o de otro fan. Para conseguir que se viralice un tweet o una publicación que cuenta con contenido variado sobre un tema, los fans utilizan el *haghtag*. Este puede estar creado por un famoso en concreto, normalmente para promocionar algún proyecto nuevo o movimiento creado por él, o por cualquier miembro de la comunidad fan.

Youtube

Esta plataforma social es el sitio idóneo de muchos fans para compartir sus trabajos audiovisuales y conseguir que estos tengan un alcance mayor. Creando una cuenta comunitaria, pueden subir sus vídeos y autorizar al resto a que los compartan en sus canales.

La mayoría de artistas cuentan con un canal de Youtube, reconocido oficialmente bajo el sello de VEVO, empresa multinacional que trabaja como sitio web de vídeos y que está asociada con Youtube. Entre los contenidos habituales en los canales de las celebridades, se encuentran trailers de sus nuevos proyectos, entrevistas o vídeos de agradecimientos a los fans.

Instagram

Esta red social tiene menor longevidad que las anteriormente expuestas pero junto con Twitter, son las más usadas tanto por los fans como por las celebridades. Gracias a sus últimas actualizaciones, a parte de basarse en la publicación de imágenes, también permite compartir contenido que expira a las 24 horas de subirlas al perfil (historias), crear una sección para conservar indefinidamente sin límite de tiempo (destacados) y crear un canal de vídeos (Instagram TV). Esta plataforma ofrece la posibilidad de hacer público un número de teléfono o correo electrónico para contactar. Los fans pueden hablar entre ellos y con sus ídolos a través de los mensajes directos, similares a los de un chat.

Pinterest

Nació hace 10 años como una plataforma social para intercambiar imágenes y vídeos cortos que inspiran ideas de ocio a los usuarios. Funciona a través de los “pines” que son publicaciones, colocadas a modo de catálogo o tablón de anuncios, sobre gran variedad de temas (desde cocina a deportes y cine) y vinculados a diferentes sitios web donde se puede obtener más información sobre estos.

Wattpad

Esta aplicación fue lanzada hace 13 años y se ha convertido en un auténtico almacén de historias de ciencia ficción escritas por fans, lo que brevemente se denomina fanfics. Su público es la mayoría adolescente. Se trata de un lugar donde los fans de cualquier celebridad o tema cultural pueden publicar narraciones propias en base a esto y que el resto de miembros de la comunidad las lean. El idioma del contenido suele ser el inglés, pero muchos usuarios se encargan de traducirlo a otros para así poder expandir su difusión.

Esta plataforma online se ha convertido en el sitio idóneo para que los fans puedan explorar las historias creadas por otros miembros de la comunidad y compartir sus interpretaciones propias. Este intercambio afianza el sentimiento de unión y visibiliza el poder del fenómeno fan, además de satisfacer esa necesidad de crear contenido en base a las diferentes tramas originales.

9. Tim Burton: desde sus primeros pasos en el mundo cinematográfico hasta la actualidad

Conocer su vida personal, sobre todo su niñez y adolescencia, es clave para comprender sus trabajos creativos y, ante todo, su personalidad, que ha cautivado a millones de fans alrededor del mundo.



Tim Burton en una entrevista durante la promoción de Dumbo (2019)

Timothy William Burton nació el 25 de agosto de 1958 en Burbank (California). Hijo de un empleado de un departamento de jardines y la propietaria de una tienda de gatos, vivía en un tranquilo barrio residencial de esta ciudad con sus dos hermanos menores. Su colorida y pintoresca casa, le inspirará posteriormente en la escenografía de algunas de sus películas, por lo poco que iba con él ese estilo.

En el colegio, Burton era introvertido, carecía de habilidades sociales, por lo que comunicarse con los demás niños no le era tarea fácil. Prefería pasar su tiempo dibujando en su cuaderno o viendo dibujos animados en la televisión de su cuarto, donde empezó a desarrollar su propio universo. Sentía una fuerte atracción por los relatos de Edgar Allan Poe y las oscuras películas de Vincent Price. Este actor le inspiraría en la realización de su primer corto llamado *Vincent*.

El pequeño Burton estaba cautivado por el cine de terror, lo consideraba real y auténtico en comparación al idílico *american way of life* que le rodeaba y le hacía sentirse incómodo. Según el escritor Hilario J. Rodríguez: “No se trataba de una persona difícil sino que sus inclinaciones y preferencias no encajaban con las del resto”.

Su gran talento como dibujante le llevó a ganar una beca para estudiar en el *California Institute of Arts*, concretamente en un programa de animación para jóvenes talentos de *Walt Disney Studios*, donde posteriormente será contratado.

Burton no terminaba de encajar con las estética encantadora y dulce que caracterizaba a *Disney*. Pero, aunque los productores de la compañía tachaban sus bocetos de tétricos y extraños, consiguió que estos le dejaran hacer sus dos cortos de animación *stop-motion*: el ya nombrado *Vincent* (1982) y *Frankenweenie* (1992).



Burton en la producción de Vincent (1982)

A pesar del éxito y la buena crítica cosechado con estos dos trabajos, el director no obtuvo gran reconocimiento por parte de la industria *Disney* por lo que se desvinculó de ella y realizó su primer largometraje con *Warner Bros Studios*: *Pee-Wee's Big Adventure* (La Gran Aventura de *Pee-Wee*, 1985). A esta le siguió la comedia de fantasmas *Beetlejuice* (Bitelchús, 1988), que llegó a ser una de las más taquilleras de ese año y la adaptación del cómic de *Batman* (1989). Esta película sorprendió por su apariencia gótica y una atmósfera oscura (que caracterizaría posteriormente todo su cine).

En 1990, Burton sería aclamado como gran director con *Edward Scissorhands* (Eduardo Manostijeras, 1990), firmada bajo el sello de Fox, y aunque no le gustaban las segundas partes, dirigió *Batman Returns* (Batman Vuelve, 1992).

En 1993, retomó su pasión por la animación *stop-motion* y trabaja de nuevo con Disney Studios. Con un toque de musical, nace *Nightmare before Christmas* (Pesadilla antes de Navidad, 1993), que conquistó al público y a la crítica, consiguiendo que un gran número de espectadores se convirtieran en seguidores fieles de su trabajo.

Como cineasta respetado y consolidado, dirigió en los años siguientes una larga lista de cintas: *Ed Wood* (1994), considerada una película de culto en Europa; *Mars Attack!* (El ataque de los Marcianos, 1996), *Sleepy Hollow* (El jinete sin cabeza, 1999), *Planet of the Apes* (El Planeta de los Simios, 2001), *Big Fish* (2003), *Charlie and*

Chocolate Factory (Charlie y la Fábrica de Chocolate, 2005), *Corpse Bride* (La Novia Cadáver, 2005) o el musical *Sweeny Todd* (El barbero diabólico de la calle Fleet, 2007).

En esta última etapa productiva, el cineasta se ha centrado más en lo comercial, realizando remakes, algunos de los cuales para la casa *Disney*, o cintas basadas en obras de otros autores: *Alice in Wonderland* (Alicia en el País de las Maravillas, 2010), *Darks Shadows* (Sombras Tenebrosas, 2012), basada en una exitosa serie homónima de los años 70 americanos; *Frankenweenie* (2012), *Big Eyes* (2015), basada en la historia real de la pintora Margaret Keane; *Miss Peregrine's Home for Peculiar Children* (El Hogar de Miss Peregrine para Niños Peculiares, 2016), *Alice Through the Looking Glass* (Alicia a través del Espejo, 2016) y *Dumbo* (2019).

A grandes rasgos, estas producciones fueron poco aclamadas por el público y no han despertado interés, pasando desapercibidas de la crítica en general. La crítica de cine Tasha Robinson, calificó a Burton de “aburrido, autoindulgente y falto de imaginación”.

En la actualidad, no se conocen guiones ni hay indicios sobre próximos trabajos del director para la gran pantalla. Desmentido el rumor sobre una secuela de la cinta *Beetlejuice*, el cineasta ha ocupado su tiempo en la creación de un libro muy personal basado en sus dibujos y animaciones titulado *The Art of Tim Burton*. Además, este inauguró una exposición en el famoso Neon Museum de Las Vegas, en Nevada. *Lost Vegas: Tim Burton* recoge piezas artísticas, como esculturas y tipografías decorativas, elaboradas por Burton específicamente para esta muestra y viejos letreros de la ciudad.

10. El peculiar mundo burtoniano: características y estilo

La incompreensión es un sentimiento que siempre ha marcado y está presente en las obras de Burton. Como se ha comentado anteriormente, desde la infancia el cineasta ya se consideraba como un inadaptado. No encajaba en el entorno en el que había crecido. Su oscuridad, con un toque humorístico, y profundidad no podía ser representada por la típica sociedad americana.

A la hora de encasillarlo en una corriente concreta, muchos críticos le enmarcan como representante del cine de “autoría posmoderna”. En este el autor refleja sus inquietudes, intereses y visiones de la cotidianidad de primera mano, de forma muy personal. El

escritor Nicolás Sada en su libro *El cine americano actual* define esta clase de vertiente como la de “creadores que tienen la inteligencia de hacer películas utilizando los géneros conocidos, a la vez que afirman su singularidad”. También, el crítico de cine Ken Hanke comenta: “Parece que Burton tiene realmente un único tema: él mismo. Afortunadamente, ese tema es uno extremadamente interesante”.

La principal meta que se plantea alcanzar en su cine es cuestionar los cánones de belleza y proporción arraigados en nuestra cultura popular más tradicional. Ponen en duda el buen gusto y la madurez. Quiere hacer que nos replanteemos el porqué de las convenciones sociales establecidas.

Contrario al pensamiento de Burton y a los objetivos de su cine, lo anormal sigue costando que se acepte, ya que para muchos significa un desequilibrio en el sistema social existente tal y como lo conocemos. Por ello, se teme a lo diferente, a lo que se sale de los límites de nuestro entendimiento.

Su estilo es marginal, sus valores y estéticas resultan anómalas respecto a lo que nuestros ojos están acostumbrados a ver. Se puede decir que su cine son producciones destinadas a aquellos que como él, no se adaptan a una sociedad superficial, que normalmente no encuentran la felicidad en las mismas cosas que los demás. Gente que tiene su propio mundo especial y único. Para Marcos Arza, cronista y estudioso de la obra filmica de Burton, “hay que ver detrás de la belleza de sus imágenes, explorarlas para conocer el verdadero propósito del director: relatarnos la historia sobre el raro, el peculiar, aquel que etiquetamos como tal a la primera de cambio”.

Las historias que crea se componen de fantasía y goticismo, con pinceladas de un humor ácido. Los protagonistas de estas son seres incomprensidos o marginados, con unos rasgos característicos, extremos y muy contrastados: figuras extremadamente estilizados o gordas, esbeltas o bajitas, excesivamente pálidas con unas prominentes y oscuras ojeras, como si no hubieran dormido en días. Como dice el mismo Burton “creados con influencia del estilo del cine mudo”.

Aunque estos parezcan siniestros y oscuros, Burton nos los presenta como individuos buenos, bondadosos y tímidos (un reflejo de su propia persona), como en el caso de Eduardo Manostijeras. También son autodidactas en el sentido de que deben aprender a resolver sus problemas por sí solos aunque cuenten con otros personajes que les aporten ayuda.

En sus obras, se enfrenta con los miedos que tiene todo ser humano: lo desconocido, la muerte, los fantasmas que se crean en la imaginación de cada persona y los pensamientos más oscuros que salen a relucir en las noches.

En cuanto a las temáticas generales presentes en sus trabajos, una constante es la de la figura del hombre contra el resto del mundo y la ruptura con la realidad.

Burton es un gran admirador del lado oscuro de las personas y la lucha entre el bien y el mal. Lo monstruoso le atrae y no lo concibe como algo que haya que rechazar. En una entrevista con el periodista Ian Nathan declaró: “Me parecen que los monstruos tienen un alma más humana que la de quienes están a su alrededor, la parte más oculta y saludable de la sociedad puritana y reprimida. Para mí, las películas de monstruos se convierten en mi universo particular, en mi refugio”,

El amor tampoco escapa de ser plasmado en sus *films*. El personaje solitario, marginado, diferente, extraño siempre acaba conociendo a una persona especial. La música para Burton siempre ha sido una vía de escape, una manera de expresarse y le ha acompañado toda su vida. *Umpa-lumpas* bailando en *Charlie and the Chocolate Factory*, esqueletos bailando en *Corpse Bride* o un *Sweeny Todd* cantando mientras degolla a sus víctimas.

Las dinámicas escenografías y lúgubres atmósferas que recrea en sus proyecciones cobran mucha importancia, ya que su cine apela más a lo sensorial y visual que a la narrativa en sí. Es por ello que el público juvenil sea, la mayoría de las veces, el que mejor entienda su obra ya que carece de tantos prejuicios o estereotipos como los que poseen las personas más adultas.

Parte del éxito de sus creaciones viene de su capacidad de hacer de algo macabro la poesía más bella de todas. Es un reivindicador de lo diferente en todos los aspectos.

11. Creación de su cultura y surgimiento de seguidores de su percepción de la vida

Retomando lo ya comentado acerca de la persona /fan en los inicios del marco teórico del presente Trabajo, todos somos o hemos sido fan de algo o alguien, y Burton no queda excluido de ello. Sus referentes e influencias han condicionado su faceta creativa desde su niñez hasta la actualidad.

En el ámbito literario, las tétricas obras de Edgar Alla Poe eran las que más despertaban su interés por la lectura. Las historias de este autor le parecían sinceras y auténticas, más próximas a la realidad que su vida cotidiana en su tranquilo barrio residencial de Burbank.

La literatura gótica estableció una iconografía muy marcada: personajes y ambientes melancólicos, lugares solitarios y macabros, paisajes desequilibrados y vertiginosos, mujeres fatales, locos, vampiros, hombres lobo, etc. Estas características y las de los textos góticos, que dan gran importancia a los decorados, el espacio y la atmósfera; se unen en la obra del cineasta.

En el mundo audiovisual, el cine de terror y las series televisivas americanas de este estilo era lo único que consumía. Las películas de Vincent Price eran sus favoritas y el actor se convirtió en su ídolo.

Si analizamos sus largometrajes, podemos descubrir que muchos de ellos beben claramente, del expresionismo alemán de los años 30. Esta corriente atrajo mentes y espíritus románticos como el de Burton. Escenarios oscuros, temáticas melancólicas con un toque de humor ácido, personajes extravagantes con maquillajes sombríos e historias con un argumento psicológico macabro, donde aparecían monstruos y seres fantásticos de lo más variopinto.

En la actualidad, este estilo encuentra su sinónimo en el gótico, el reflejo del subconsciente intranquilo y caótico que se encuentra bajo la fachada de normalidad y orden de la sociedad tradicional. Se guía por un espíritu que busca la libertad individual, lucha por el derecho a ser diferente y por expresar la subjetividad. Burton representa una tradición gótica americana, con sus ironías morales y en contra del temor a fracasar que caracteriza la sociedad americana.

Las películas de Burton no intentan conmocionar al espectador, sino perturbarle ligeramente. Pone la idea de duda, de la posibilidad de que exista una visión diferente de la vida y de la sociedad que busque la profundidad y no la superficialidad a la que se está acostumbrado, que tolere y valore que lo raro o lo extraño no es algo malo.

El director establece una gran relación con las tribus góticas y en general, con todo el “mundo oscuro”. Los grupos dentro de esta cultura comparten una filosofía común que se basa en el intelecto y la mente abierta para tolerar lo diferente. Se rechaza la superficialidad. Además, en la mayoría de los casos, son personas que reprimen sus emociones, que no se sienten acogidos ni comprendidos por la sociedad en la que se encuentran, se les considera como raros o inadaptados.

Esto coincide con la mentalidad y el objetivo de las producciones del cineasta. Sus películas contribuyen a que estas tribus se sientan comprendidas, de verse arropados, que no están solos y que hay mucha gente como ellos, que no encajan en los cánones superficiales de la sociedad. Además, enseñan que lo diferente no es malo, que no se es un “bicho raro”, que hay un mundo, fuera de la norma general y lo convencional. Que las fachadas pueden engañar.

En conclusión, podemos afirmar que los seguidores más fieles o que más se identifican con las ideas de Burton, se encuentran en los grupos sociales que siguen la tendencia, estética o filosofía gótica o en las pequeñas culturas subgóticas. Aunque en la actualidad cuenta con una significativa legión de fans, en sus inicios le resultó difícil atrapar al público y conquistar la opinión de la crítica.

Sus primeras producciones no acababan de convencer a los productores de Disney Studios, porque estas no casaban con la estética y filosofía de su dulce mundo mágico.

Tampoco la crítica le brindó mucho apoyo hasta que empezó a trabajar con la Warner, con la creó *Pee Wee's Big Adventure* (1985) y *Beetlejuice* (1988), que cosecharon un gran éxito.

No sería hasta el estreno de su taquillera cinta de *Batman* (1989) cuando consiguió el éxito total, ganándose el aprecio e interés de crítica y público.

Su cine experimentó una evolución significativa, elevando su cifra de seguidores y adquiriendo adeptos mientras seguía trabajando en dar forma a sus peculiares obras. Internet no verá la luz hasta 1990, por lo que el seguimiento del artista y la interacción de sus primeros devotos era bastante reducida. Esta solo podría percibirse en las salas de cine o en pequeñas reuniones que se establecieran para compartir opiniones o ideas acerca del artista. Tampoco existía la tendencia al merchandising presente actualmente, ni se conoce que se comercializara ningún producto sobre sus películas, excepto del ya consolidado personaje de Batman. Los comics y figuras de este superhéroe ya se consumían desde la década de los 40.

Con el nacimiento de Internet, comenzaron a tener lugar las primeras conexiones entre los seguidores del cineasta.

12. Interacción de Tim Burton en sus principales redes sociales

En este apartado del presente Trabajo, se diseccionarán las redes sociales usadas por el director y se estudiará la actividad o uso que se hace de estas.

Como se ha comentado en epígrafes anteriores, Tim Burton no es un director al uso. Su estilo cinematográfico tan peculiar está intimamente relacionado con su personalidad. Sus dificultades para desenvolverse socialmente se reflejan en los personajes principales de sus trabajos. Por ello, se puede deducir que las redes sociales no supongan un espacio atractivo para él, acostumbrado a no ser el protagonista directo de sus creaciones. Vive lejos de la actual moda del “postureo”.

Primero, comenzaremos estudiando su perfil oficial en Instagram. En esta plataforma social, cuenta con 357 mil seguidores. Lo sorprendente es que el cineasta no sigue a ningún usuario [Imagen 1].

Su *feed* (tablón de publicaciones) solo cuenta con doce imágenes [Imagen 2]. Su primera publicación data del 11 de octubre de 2019 en el Neon Museum de Las Vegas, donde realizó una exposición gráfica con algunos de sus dibujos, bocetos y esculturas [Imagen 3]. La última actividad registrada en esta red es del 28 de enero del presente año, donde aparece con la cantante Billie Eilish en lo que parece la celebración de una entrega de premios. En su pie de foto escribe: *"We all have a monster under our bed. Congratulations @billieeilish"* (Todos tenemos un monstruo bajo nuestras camas. Enhorabuena @billieeilish) [Imagen 4].

En conclusión, presenta un nivel de actividad bastante bajo, pocas publicaciones y no muestra interés por seguir y conocer el contenido de otros compañeros de profesión, celebridades u otros usuarios en general. Con estos datos, se puede llegar a la hipótesis de que no tiene un contrato con ninguna agencia de comunicación ni *community manager* que gestione sus redes ya que lo que comparte es mínimo y poco elaborado, no se preocupa por mostrar movimiento. No se observa una laboriosa tarea comunicativa, únicamente una sencilla y simple acción o iniciativa de comunicarse con sus fans y con el público en general.

En la plataforma de YouTube, no cuenta con una cuenta oficial. Lo que se obtiene al poner su nombre en el buscador es contenido multimedia relacionado con sus trabajos, como vídeos realizados por fans o trailers de sus películas, o entrevistas concedidas por el director a los medios culturales, especialmente a los dedicados al séptimo arte [Imagen 5].

Por otro lado, en la red social Twitter, una de las más utilizadas por los famosos junto con Instagram y Snapchat, el director no posee una cuenta verificada oficialmente. La que posee mayores seguidores, aproximadamente unos 26.500, se unió a esta plataforma en noviembre de 2011, bajo el nombre de usuario *@TimWBurton*. Su biografía refleja la personalidad del cineasta, al ser breve y directa, poco pensada: *"My name is Timothé W. Burton. Artist. Director. Producer. Man"* (Mi nombre es Timothé W. Burton. Artista.

Director. Productor. Hombre) [Imágenes 6-7]. Sin embargo, si se pone atención en los usuarios que sigue, solo se encuentra un perfil de una fan, @TaylorEkaitis [Imagen 8]. Se puede deducir que ella es la propia creadora de la cuenta.

En Snapchat, otra de las redes más usadas por las celebridades y mencionada anteriormente, no ha creado una cuenta verificada oficialmente, aunque sí ha aportado algo a los usuarios de esta plataforma. Para celebrar el lanzamiento de su película *El hogar de Miss Peregrine para Niños Peculiares*, 2016, el director diseñó unos filtros relacionados con personajes de la cinta. Estos iban acompañados y recogidos en la aplicación bajo el hashtag #StayPeculiar.

Para concluir, exploraremos su perfil en Facebook. No se encuentra un perfil verificado oficialmente pero sí una página oficial que cuenta con casi 5 millones de seguidores y "me gustas" [Imagen 9]. En el apartado de ubicación se puede observar que se trata de un local que se encuentra en la ciudad natal del director, Burbank, y cuya actividad se centra en recoger los e-mails y la correspondencia que envían los fans a Tim Burton Productions. Posee un e-mail y un teléfono de contacto. Su descripción cuenta con un enlace a la página web oficial del director [Imagen 10].

Esta no contiene información detallada sobre el cineasta. Se trata de una página interactiva en la que el visitante puede consultar en dos secciones: News y Gallery [Imagen 11]. Si nos adentramos en la primera, podemos conocer sus novedades como el lanzamiento de la edición de 2020 de su libro *The Art of Tim Burton* [Imagen 12]. Por otro lado, si pulsamos sobre la segunda sección, podemos recorrer una galería pública de imágenes entre las que se pueden encontrar algunas ilustraciones de su libro [Imagen 13-15]. La otra galería es privada y para poder verla es preciso unirse a un grupo vía correo electrónico y ser aceptado [Imagen 16]. Esto mueve e incita a los seguidores más fieles del director a descubrir contenido exclusivo.

13. Interacción de los fans entre ellos y con el director

Los fans de Facebook demuestran su amor y admiración por Burton a través de su implicación creando páginas donde comparten opiniones e interactúan entre ellos. Los

grupos pueden ser públicos o privados [Imágenes 35 y 17 respectivamente]. Estos últimos tienen normas que los miembros deben seguir [Imágenes 17-34].

A través de Twitter, los miembros de su comunidad fan, que siguen activos, se comunican y publican tweets manifestando su opinión sobre las películas de Burton, comparten momentos de estas a través de sus escenas y celebran la trayectoria del director.

Si buscamos cuentas específicas dedicadas a publicar tweets o información constante sobre el cineasta, no hallamos ninguna lo bastante operativa en la actualidad [Imagen 49]. El usuario *@TimBurtonNews* no escribe desde 2014 [Imagen 50-51].

Otra cuenta, más viva que esta anterior, es la de un fan japonés llamado *@TimBurton_JP* [Imagen 52]. Sus mensajes más recientes datan de 2019 [Imagen 53] excepto por el último, que como los últimos mensajes de los seguidores del cineasta son del 25 de agosto. Al igual que en Facebook, estos felicitaban al director por su 62 cumpleaños [Imágenes 56- 59].

Aunque esta plataforma social es idónea para compartir opiniones y abrir debates, podemos ver que no es la más usada por los fans del cineasta.

La red social más concurrida y utilizada por la comunidad fan de Burton es Instagram. En esta, diferentes perfiles publican contenido diariamente, ya sea en formato de post (publicación) o de Instastory [Imágenes 91-92]. Las cuentas en inglés *@burtons_gothic_world* [Imágenes 77-79], *@timburtonfansoficial* [Imágenes 87-89] y *@timburtonswonderland* [Imágenes 73-75] son las que cuentan con mayores seguidores, que no paran de crecer. Por ejemplo, en abril del presente año, el perfil *@burtons_gothic_world* contaba con 53.300 seguidores y en septiembre ha aumentado hasta los 66.500. También, la cuenta *@timburtonswonderland* pasó de los 29.200 a la friolera de 62.800 seguidores. Por último, el usuario *@timburtonfansoficial* cuenta actualmente con 77 mil seguidores, 32 mil más que hace 5 meses.

Otras cuentas con menos fans pero que publican e interaccionan con otros usuarios asiduamente son *@timburtonfanss* [Imágenes 83-85] y *@timburton_films* [Imágenes 90-94].

Para conocer qué les mueve por dentro a los administradores de estos perfiles, de una forma más profunda y personal, y los lleva a publicar y compartir diariamente contenido relacionado con el cineasta y sus trabajos, hemos realizado una serie de preguntas, vía mensaje directo [Imágenes 76, 80-82 y 86]. alguna de ellas, consistía en que explicasen qué les apasionaba de Tim Burton o por qué pensaban que su cine había cosechado adeptos y seguía haciéndolo en la actualidad.

Las respuestas a estas preguntas coincidían al apuntar que Burton destaca por su peculiaridad y su forma de reflejar la belleza de lo macabro mediante esos personajes raros y extravagantes que aparecen en sus películas [La totalidad de las respuestas se encuentran en el apartado de Anexos del Presente Trabajo].

En Wattpad, si accedemos al portal o apartado de “listas de lecturas” [Imagen 109], encontramos publicadas historias originales creadas por fans a partir de guiones de películas de Burton [Imagen 110] o, incluso, un recopilatorio de diálogos o frases dichas por sus personajes o por él mismo [Imágenes 111-112]. Por otro lado, si buscamos por etiquetas el nombre del director, aparece mencionado como *#tim*, *#timburton* o, alguna de sus películas como *#lanoviacadaver* [Imagen 113].

Esta plataforma es, como ya hemos explicado anteriormente, idónea para los fans más creativos y entregados. Cualquier usuario de esta puede leer, opinar, puntuar y publicar comentarios en los relatos de otros seguidores y compartir los suyos propios.

También en Pinterest encontramos etiquetas o “pines” relacionados con Tim Burton y sus largometrajes [Imagen 103]: bocetos inspirados en el estilo gráfico del director [Imagen 104], personajes [Imagen 105] y dibujos de estos [Imagen 106], fotografías [Imagen 107] e ilustraciones relacionadas con el mundo Disney [Imagen 108].

En foros de Internet, como *Tim Burton Wiki* [Imágenes 114-115] o las páginas web *Muppet Central* [Imagen 118] y Fandom [Imagen 116], hemos hallado debates que tratan temas relacionaos con Burton, pero no permanecen vivas actualmente. Burton no solo ha influenciado en sus seguidores con su visión de la sociedad , también lo ha hecho a través de su discurso sobre la libertad y la necesidad de mostrar, sin miedo, nuestra personalidad a los demás. Incluso, ha conseguido abrir discusiones a cerca de creencias y miedos sociales como la cultura de la muerte [Imagen 117].

En el caso de la comunidad fan española del director, esta no es muy activa ni numerosa en las redes sociales.

En la red social Facebook, no se encuentra un gran volumen de cuentas creadas por fans españoles. La página *Tim Burton FanClub España* se actualiza ocasionalmente y realiza sorteos entre los seguidores que interactúan, comentan y dan “me gusta” a sus publicaciones [Imágenes 40-42]. Los *posts* más recientes son, como en el resto de los casos que hemos mostrado, para celebrar sus sesenta y dos años de vida [Imágenes 37-39].

Si buscamos “Tim Burton España” en Twitter, la única cuenta que aparece es @timburton_es, que no publica nada desde el 15 de noviembre de 2016 [Imágenes 66-68]. Los tweets más recientes de fans y medios españoles se escribieron el día del cumpleaños de Burton [Imágenes 64-65].

La presencia de los fans en Instagram es parecida al de las dos plataformas comentadas anteriormente. Solo se encuentran dos perfiles creados por fans ubicados en España: @TimBurtonSpain [Imágenes 95-97] y @Tim_Burton_espana [Imágenes 98 y 99].

13.1. México, el país con los fans más entregados

En entrevistas que ha concedido a los medios latinos, Burton siempre ha resaltado su amor hacia la cultura mexicana, especialmente a las celebraciones por el Día de los Muertos y el arte de sus calaveras. También destaca que entre sus influencias se

encuentran, además de los impresionistas alemanes Fritz Lang y Murnau, la fantasía y horror presentes en las películas de El Santo luchando contra las mujeres vampiro.

Las cintas de Burton han atrapado a los espectadores mexicanos, convirtiéndose en unos de los seguidores más asiduos y entregados a las obras del cineasta. Burton expresó delante de las cámaras del medio El Sol de México que sentía admiración por la genuina personalidad y naturaleza artística de sus amigos mexicanos así como una conexión muy fuerte con ellos. El cineasta tuvo un detalle con una de sus fans, la reportera latina Anel Obregón, quien le regaló un cuadro pintado por ella. Burton salió del escenario donde estaba dando una conferencia para cogerlo, firmarlo y abrazar a la joven.

En 2017 y durante un año, este país acogió la exposición El Mundo de Tim Burton en el Museo Franz Mayer. En esta se podía encontrar más de 400 objetos, entre esculturas e ilustraciones, algunos de ellos creados exclusivamente para esta exposición y otros han sido usados en la producción de sus películas.



Fachada del museo Franz Mayer que acoge la exposición El Mundo de Tim Burton, México, 2017

En cuanto a las redes sociales de los fans mexicanos, estas permanecen activas en la actualidad. La cuenta de Facebook *Tim Burton México* [Imágenes 43-45] comparte, con poca frecuencia, contenido y noticias sobre el director, especialmente si estas están

relacionadas con Latino América. Los medios de comunicación y entretenimiento de allí también se han sumado a escribir mensajes de felicitación para el cineasta [Imágenes 46-48].

Si tecleamos en el buscador “Tim Burton Mexico” en la red del pájaro azul, Twitter [Imagen 60], encontramos que los tweets más recientes son de medios como *México es Cultura* o la revista *Rolling Stone Mexico* y le felicitan por su sesenta y dos cumpleaños [Imágenes 61 y 63]. En los perfiles de usuarios, solo aparecen dos usuarios que informen sobre el cineasta [Imagen 62].

14. Afección del COVID-19 al fenómeno fan 2.0

La pandemia global provocada por el virus COVID-19 y, en consecuencia, el confinamiento social de casi toda la población a nivel europeo, han renovado y revolucionado las redes sociales e incrementado su uso. Como sustitutivo de las interacciones sociales físicas, los consumidores, sobre todo los más jóvenes, se han refugiado en las diferentes plataformas sociales para seguir comunicándose con su entorno.

Como es fácil de suponer, el aislamiento ha hecho crecer el uso de las redes sociales. Según la última investigación realizada en 20 países por *GlobalWebIndex* en mayo de este año, el 42% de los consumidores a nivel mundial confesaron que habían aumentado el número de horas que pasaban conectados. Entre la generación Z, se incrementó el número de horas en un 54% .

Los consumidores, en especial fans de todo el mundo, aprovecharon el aislamiento para crear contenido web, compartirlo en las redes sociales, buscar otro que les entretuviese y interactuar con otros a través de diferentes chats o aplicaciones.

Ante la imposibilidad de reunirse y celebrar eventos relacionados con el fandom, muchos seguidores han volcado sus esfuerzos y energías en compartir publicaciones en plataformas multimedia y explorar las de otros usuarios. De esta forma, muchos internautas han podido controlar y lidiar con problemas como la ansiedad, el estrés o la soledad derivados del confinamiento.

Las empresas culturales también han tenido que adaptarse a la nueva realidad. Muchos museos y exposiciones artísticas han optado por desarrollar una aplicación que permite realizar una visita virtual. Sin salir de casa, solo se necesita una conexión a Internet . De esta forma, desde el Neon Museum de Las Vegas han apostado por crear un Tour vía digital a través del cual todos los usuarios de Facebook pueden contemplar la exhibición de *Tim Burton Lost in Vegas*. La primera conexión en vivo de esta muestra se realizó el 20 de abril del presente año.

En ella, pueden verse piezas que Burton creó inspirándose en sus películas *Mars Attack!* (1996) y *Beetlejuice* (1988); y en recuerdos de su infancia visitando Las Vegas. Esta experiencia de realizar una visita virtual es gratuita, aunque el Neon Museum acepta donativos del público que invertirá en el mantenimiento del edificio y de otras salas de exposiciones.

15. Conclusiones

A pesar de que Burton no haya anunciado el lanzamiento de ningún largometraje nuevo y que su última cinta, *Dumbo*, fue estrenada en 2018, sus fans no han desistido de seguir compartiendo su admiración por el cineasta en todas las plataformas sociales.

Su último proyecto, la exposición *Lost in Vegas* en el Neon Museo de Las Vegas, ha sido compartido por sus seguidores y por el propio cineasta en las redes sociales. De hecho, su corta trayectoria en instagram comenzó a raíz de la inauguración de esta muestra de arte desde donde compartió su primera publicación en Instagram [Imagen

En España ,no obstante, no hay grandes grupos de seguidores ni cuentas con una actividad diaria dedicadas a compartir contenido y opiniones sobre los trabajos de Burton y su persona.

El restante de las imágenes expuestas en el Presente Trabajo muestran que en las principales redes sociales; Instagram, Facebook y Twitter; sigue habiendo fans que siguen sus pasos y fabrican textos y contenido audiovisual (historias, vídeos, fotos, juegos, etc)

y abren debates sobre las diferentes visiones que poseen acerca del significado de los largometrajes y las producciones del director.

A pesar de su austera actividad en las redes sociales, sus dificultades para comunicarse latentes en su uso de las plataformas digitales, Burton posee una legión de seguidores de sus ideas y trabajos. Su estilo ha marcado a gran parte de su público y en torno a este ha nacido una nueva subcultura gótica denominada "Surrealismo gótico". Esta no constituye solo una moda o se corresponde con una vestimenta concreta, sino que está vinculada a una forma de pensamiento que anima a aceptar lo diferente, a liberarse de los estereotipos y que defiende la ruptura de los cánones estéticos e ideológicos que la sociedad ha establecido como los "normales". Burton habla de abrazar al monstruo que llevamos dentro, a esa parte oscura de nuestro interior y nuestra alma que a veces es más sensible y buena de lo que mucha gente cree (Arza, 2007).

Su peculiar personalidad y su expresión artística del subconsciente son admirados por sus fans en la actualidad. Muchos de ellos le consideran un genio y un autor posmoderno e independiente. Una infancia difícil, una temática alejada del costumbrismo americano y unos personajes "raros a la vez que entrañables" (Figuero, 2000) han propiciado que Burton conecte con sus seguidores y que estos le defiendan y le vean como alguien más que un simple cineasta. Se sienten identificados con sus historias y sus protagonistas. Sus cintas muestran su poética lucha entre el bien y el mal que cada individuo tiene en su interior.

Todo esto permite a sus fans crear desde textos alternativos y vídeos a ilustraciones y memes inspirados en él y su mundo interior. Estos se comparten y visualizan sobre todo en redes como Instagram, Twitter y Facebook, aunque esta última podría considerarse la más afiliada a los fanáticos ya que para entrar en muchos de los grupos y páginas exigen responder a unas preguntas y ser aceptado por el administrador o creador del mismo.

En Instagram, las cuentas con las que hemos contactado, entre otras, poseen una actividad prácticamente diaria y una gran implicación de los administradores o creadores de los perfiles por fabricar contenido novedoso como memes con los que otros fans se diviertan o se sientan identificados y juegos, sorteos o concursos que ayudan a promover la participación de la comunidad.

A diferencia de los fans de España, que no han creado ningún perfil ni página que cuente con una actividad constante, en el resto de países europeos y, particularmente, en el continente americano, sus fans han puesto en marcha y mantienen activas cuentas en las principales redes sociales.

Burton, a pesar del poco interés que ha mostrado por relacionarse a través de Internet, ha expresado y agradecido el amor demostrado por sus fans. Sigue seduciendo a sus espectadores más fieles, quienes le consideran un autor de culto, y ha conseguido que su concepción de la realidad pueda transformarse en proyectos que han tenido un gran éxito comercial. Burton no solo ha conquistado a bastantes de los críticos hollywoodienses más estrictos, también ha cosechado adeptos y ha sido aclamado por sus obras fuera de su país natal, Estados Unidos, a lo largo de Europa y Asia. (Salisbury, 2006).

16. Anexos

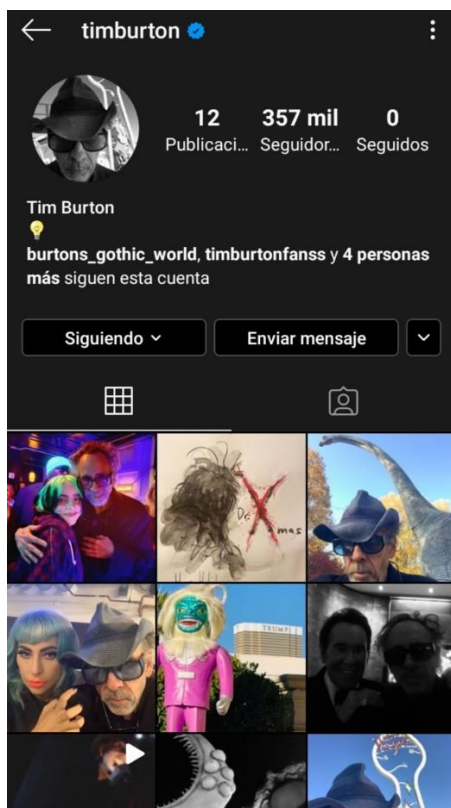


Imagen 1: Perfil oficial de Tim Burton en Instagram

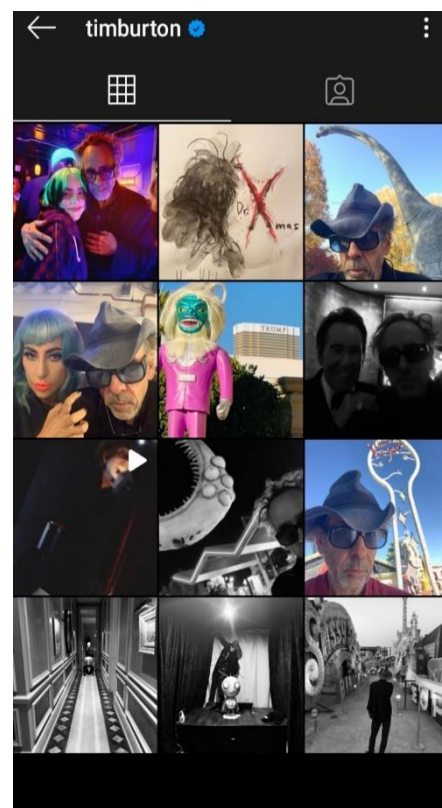


Imagen 2: Feed (Tablón de publicaciones) de la cuenta oficial de Burton en Instagram



Imagen 3: primera publicación (11 de octubre de 2019) en su perfil oficial de Instagram

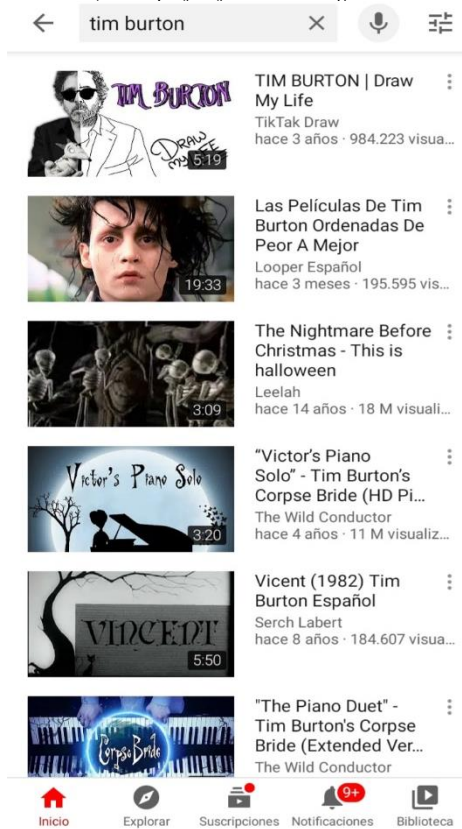


Imagen 5: resultado de la búsqueda Tim Burton en la plataforma Youtube



Imagen 4: última publicación (28 de enero de 2020) del director en su cuenta oficial de Instagram



Imagen 6: usuario y biografía de @TimWBurton en Twitter

← Timothy W Burton 46 Tweets

Tweets Tweets y respuestas Multimedia M

- Timothy W Burton** @Ti... · 28 jun. 12 ✓
How do you kill a vampire?
75 46 239
- Timothy W Burton** @Ti... · 22 jun. 12 ✓
Read the directions and directly you will be directed in the right direction.
8 94 238
- Timothy W Burton** @Ti... · 19 jun. 12 ✓
Is it Halloween?
19 120 243
- Timothy W Burton** @Ti... · 12 jun. 12 ✓
Tock
8 41 148
- Timothy W Burton** @Ti... · 12 jun. 12 ✓
Tick
3 41 140



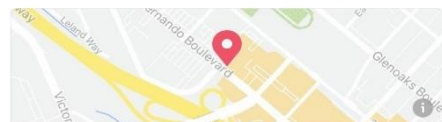
Tim Burton - Official Page
Director de cine Me gusta

[Seguir](#)

A 4 990 625 personas les gusta esto

Inicio Información Fotos Vídeos Publicación

Información [Sugerir cambios](#)



Fanmail & Correspondence:
Tim Burton Productions 928
N. San Fernando Blvd. Ste J [CÓMO LLEGAR](#)
#7, Burbank, California,
Estados Unidos 91504

<http://www.timburton.com/>

+44 20 3026 0711

Director de cine

← Siguiendo [+](#)

TaylorInWonderland [@TaylorEkaitis](#) [Seguir](#)

Hi, I'm Taylor. She/her. My heart is taken.
My life is dope and I do dope shit.

← [Tim Burton - Official Page](#) →

Inicio **Información** Fotos Vídeos Publicación

fan@timburton.com

<http://www.timburton.com/>

"Green of skin... 800 centuries ago, their bodily fluids include the birth of half-breeds. For the fundamental truth self-determination of the cosmos, for dark is the sude that mows like a harvest." <http://www.timburton.com>

Director de cine

Afiliación
Tim Burton Productions

Biografía
Timothy Walter "Tim" Burton (born August 25, 1958) is an American film director, film producer, writer and artist. He is famous for dark, quirky-themed movies such as Beetlejuice, Edward Scissorhands, The Nightmare Before Christmas, Ed Wood, Sleepy Hollow, Corpse Bride and Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street, and for blockbusters such as Pee-wee's Big Adventure, Batman, Batman Returns, Planet of the Apes, Charlie and the Chocolate Factory, 9 and Alice in Wonderland, his most recent film, that was the second highest-grossing film of 2010 as well as the ninth highest-grossing film of all time. Among Burton's many collaborators are Johnny Depp, who became a close friend since their first film together, musician Danny Elfman (who has composed for all but five of the films

[Seguir](#)

Imagen 9: Inicio de la Página Oficial de Tim Burton en Facebook.

Imagen 10: Información que aporta la Página Oficial de Tim Burton en Facebook



Imagen 11: menu principal de la Página web oficial de Tim Burton

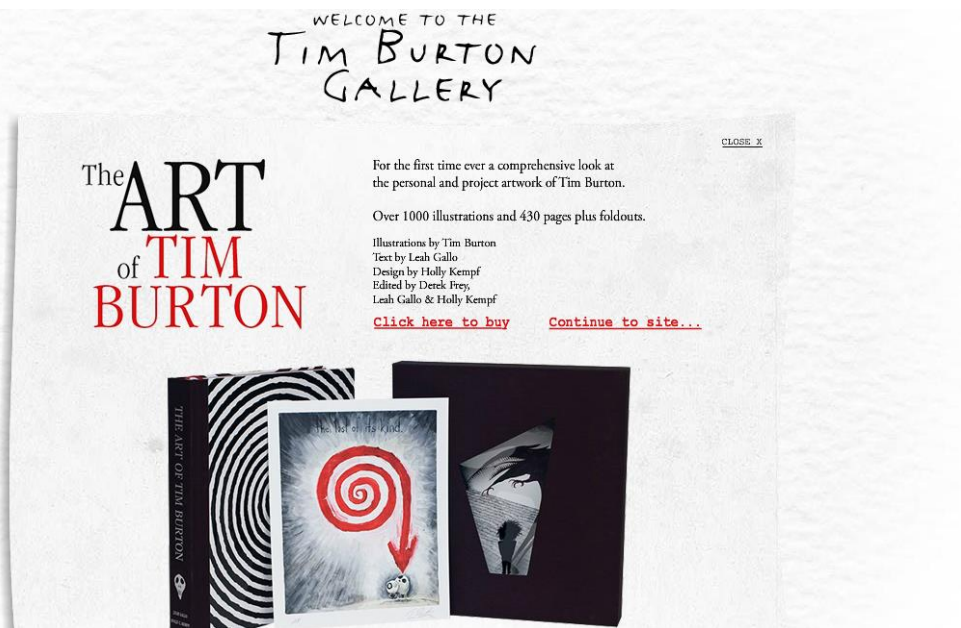


Imagen 12: sección de noticias de la página web oficial de Tim Burton

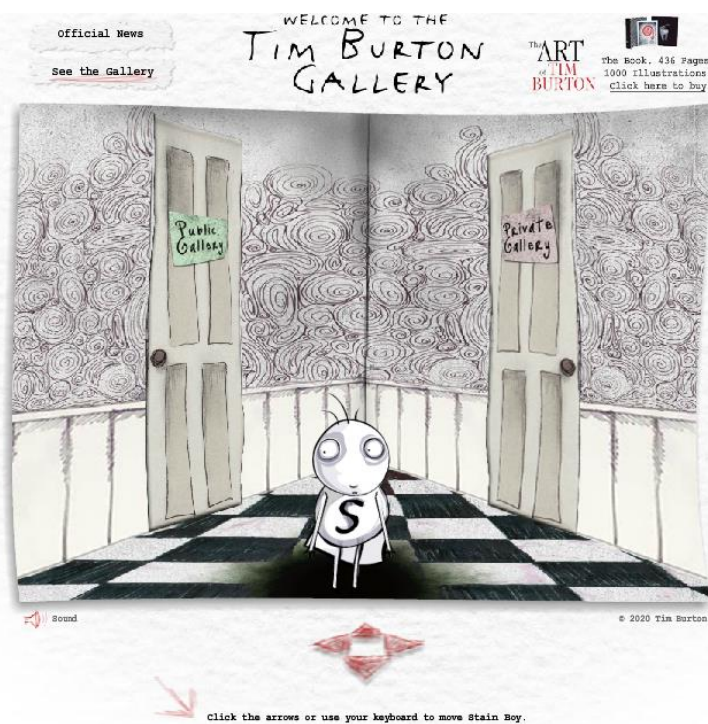


Imagen 13: opciones de la sección de galería de la página web oficial de Tim Burton



Imagen 14: entrada a la galería pública de la página web oficial de Tim Burton

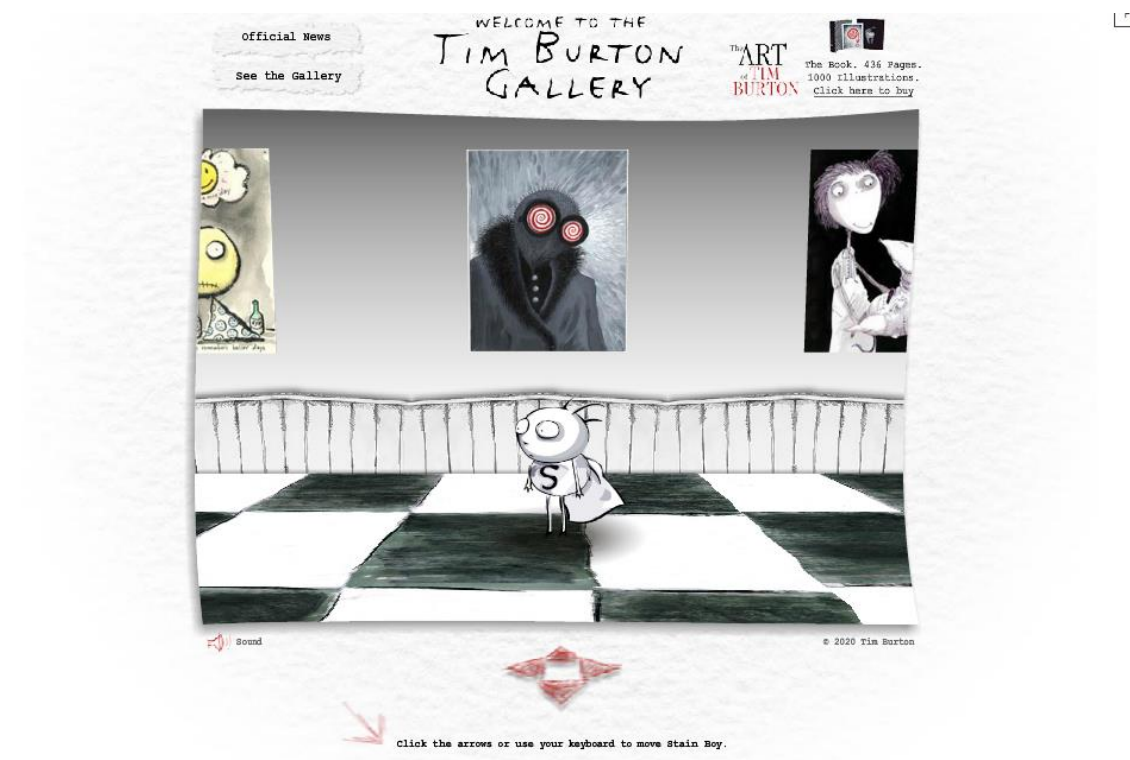
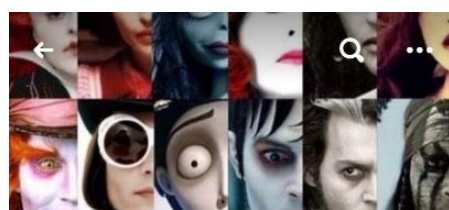


Imagen 15: ilustraciones de la galería pública de la página web oficial de Tim Burton



Imagen 16: registro de acceso a la galería privada de la página web oficial de Tim Burton



Fans of Tim Burton official page >

GRUPO PRIVADO · 2.617 MIEMBROS

Unirte al grupo

Información

all things Burton



Privado

Solo los miembros pueden ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.



Visible

Cualquier persona puede encontrar este grupo.



Ver historial del grupo

Grupo creado el 6 de agosto de 2019



Fans of Tim Burto...



Información

all things Burton



Privado

Solo los miembros pueden ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.



Visible

Cualquier persona puede encontrar este grupo.



Ver historial del grupo

Grupo creado el 6 de agosto de 2019

Miembros



Tiffany es administrador(a).

Actividad del grupo



1 publicación nueva hoy

156 en los últimos 28 días



2.617 miembros en total

+26 en la última semana



Creado hace 10 meses

Imagen 17 y 18: información del grupo privado Fans of Tim Burton en Facebook



Grupo de Tim Burton - FanPage

Tim Burton - Fan Page >

GRUPO PÚBLICO · 3.884 MIEMBROS

Unirte al grupo

Información

[Ver todo](#)

Il primo vero gruppo italiano dedicato a Tim Burton!

Finalmente un nostro posto dove di... [Ver más](#)

- Público**
Cualquier persona puede ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.
- Visible**
Cualquier persona puede encontrar este grupo.
- Ver historial del grupo**
Grupo creado el 26 de enero de 2017
- Este grupo se encuentra en Palermo**

Imagen 19: información del grupo público italiano Tim Burton- Fan Page en Facebook



Tim Burton - FanPage
3 nov, 2019 a las 20:28 · 🌐

Burtoniani, vi segnaliamo il nostro **PROFILO INSTAGRAM** e la nostra **PAGINA FACEBOOK**.

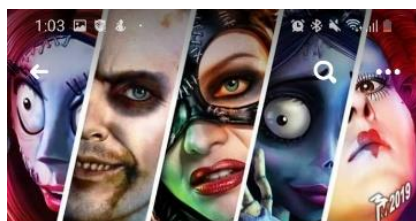
Mi raccomando seguitemi e **FATECI SEGUIRE** dai vostri amici anche d... [Ver más](#)

Burtoniani, les segnaliamo il nostro **PERFIL DE INSTAGRAM** y nuestra página de facebook. Por favor síguenos y déjanos seguir por sus amigos desde aquí tamb... [Ver más](#)

· Califica esta traducción



Imagen 20: publicación del grupo italiano Tim Burton- Fan Page de Facebook



Tim Burton Fan Club >

GRUPO PRIVADO · 39.157 MIEMBROS

Unirte al grupo

Información

Welcome Members ! ♥

This group is for any and all people ... [Ver más](#)

- Privado**
Solo los miembros pueden ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.
- Visible**
Cualquier persona puede encontrar este grupo.
- Ver historial del grupo**
Grupo creado el 20 de octubre de 2017

Reglas de los administradores del grupo

- 1 **No advertising / Selling period.**

Imágenes 21 y 22: requisitos y reglas para ser aceptado en el grupo privado Tim Burton Fan Club de Facebook



Reglas de los administradores del grupo

- 1 **No advertising / Selling period.**
Attempts to use this group as a selling platform will not be tolerated. There are too many illegitimate people out there to risk members being scammed.
- 2 **No SelfPromotion/Spam**
Do not share personal groups/pages. Posts including irrelevant external links will be deleted. Keep posts relevant to main topic!
- 3 **No Hate Speech or Bullying**
Bullying of any kind isn't allowed Degrading comments about things like race, religion, culture, sexual orientation, gender or identity will not be tolerated. Be kind to one another!
- 4 **Merch Posts**
Merch posts from unverified websites will be denied. There are too many fake websites to take chances. Walmart/Hot Topic/Wish/Amazon and other known retailers are okay.
- 5 **Thank you for the add posts..**
Will be denied unless incorporated with other Tim Burton content, to keep group feed uncluttered.

← Responder preguntas

Describe Tim Burton in one word...

Escribe tu respuesta...

This is a Tim Burton fan group. Only Burton related and Burtonesque post will be approved. No Coraline mashups or post are allowed. Do you agree to abide by this group rule?

Puedes elegir una opción

Yes ☐

No ☐

Reglas de los administradores del grupo

Los miembros del grupo aceptan cumplir las siguientes reglas:

Enviar

Imagen 23: respuestas requeridas para poder acceder al grupo privado Tim Burton en Facebook

Tim Burton Addicts >

GRUPO PRIVADO · 23.399 MIEMBROS

+ Invitar

Salas Comunicados Video en grupo

Escribe algo...

Directo Foto Sala

Comunicados VER TODOS

Tim McGlone Administrador · 7 h · 📷

Guys...someone here without putting them out there got scammed from the person J Sterling. He is no longer here.

The post was at first about them showing their work then edited it to sell it. THIS is why we

Imagen 25: información del grupo privado Tim Burton Addicts en Facebook

← El mundo de Tim B... 🔍 ⋮

se permiten la autopromoción, el spam ni los enlaces irrelevantes nada de pornografía, ni cosas que no tengan que ver con el grupo

- Sé amable y cordial**
Hay que respetar los comentarios de cada miembro del grupo sin ofender, "si quieres respeto respeta"
- No hagas bullying ni uses lenguaje ofensivo**
No se permite el bullying ni los comentarios degradantes sobre raza, religión, cultura, orientación sexual, género o identidad.

Miembros

Gaby y Bella Mariposa son administradores.

Actividad del grupo

12 publicaciones nuevas hoy
2.128 en los últimos 28 días

16.592 miembros en total
+530 en la última semana

Creado hace 2 años

Imagen 24: normas a seguir para poder entrar en el grupo El mundo de Tim Burton en Facebook

← Responder preguntas

Without the first two questions answered you will not be accepted. Do you understand?

Escribe tu respuesta...

Reglas de los administradores del grupo

Acepto las reglas del grupo ☐

- Be Kind and Respectful**
We all have in common a love for Tim Burton, and we all want a positive environment. Different views are welcome, but respect is a must when debating. Bullying of any kind will not be tolerated.
- No selling without page verification**
There are too many scammers out there to let unchecked selling. If you don't have a verifiable website to back up your claim, it will not be permitted.

Enviar

Imagen 26: respuesta y normas a seguir requeridas para ser aceptado en el grupo privado Tim Burton Addicts en Facebook

← Responder preguntas

5 **What if you post a non Burton related post?**
Some post will be considered Burtonesque..meaning done in Tim's style. Some post will fit this criteria and some won't. If you see your post gone..it means admin found it non Burton related.

6 **You may sell or trade but ONLY Tim Burton related**
Tim Burton Obsession is not responsible for any trade or sale..this is the internet buyer and seller beware. It must only be Tim Burton related! No advertising your own page or group. Individuals only


7 **All Actor Pics Must Be From A TB movie**
All actor pics MUST be from a TB movie. I have a group where Johnny and Helena pics will be approved. Post in that group. Thank you.

8 **Do not use this group to promote your page, group**
If I see you are promoting your own

Enviar

Imagenes 27 y 28: más reglas a cumplir a acatar para ser aceptado en el grupo privado Fans of Tim Burton en Facebook

← Comunicados

 **Tim McGlone**
Administrador · 7 h · 🌐

Guys...someone here without putting them out there got scammed from the person J Sterling. He is no longer here.

The post was at first about them showing their work then edited it to sell it. THIS is why we don't allow unauthorized sellers here. It had 50 comments by the time I found it and no one reported it...

Please, if they arnt authorized by us, don't buy from them here. You put yourself at risk.

Chicos... alguien aquí sin sacarlos por ahí fue estafado por la persona J Sterling. Él ya no está aquí.

La publicación fue al principio sobre ellos mostrando su trabajo y luego lo editó para venderlo. Esta es la razón por la que no permitimos vendedores no autorizados aquí. Tenía 50 comentarios para cuando lo encontré y nadie lo reportó...

Por favor, si no están autorizados por nosotros, no les compres aquí. Te pones en riesgo.

⚙️ · Califica esta traducción

Imagen 29: comunicado del administrador del grupo privado Tim Burton Addicts en Facebook

← Responder preguntas

must only be Tim Burton related! No advertising your own page or group. Individuals only

7 **All Actor Pics Must Be From A TB movie**
All actor pics MUST be from a TB movie. I have a group where Johnny and Helena pics will be approved. Post in that group. Thank you.

8 **Do not use this group to promote your page, group**
If I see you are promoting your own page or group to try to gain followers or members, you will be banned. Respect this group!!

9 **No post from other Facebook groups!**
No exceptions. The post will be denied.

10 **Only Admin can host watch parties**
Members cannot host watch parties in this group. Only Admin. If you have a Burton Movie you would like to view in the group, kindly ask admin to host a watch party.

Enviar

← Responder preguntas

If you do not answer all 3 questions you will be denied membership. We ask this to prevent fake accounts and spam. FYI Coraline is not a Burton film.

What is your favorite Tim Burton movie?

Escribe tu respuesta...

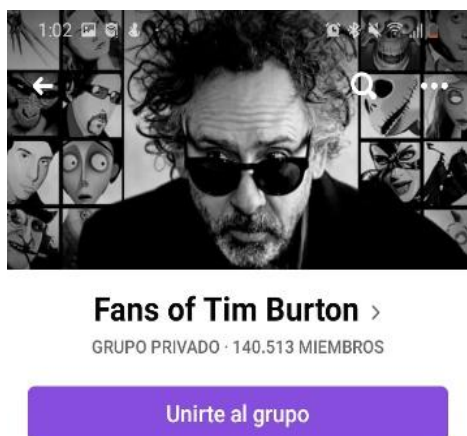
Will you read the rules and follow them?

Escribe tu respuesta...

Who is your favorite Tim Burton Character?

Enviar

Imagen 30 :preguntas a responder para ser aceptado en el grupo privado Tim Burton Addicts de Facebook



Información

To share our love for Tim Burton.

- Privado**
Solo los miembros pueden ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.
- Visible**
Cualquier persona puede encontrar este grupo.
- Ver historial del grupo**
Grupo creado el 31 de agosto de 2014

Imagen 31 información del grupo privado Tim Burton Addicts de Facebook

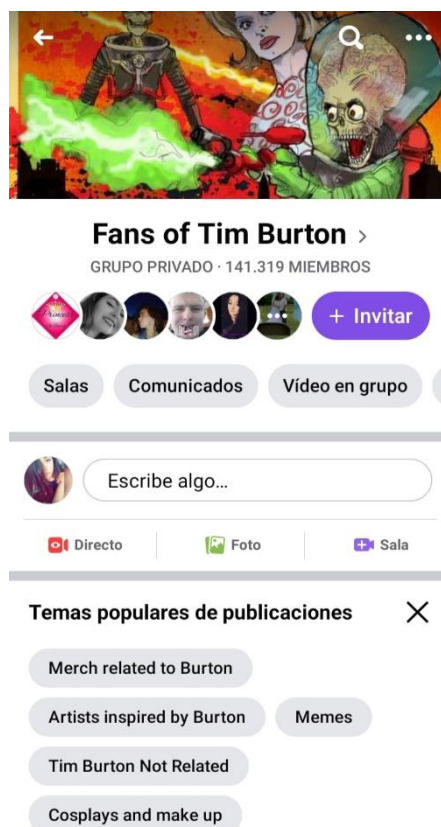
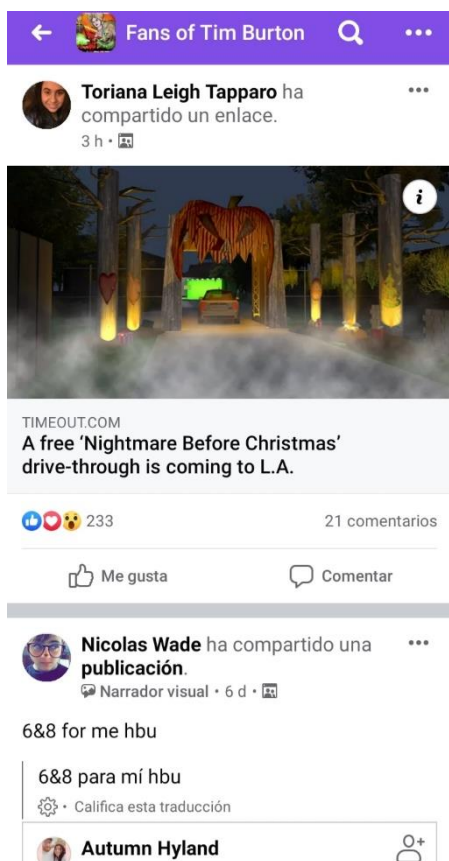


Imagen 32: Información y temas populares del grupo privado Fns of Tim Burton en Facebook



Imágenes 33 y 34: últimas publicaciones de miembros del grupo privado Fans of Tim Burton en Facebook



Tim Burton Post. >

GRUPO PÚBLICO · 6.117 MIEMBROS

Unirte al grupo

Información

[Ver todo](#)

Atención:

Cualquier publicación que no esté r... [Ver más](#)

Público

Cualquier persona puede ver quién pertenece al grupo y lo que se publica.

Visible

Cualquier persona puede encontrar este grupo.

Ver historial del grupo

Grupo creado el 27 de diciembre de 2018. El nombre se cambió por última vez el 17 de octubre de 2019.

Imágenes 35 y 36: información y preguntas a responder para entrar en el grupo Tim Burton Post en Facebook

← Responder preguntas



Tim Burton Post.

Grupo público · 6117 miembros

Tu solicitud está pendiente. Responde estas preguntas de los administradores del grupo para ayudarlos a tomar una decisión. Solo los administradores y moderadores verán tus respuestas.

Cuál es tu película favorita de Tim Burton?

Escribe tu respuesta...

Personaje Favorito

Escribe tu respuesta...

Reglas de los administradores del grupo

Enviar



Imágenes 37 y 38: felicitaciones por el cumpleaños de Burton de las páginas oficiales de Nueva Mujer y Freeda España en Facebook





Imagen 39: felicitación a Burton de la página oficial Cultura Inquieta en Facebook

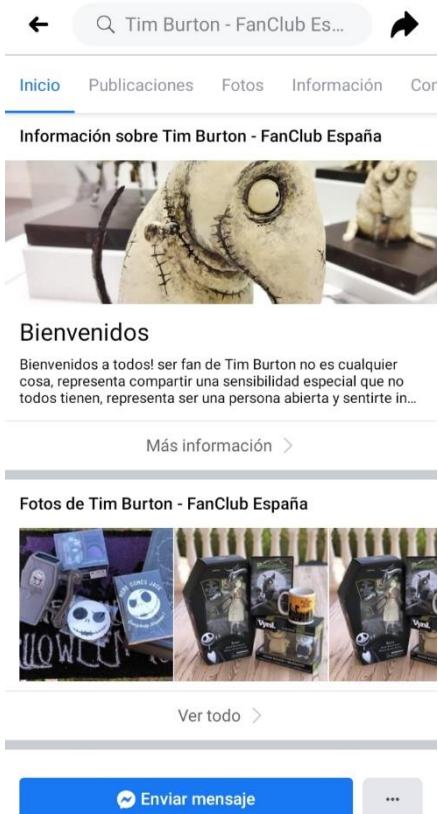


Imagen 40: resultado de la búsqueda de Tim Burton España en Facebook



Imágenes 41 y 42: información, fotos y publicación del sorteo de la página Tim Burton- FanClub España en Facebook



Imagen 43: Resultados de la búsqueda de Tim Burton México en Facebook

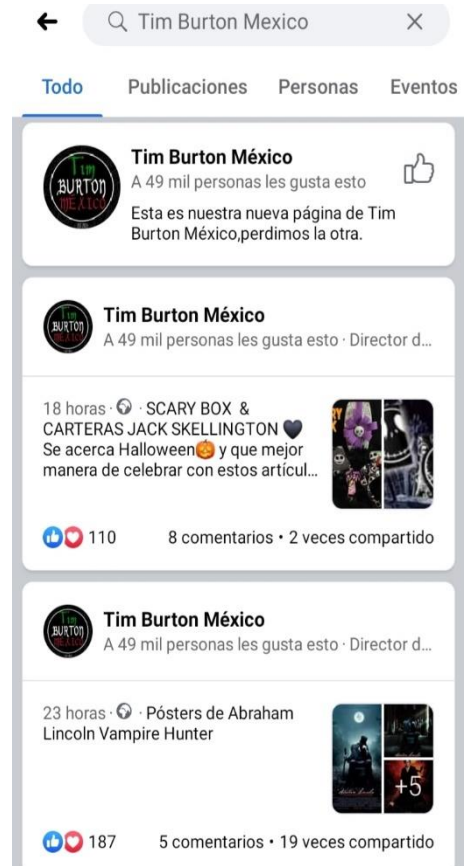


Imagen 44: página principal de fans Tim Burton México en Facebook



Imagen 45: felicitación de la página Tim Burton México en Facebook por el 62 cumpleaños de cineasta



Imagen 46: felicitación a Burton de la página oficial de Latino América Cine O'culto de Facebook



Imagen 47: publicación de la página oficial de Publimetro México para celebrar el cumpleaños de Burton en Facebook



Imagen 48: felicitación de la página oficial de TNT América Latina en Facebook



Imagen 49: resultado de los usuarios al buscar Tim Burton en Twitter



Imagen 50: cuenta @TimBurtonNews en Twitter



Imagen 51: tweets publicados por la cuenta @TimBurton_News en Twitter



Imagen 53: tweets publicados por @TimBurton_JP en Twitter



Imagen 52: cuenta fan de Twitter @TimBurton_JP en japonés



Imagen 54: cuenta de arte fan @TimBurtonArt en Twitter



Imagen 55: tweets del tablón de la cuenta de arte @TimBurtonArt en Twitter

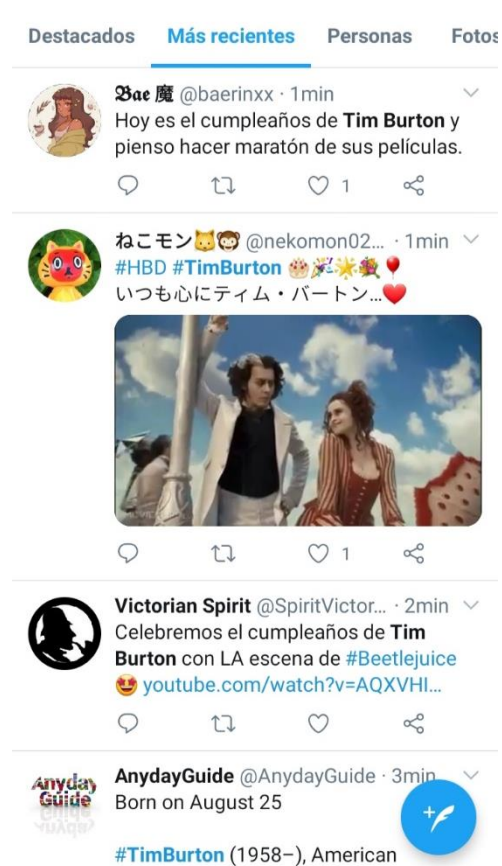


Imagen 56: tweets más recientes de usuarios felicitando a Burton por su 62 cumpleaños en Twitter



Imagen 57 y 58: tweets destacados felicitando al director por su 62 cumpleaños en Twitter

Destacados Más recientes Personas Fotos



Imagen 59: tweets destacados con más felicitaciones por el 62 cumpleaños del cineasta en Twitter

← Tim Burton Mexico

Destacados Más recientes Personas Fotos



Imagen 61: tweets más recientes de medios mexicanos por el cumpleaños del cineasta en Twitter

← Tim Burton Mexico

Destacados Más recientes Personas Fotos



Imagen 60: tweets destacados que aparecen buscando Tim Burton México en Twitter

← Tim Burton Mexico

s Más recientes Personas Fotos Vídeos

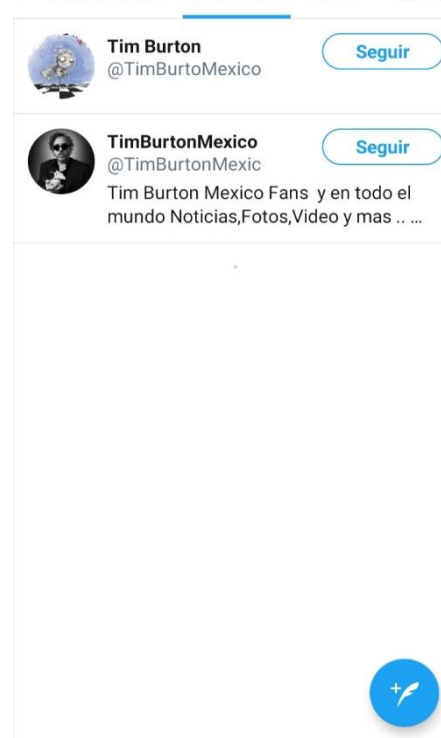


Imagen 62: usuarios que resultan de buscar Tim Burton México en Titter



Imagen 63: tweets más recientes de medios mexicanos por el cumpleaños de Burton



Imagen 64: tweets más recientes resultado de la búsqueda Tim Burton Spain en Twitter



Imagen 65: tweets más recientes felicitando al director resultado de la búsqueda Tim Burton Spain en Twitter

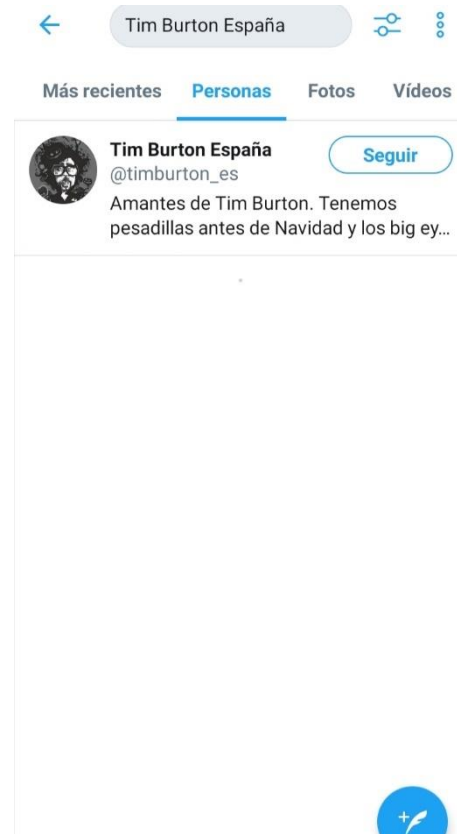


Imagen 66: único usuario que aparece al buscar TimBurton España en Twitter



Imagen 67: perfil del usuario @timburton_es en Twitter



Imagen 68: tweets de la cuenta @timburton_es en Twitter

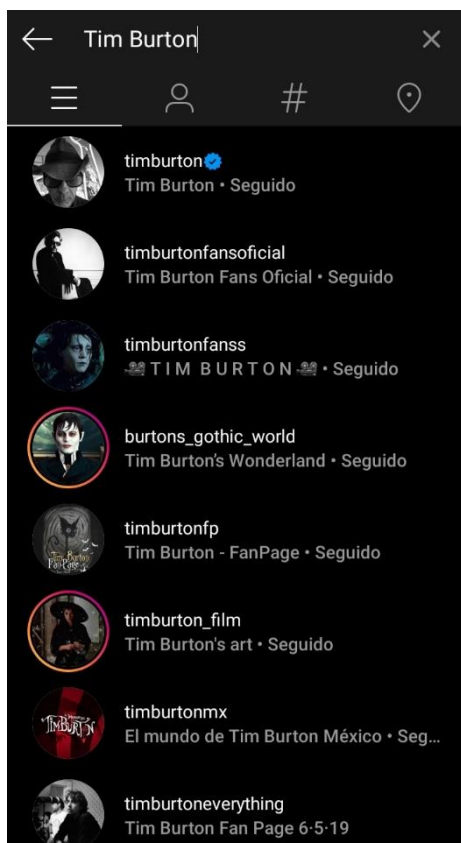


Imagen 69: resultados de los perfiles encontrados buscando Tim Burton en Instagram



Imagen 70: perfil @timburtonfp de fans italianos en Instagram



Imagen 71: publicaciones de @timburtonfp en Instagram



Imagen 72: últimos posts de @timburtonfp en Instagram

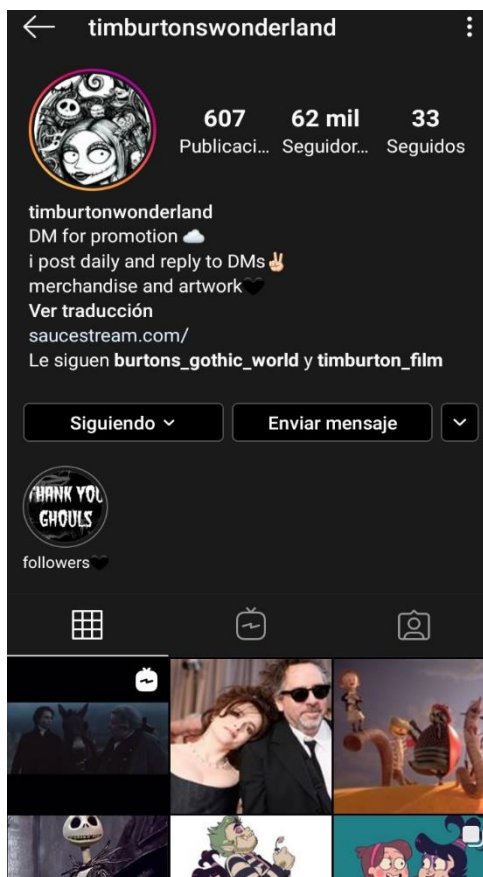


Imagen 73: perfil @timburtonswonderland en Instagram

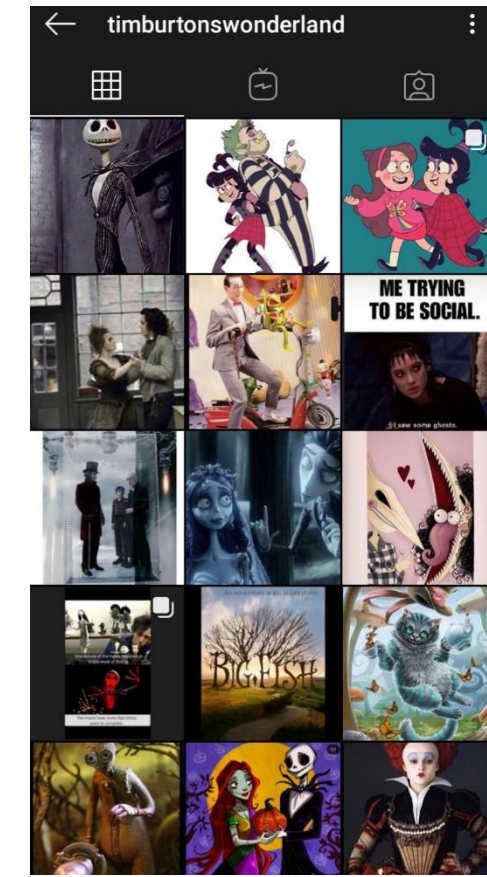


Imagen 74: publicaciones de @timburtonswonderland en Instagram

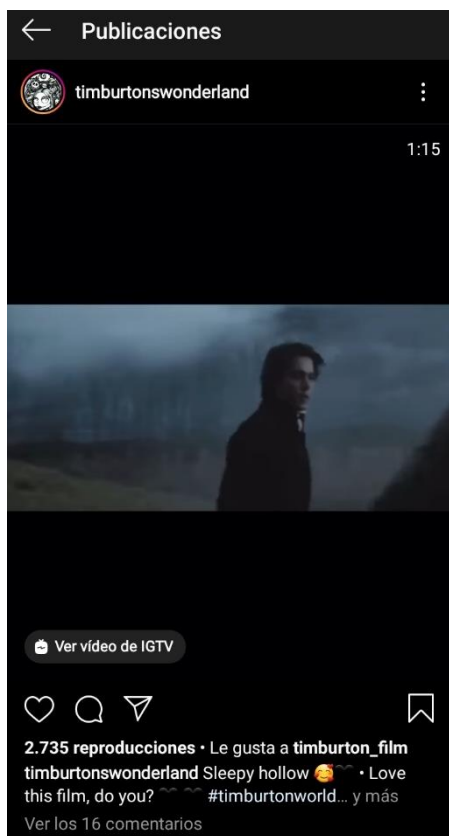


Imagen 75: última publicación de @timburtonswonderland en Instagram

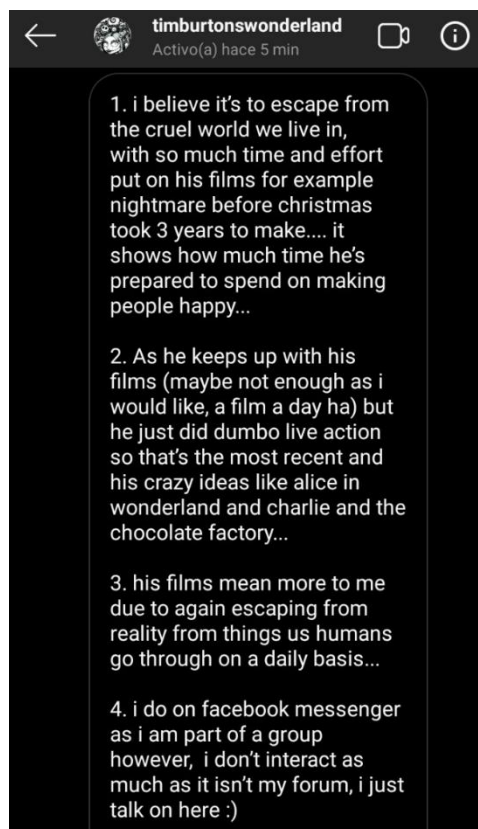


Imagen 76: respuestas de l administrador de @timburtonswonderland en Instagram

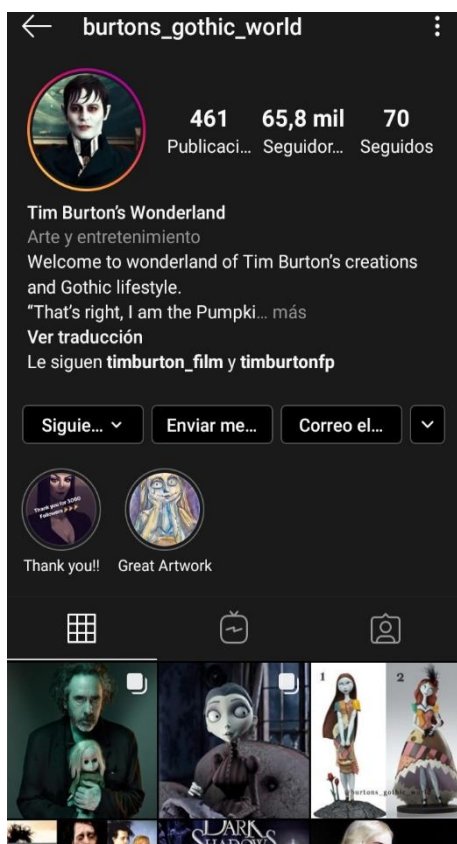


Imagen 77: perfil @burtons_gothic_world en Instagram



Imagen 78: publicaciones de @burtons_gothic_world en Instagram



Imagen 79: último post de @burtons_gothic_world en Instagram

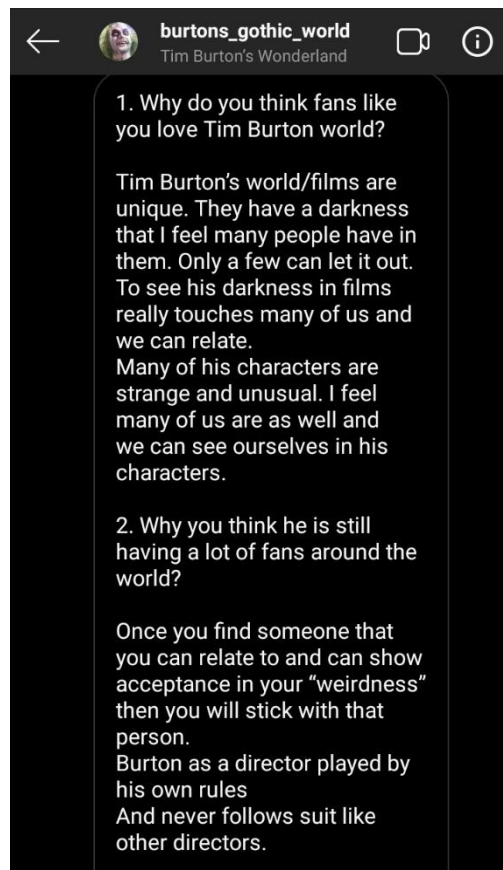


Imagen 80: respuestas del administrador del perfil @burtons_gothic_world en Instagram



Imágenes 81 y 82: respuestas del administrador del perfil @burtons_gothic_world en Instagram

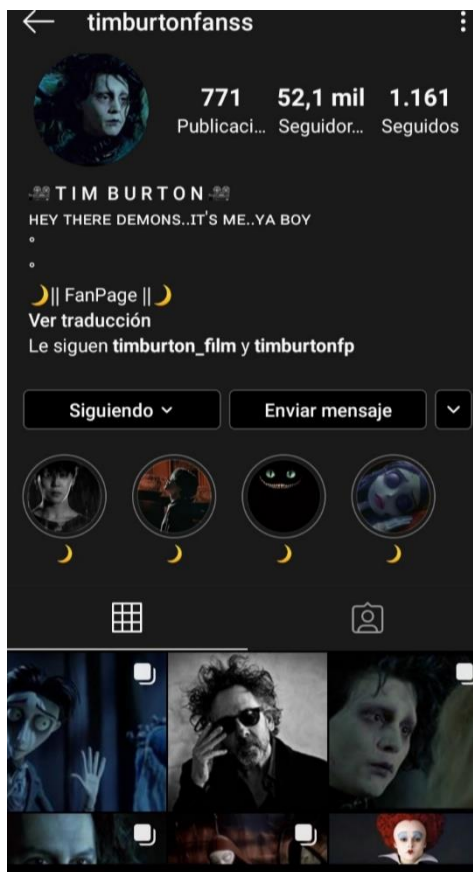


Imagen 83: perfil @timburtonfanss en Instagram

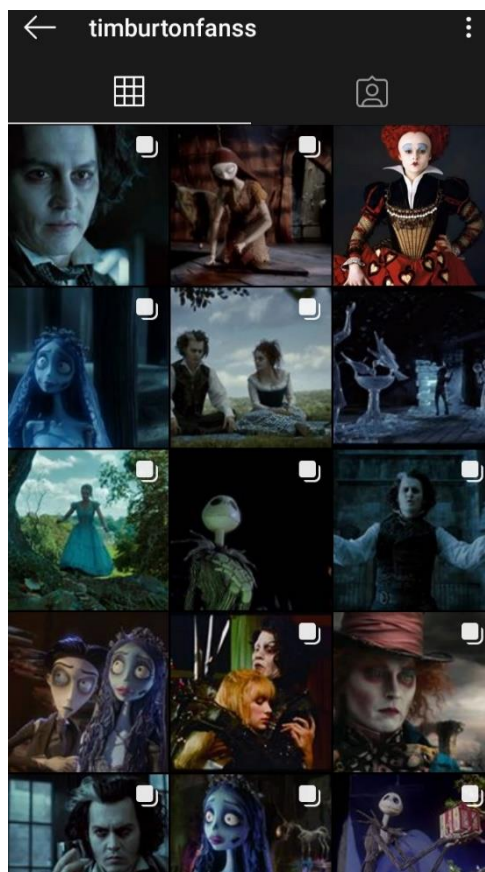


Imagen 84: publicaciones de @timburtonfanss en Instagram



Imagen 85: últimos posts de @timburtonfanss en Instagram

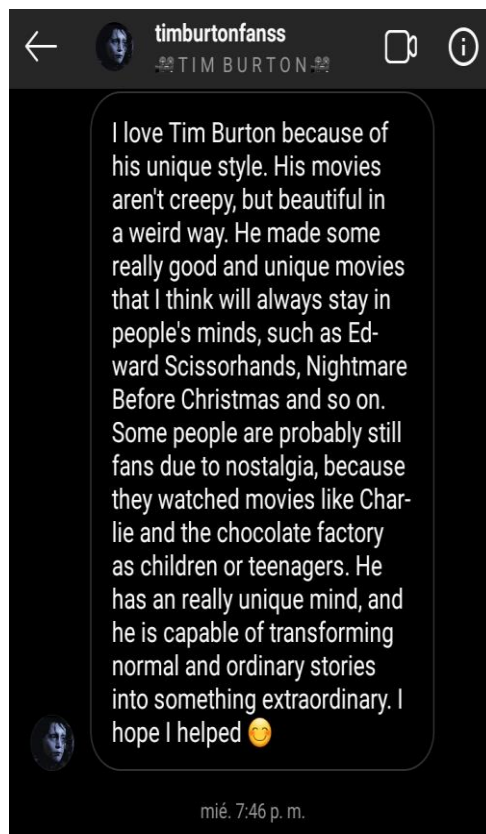


Imagen 86: respuestas del administrador de la cuenta @timburtonfanss en Instagram

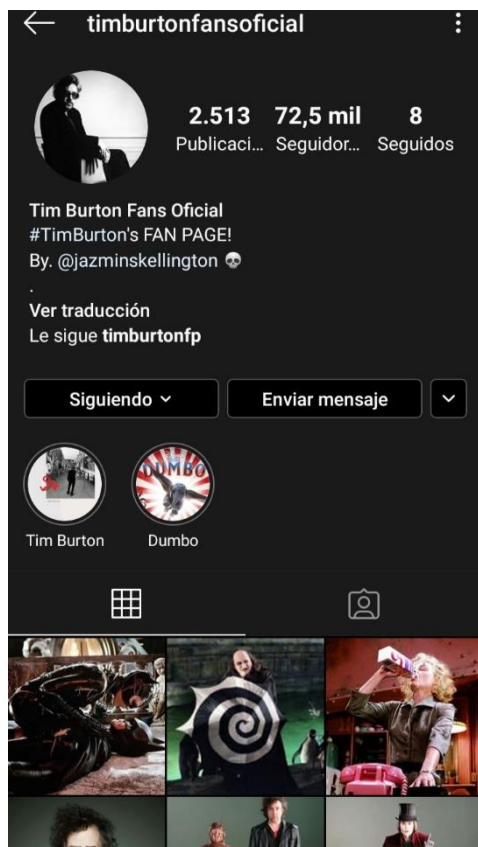


Imagen 87: perfil @timburtonfansoficial en Instagram



Imagen 88: publicaciones de @timburtonfansoficial en Instagram

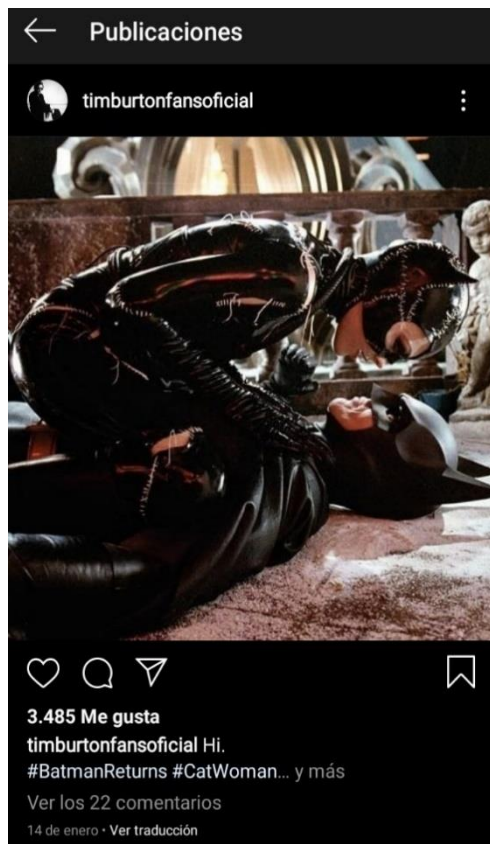


Imagen 89: último post del perfil @timburtonfansoficial en Instagram

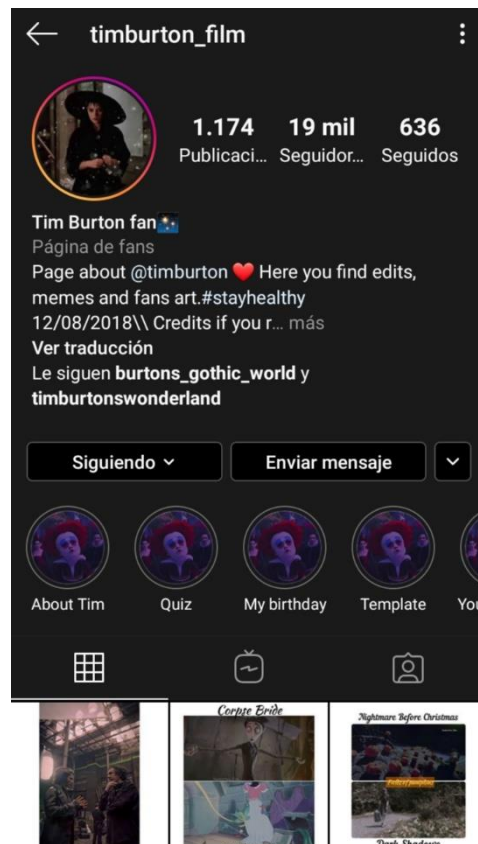


Imagen 90: perfil @timburton_film en Instagram

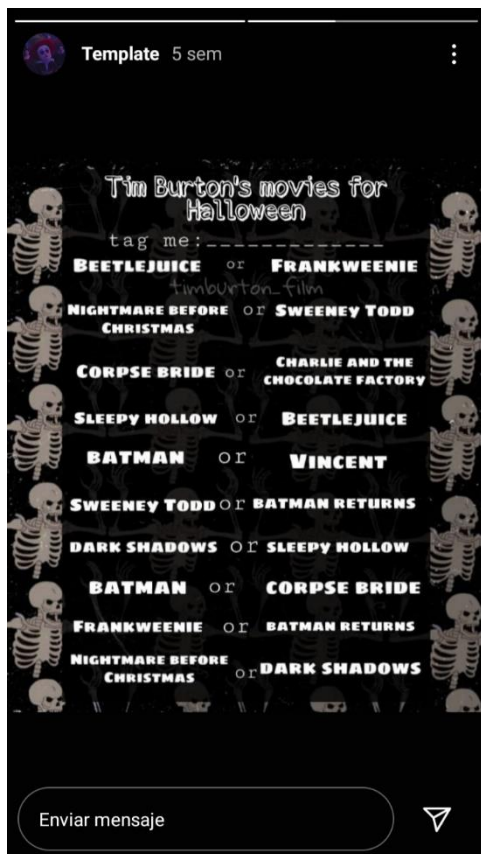


Imagen 91: juego de opciones de @timburton_film en Instagram

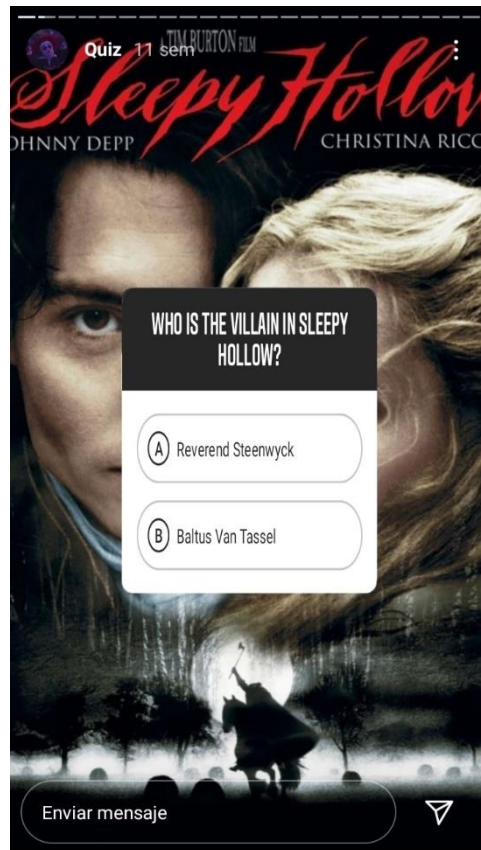


Imagen 92 : story quiz de @timburton_film en Instagram

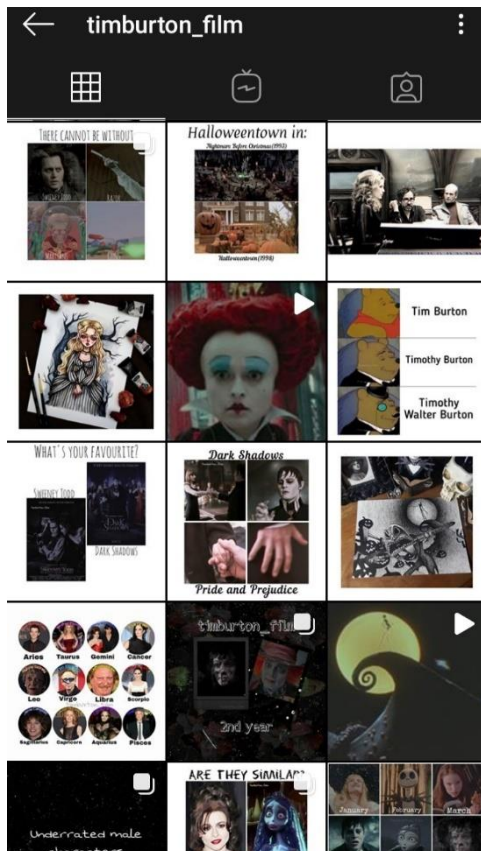


Imagen 93: publicaciones del perfil @timburton_film en Instagram

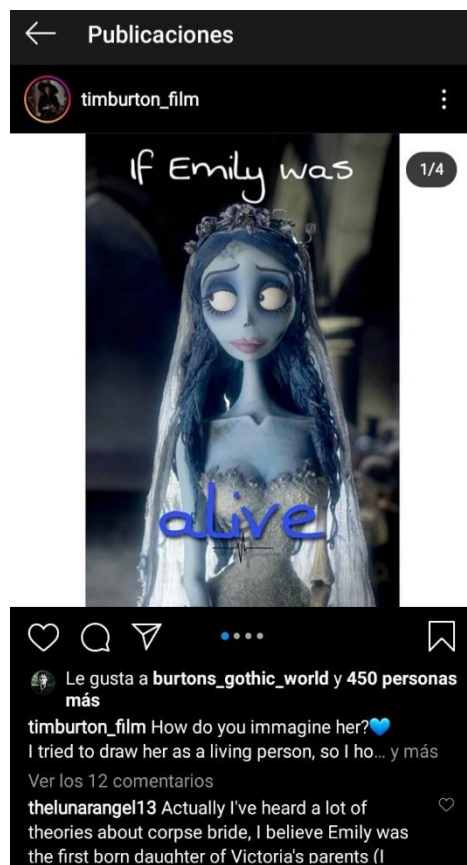


Imagen 94: último post de la cuenta @timburton_film en Instagram

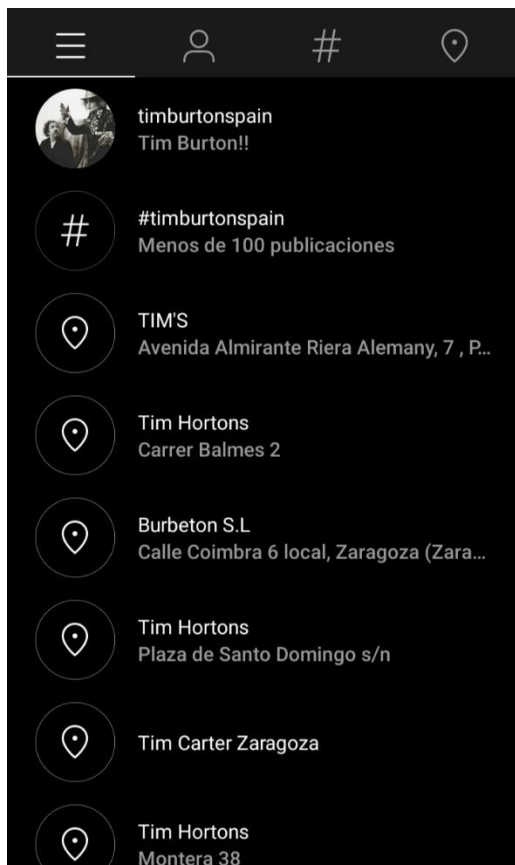


Imagen 95: resultados de la búsqueda Tim Burton Spain en Instagram

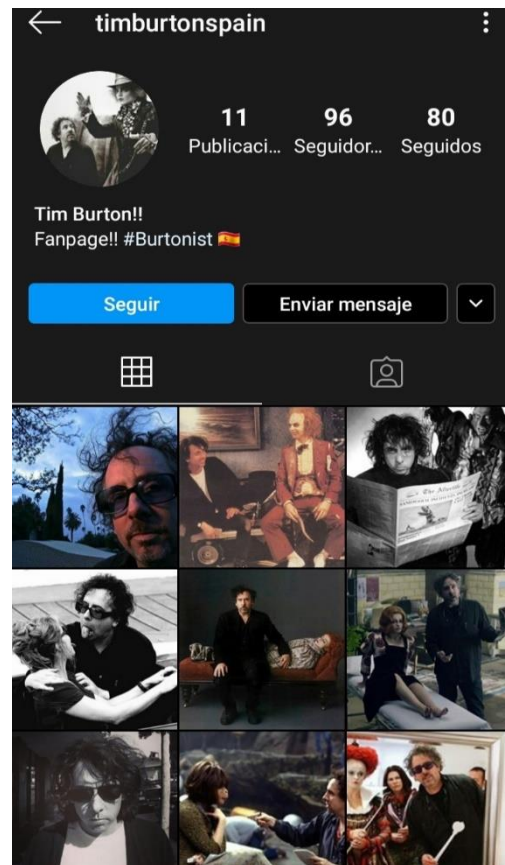


Imagen 96: perfil @timburtonspain de fans españoles en Instagram



Imagen 97: último post de @timburtonspain de fans españoles en Instagram

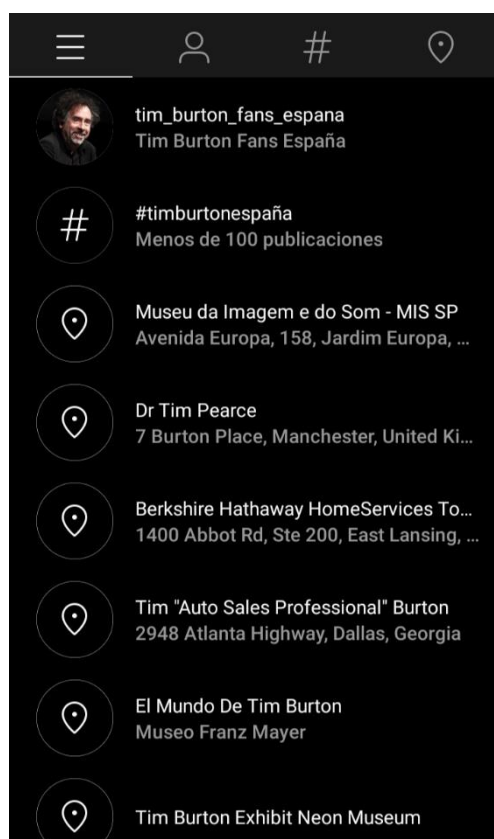


Imagen 98: resultados de la búsqueda Tim Burton España en Instagram

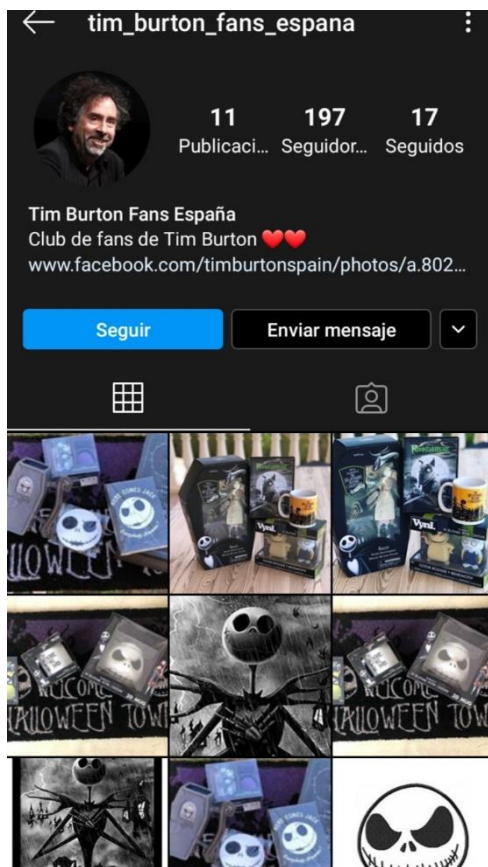


Imagen 99: publicaciones del perfil @tim_burton_fans_espana en Instagram

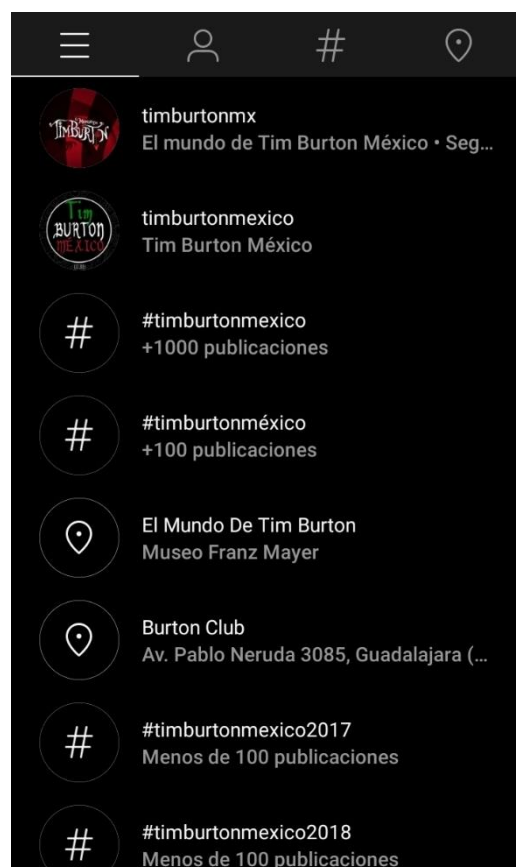


Imagen 100: resultado de la búsqueda Tim Burton México en Instagram

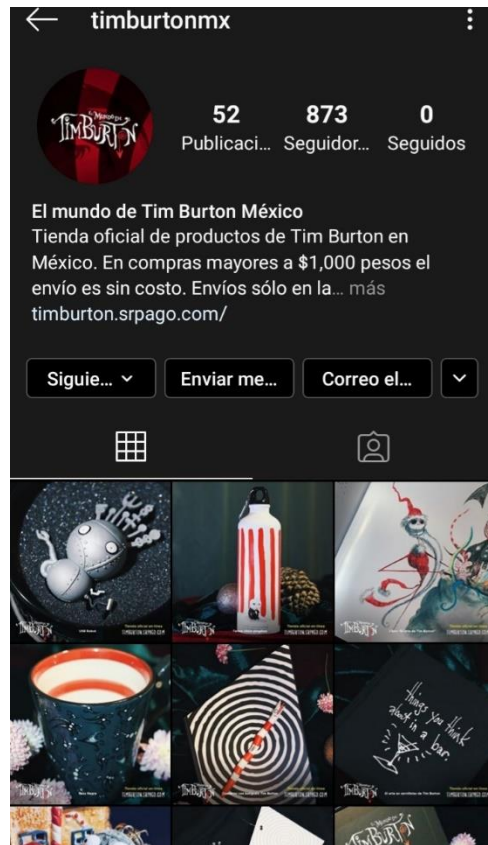


Imagen 101: perfil @timburtonmx de fans mexicanos en Instagram



Imagen 102: cuenta de fans mexicanos @timburtonmexico en Instagram



Imagen 103: categorías de pines o secciones a cerca de Tim Burton en Pinterest

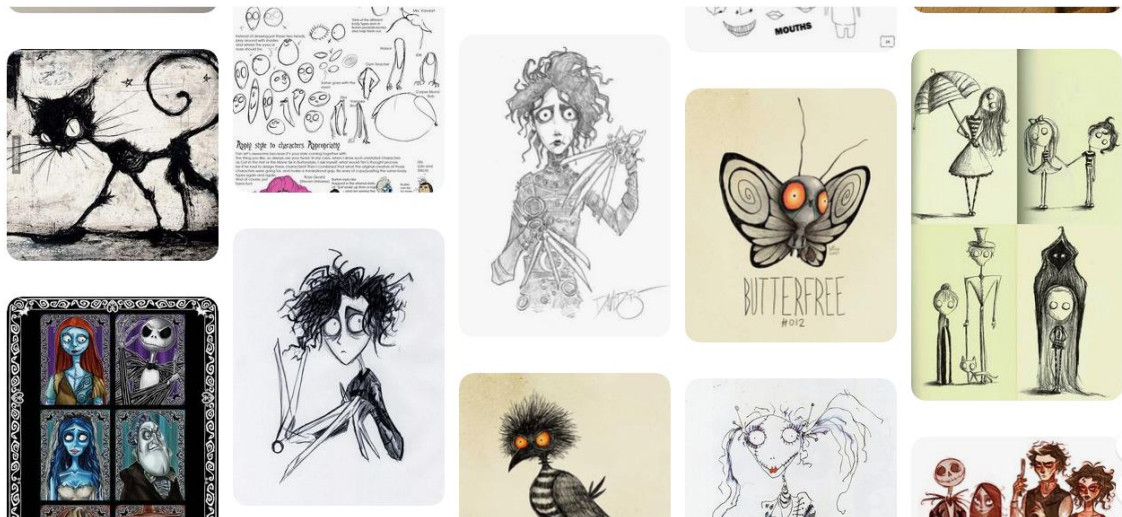


Imagen 104: imágenes o pines de la categoría "Estilo" de Pinterest



Imagen 105: Imágenes o pines de la sección "Personajes" de Pinterest

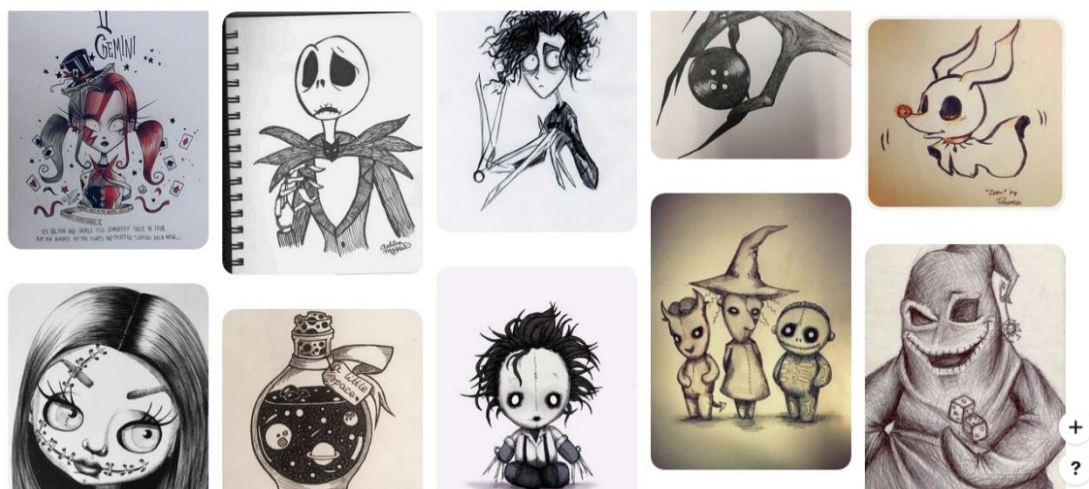


Imagen 106: Imágenes o pines de la sección "Dibujos" de Pinterest

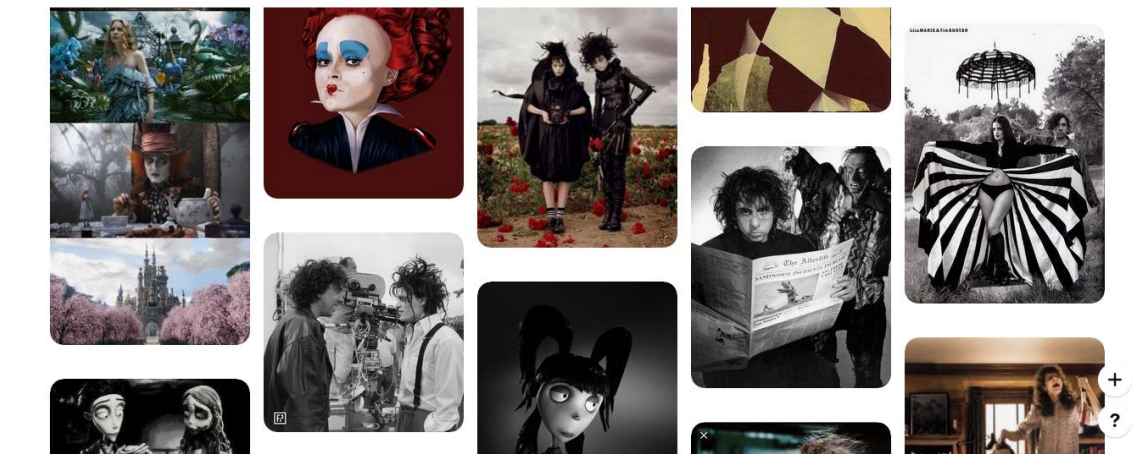


Imagen 107: imágenes o pines de la categoría “Fotografía” de Pinterest



Imagen 108: imágenes o pines de la categoría “Disney” de Pinterest

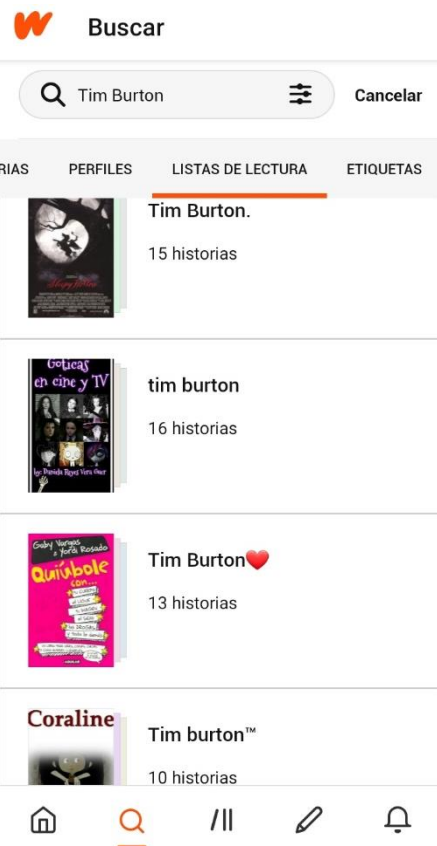


Imagen 109: listas de lectura resultado de buscar Tim Burton en Wattpad

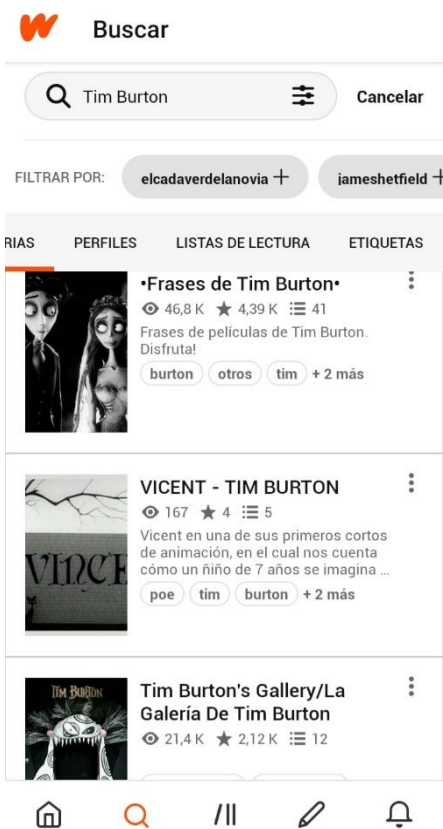


Imagen 111: historias o lecturas inspiradas en el mundo de Tim Burton y creadas por sus fans en Wattpad



Imagen 110: lecturas o historias inspiradas en Tim Burton y creadas por fans en Wattpad

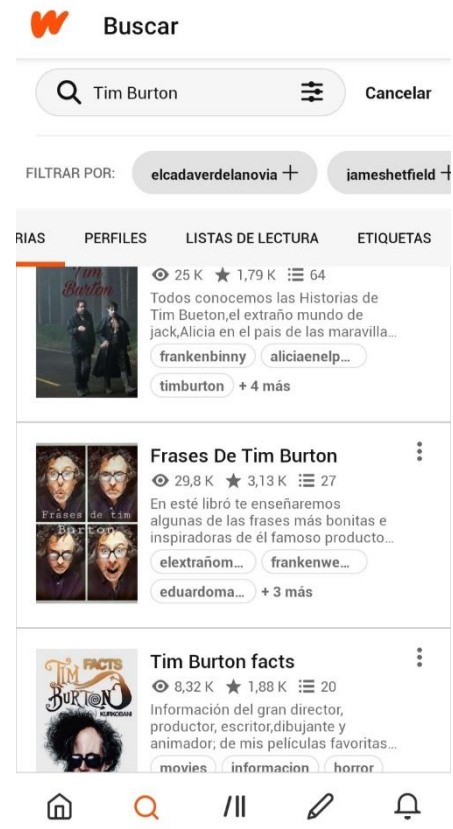


Imagen 112: historias o lecturas inspiradas en el director Tim Burton y creadas por fans en Wattpad

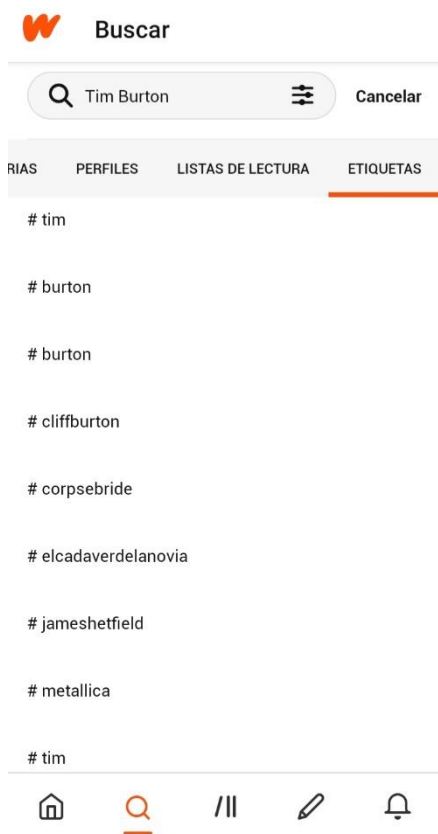


Imagen 113: etiquetas utilizadas en Wattpad para marcar las historias a cerca de Tim Burton y sus personajes

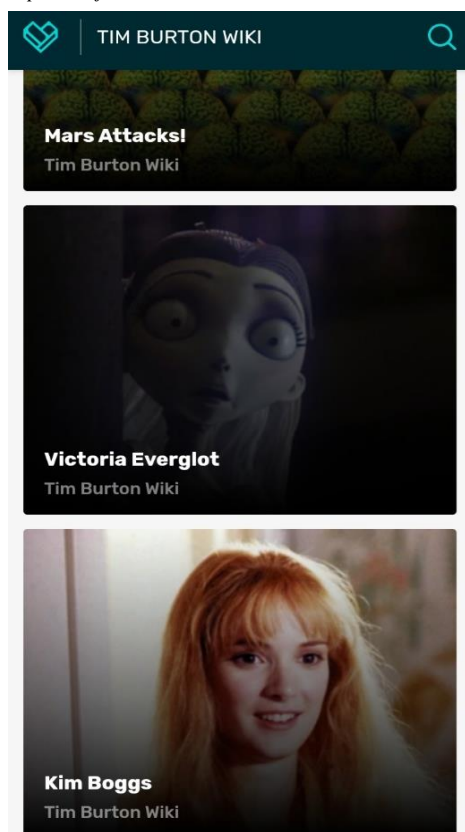


Imagen 115: temas de debate del foro de Internet Tim Burton Wiki



Imagen 114: fotografías disponibles en el foro de Internet Tim Burton Wiki



Imagen 116: temas de discusión del foro de Internet The Tim Burton Club en la página web Fanpop

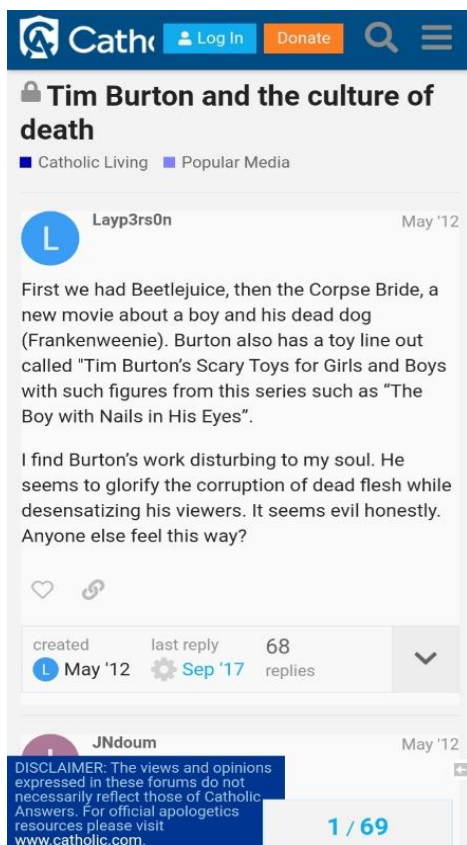


Imagen 117: Debate sobre Tim Burton y la cultura de la muerte en el foro católico de Internet Catholic

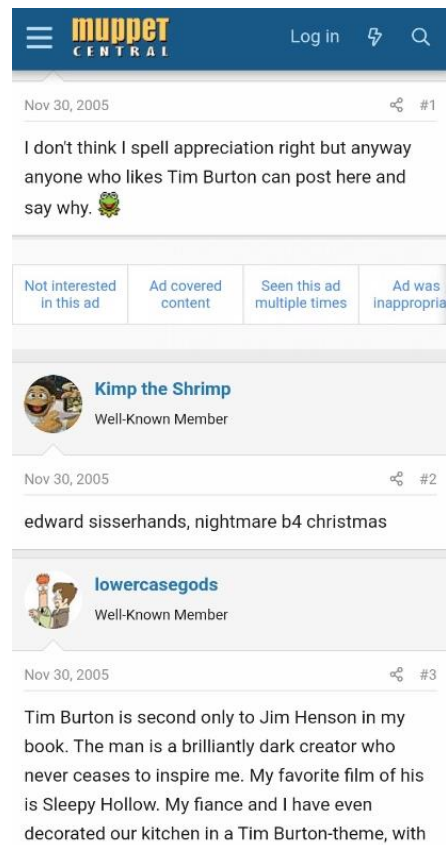


Imagen 118: debate de fans sobre por qué les gusta Tim Burton en la página de Internet Muppet Central

Preguntas realizadas a los administradores de las cuentas de Instagram @timburtonswonderland, @burtons_gothic_world y @timburtonfanss

1. *Why do you think fans like you love Tim Burton's world?/ ¿Por qué piensas que a fans como tú les apasiona Tim Burton?*
2. *Why do you think he is still having a lot of fans around the world?/ ¿Por qué crees que sigue teniendo tantos fans alrededor del mundo?*
3. *What Tim Burton means to you? /¿Qué simboliza/significa Tim Burton para ti?*
4. *Have you got a chat or fórum to talk about Tim Burton's universe? /¿Tenéis algún chat o foro para hablar sobre el universo burtoniano?*

Respuestas traducidas de @timburtonswonderland [Imagen 76]:

1. Creo que es para escapar del mundo cruel en el que vivimos. Pone mucho tiempo y esfuerzo en sus películas, por ejemplo, pesadilla Antes de

Navidad le llevó 3 años hacerla. Esto muestra cuanto tiempo está preparado para gastar haciendo a la gente feliz.

2. Mientras el siga con sus películas (igual no tanto como me gustaría, una película al día) pero acaba de hacer Dumbo de carne y hueso así que eso es lo más reciente, y sus locas ideas como Alicia en el País de las Maravillas y Charlie y la Fábrica de Chocolate.
3. Sus películas significan mucho para mi porque las relaciono con escapar de la realidad, de las cosas que la gente hace en su día a día.
4. Lo hago a través de Facebook Messenger como participante de un grupo. De todas formas, no interactúo mucho, no es mi foro. Solo hablo por aquí.

Respuestas traducidas de @burtons_gothic_world [Imágenes 80-83]:

1. El mundo y las películas de Tim Burton son únicas. Tienen un lado oscuro que siento que muchas personas tienen en su interior.

Muchos de sus personajes son extraños e inusuales, siento que muchos de nosotros somos así y podemos vernos reflejados en ellos.
2. Una vez que encuentras alguien con el que conectas y capaz de mostrar aceptación ante tu rareza/peculiaridad, debemos aferrarnos a esa persona. Burton como director ha jugado con sus propias reglas y nunca siguió cánones establecidos como otros directores.
3. Tim Burton significa originalidad y peculiaridad (todo bueno).
4. Hay grupos de Facebook dedicados a Tim Burton. También a través de mi cuenta de Instagram conecto con algunos fans. Compartimos imágenes y videos.

Respuesta única traducida de @timburtonfanss [Imagen 86]:

Me apasiona Tim Burton por su estilo único. Sus películas no son raras en el mal sentido, pero sí peculiares de una forma bonita. Ha hecho películas muy buenas e irrepetibles que creo que siempre permanecerán en la mente de la gente como Eduardo Manostijeras, Pesadilla Antes de Navidad y demás.

Probablemente, algunas personas siguen siendo fan de él por la nostalgia, porque cuando eran niños o adolescentes, veían filmes como Charlie y la Fábrica de Chocolate. Tiene una mente única y es capaz de transformar historias normales o cotidianas en algo extraordinario.

17. BIBLIOGRAFÍA

Arza Marcos, M. (2007). *Tim Burton*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Bacon-Smith, Camille. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992.

Barbas, S. (2001). *Movie Crazy: Fans, Stars, and the Cult of Celebrity*. New York: Palgrave.

Bucaille, L. (2017, 6 de diciembre). México: el cineasta Tim Burton inaugura una retrospectiva artística en su honor. France 24. Disponible en:

<https://www.google.com/amp/s/amp.france24.com/es/20171205-mexico-cine-tim-burton-retrospectiva>

Buder, S. (2020, 9 de abril). You can virtually tour Tim Burton's Original Art Exhibition at the Neon Museum in Las Vegas. Afar magazine. Disponible en:

<https://www.google.com/amp/s/www.afar.com/magazine/tim-burtons-original-art-is-coming-to-the-neon-museum-in-las-vegas/amp>

Busquet, J. (2012, marzo). *El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica*. Revista de Estudios de Juventud, 96, 13-29. Disponible en:

<https://www.recercat.cat/handle/2072/349125>

Cavicchi, D. (2020, 16 de mayo). *Fans and Fans Clubs*. Encyclopedia of Recreation and Leisure in America. Disponible en:

<https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/fans-and-fan-clubs>

Click, M. A., Lee, H., & Holladay, H. W. (2013). Making monsters: Lady Gaga, fan identification, and social media. *Popular Music and Society*, Vol. 36, No. 3, 360–379. Disponible en:

<http://dx.doi.org/10.1080/03007766.2013.798546>

De Certeau (1999). *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana, México.

Diggitmagazine. Social Media Celebrities. Disponible en:

<https://www.diggitmagazine.com/wiki/social-media-celebrity>

Todas las claves del fenómeno fan. (2015, 17 de junio). Revista Plácet. Disponible en:

<https://revistaplacet.es/claves-fenomeno-fan>

Fernando, L. (2016, 18 de julio). Video. ‘Vincent’, el tributo animado a Vincent Price y Edgar Allan Poe, dirigido por Tim Burton. Enfilme. Disponible en:

<https://enfilme.com/notas-del-dia/video-vincent-el-tributo-animado-a-vincent-price-y-edgar-allan-poe-dirigido-por-tim-burton>

Fidler, M. (2015) *The Origins and History of the All-American Girls Professional Baseball League*. Editorial: McFarland. Disponible en:

https://books.google.es/books?id=1H0MUrke7FcC&pg=PA153&lpg=PA153&dq=origins+of+fans+club&source=bl&ots=GUtD_SpY4j&sig=ACfU3U1XEAn2kvfaCOXtqhQoq5mrO_tFrg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjS0c6zxZnpAhU7DmMBHaavCqg4ChDoATADegQIBxAB#v=onepage&q=origins%20of%20fans%20club&f=false

Figuro, J. (2000). *Los inadaptados de Tim Burton*. Madrid: Ediciones Glénat.

Gilsenan, K. (2020, 1 de julio). Closely connected: social media's role during COVID-19. Globalwebindex. Disponible en:

<https://blog.globalwebindex.com/trends/social-media-covid-19/>

Hartmann, C. (2017). How to #StayPeculiar on Snapchat courtesy by Tim Burton. Fansided. Disponible en:

<https://hiddenremote.com/2016/09/29/how-staypeculiar-snapchat-courtesy-tim-burton/>

Hills, Matt (2002) Culturas de fans. Londres y Nueva York : Routledge .

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=td10zMpqK4gC&oi=fnd&pg=PR9&ots=J9IyrKpnc9&sig=HHSAzTY-RnPKpowIhDGlcBv38k&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Hills, M. (2003). Recognition in the eyes of the relevant beholder; Representinng ‘subcultural celebrity’ and cult TV fan cultures. Mediaactive, 2(2), 59-73. Disponible en:

<https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA157947610&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=17408105&p=AONE&sw=w>

Hou, M. (2018). Social media celebrity and institutionalization of YouTube. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 2019, Vol. 25(3) 534–553. Disponible en:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1354856517750368>

Jenkins, H. (2010). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona. (Edición original: (2006). Convergence culture. Where old and new media collide. New York University Press, Nueva York-Londres.

Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós. (Edición original: (1992). Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. Routledge, Londres).

Lewis, L. (1992). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge.

López, A. (2016, 23 de febrero). ¿Quién se esconde tras los perfiles sociales de los famosos? Prnoticias. Disponible en:

<https://historico.prnoticias.com/internet-y-redes-sociales/redes-sociales/20149672-quien-esconde-tras-perfiles-sociales-famosos>

Morin, E. (1966). *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Taurus, Madrid. (Edición original (1962): *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*. Bernard Grasset, Paris).

Morin, E. (1972). *Las stars*. Dopesa, Barcelona. (Edición original: (1956). *Les Stars*. Seuil, Paris).

Morón, L. (2018, 22 de abril). *La dictadura de los likes*. Periódico El País. Disponible en:

https://elpais.com/elpais/2018/04/11/eps/1523439393_286283.html

Nathan, I. (2019). *Tim Burton: genio y obra de un icono del cine*. Madrid: Editorial Cúpula.

Pardo, P. (2017, 4 de diciembre). Tim Burton llega al Museo Franz Mayer. El Heraldo de México. Disponible en:

<https://www.google.com/amp/s/heraldodemexico.com.mx/escena/fotos-las-creaciones-de-tim-burton-llegan-al-museo-franz-mayer/>

Pastor, D. (2018). *Los mundos de Tim Burton. Luces y sombras, mitos y leyendas*. Palma de Mallorca: Dolmen Editorial.

Rodríguez, H.J. (2006). *Tim Burton*. Madrid: Ediciones JC Clementine.

Roig, A. (2009). *Cine en Conexión: Producción industrial y social en la era 'cross-media'*. UOC Press, Barcelona.

Rojo, J.M. (1997-1998). *Tim Burton y el mito de la rebelión*. Revista Salamandra, 8-9. Disponible en:

<https://gruposurrealistademadrid.org/jose-manuel-rojo-tim-burton-y-el-mito-de-la-rebelion>

Redacción La Vanguardia. (2012, 5 de marzo). El surrealismo gótico de Tim Burton fascina en París. La Vanguardia, Cultura. Disponible en:

<https://www.google.com/amp/s/www.lavanguardia.com/cultura/20120305/5426443935/2/surrealismo-gotico-tim-burton-fascina-paris.html%3ffacet=amp>

Ruíz-Gómez, A. (2019). Digital Fame and Fortune in the age of Social Media: A Classification of social media influencers. aDResearch ESIC. N° 19 Vol 19, 8- 29. Disponible en:

<https://doi.org/10.7263/adresic-019-01>

Sahni H., Sharma, H. (2020, 29 de junio). Papel de las redes sociales durante la pandemia COVID-19: ¿beneficioso, destructivo o reconstructivo? Int J Acad Med 2020, 6, 70-75. Disponible en:

<http://www.ijamweb.org/article.asp?issn=24555568;year=2020;volume=6;issue=2;spage=70;epage=75;aulast=Sahni>

Salisbury, M., Depp, J. (2006). *Burton on Burton*. Estados Unidos: Farrar, Straus and Giroux Publishing Company.

Salvà, N. (2019, 30 de marzo). Tim Burton: “Siempre vi a Dumbo como un alma gemela”. El Periódico Extremadura. Disponible en:

https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/cultura/siempre-vi-dumbo-alma-gemela_1153715.html

Stein, F. (2015). *A History of the Baseball Fan*. Editorial: McFarland. Disponible en:

https://books.google.es/books?id=FBJ1Nq8GIyC&pg=PA18&lpg=PA18&dq=fans+clubs+history&source=bl&ots=OWbfgHoRUr&sig=ACfU3U2edzayK2hZP8T7oZ8LmUCoesUeIg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiX_bGpxnpAhUIDGMBHXWvAvQQ6AEwGnoECACQAQ#v=onepage&q=fans%20clubs%20history&f=false

Taylor, S. (2019, 20 de agosto). 8 apps that celebrities use to build their brands and express themselves. Business Insider. Disponible en:

<https://www.businessinsider.com/celebrities-favorite-apps-most-used-2019-8?IR=T>

Thompson, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona. (Edición original: (1997). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Polity Press, Cambridge).

Thompson, S. (2020, 9 de abril). Tim Burton's "Lost Vegas" Exhibit bows out with Facebook Live Tour. Forbes magazine. Disponible en:

<https://www.forbes.com/sites/simonthompson/2020/04/09/tim-burtons-lost-vegas-exhibit-bows-out-with-facebook-live-tour/>

Villena, T. (2014). *La actualidad del fenómeno fan en las redes sociales. Retroalimentación mediática*. Universidad Politécnica de Valencia. Disponible en:

<https://m.riunet.upv.es/handle/10251/48146>

Imágenes de autoría desconocida u ajena y utilizadas en el Presente Trabajo obtenidas y disponibles en:

<https://www.google.com/amp/s/www.mundotkm.com/mx/entretenimiento/235213/este-fue-el-tierno-gesto-que-tuvo-tim-burton-con-una-fan-mexicana/amp>

https://www.google.com/search?tbs=simg:CAQSwQIJE_1fE4c9TM8IatQILEKjU2AQaAghCDAsQsIynCBpiCmAIAxIoxh-KG7UbqhupG4QbqxvLH4IbjBvNL9Ev0C-2O5M7yy-3O4Q7zi-yLxowUqc5kHuEM5BkDP8KfI9QTG06yKRuQWou0dbxLgdmj2dX8Gw2Dg8DCUSpn73hrCwSIAQMCxCORv4IGgoKCAgBEgSAu0qxDAsQne3BCRqiAQohCg5sZWF0aGVyIGphY2tldNqliPYDCwoJL20vMGRseTkWCh0KCnNtYXJ0cGhvbmXapYj2AwsKCS9tLzAxNjI6aAocCglnZW50bGVtYW7apYj2AwsKCS9tLzAxOXA1cQoeCgtuYWlsIHBvbGlzaNqliPYDCwoJL20vMDQwMzBqCiAKDW1vYmlsZSBkZXZpY2XapYj2AwsKCS9tLzAzMHN3agw&sxsrf=ALeKk02I-jRpdPdWOezRnSnQxxwaZ563qA:1598442733810&q=tim+burton%27s+fans&tbm=is&sa=X&ved=2ahUKEwi0td6a57jrAhWkxIUKHUUgD6YQ2A4oAXoECACQBA&biw=360&bih=647

https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/cultura/siempre-vi-dumbo-alma-gemela_1153715.html

https://www.google.com/search?tbs=simg:CAQSvAIJ_1aLgCQtVWkIasAILEKjU2AQaAghCDAsQsIynCBpiCmAIAxIozA7eDs4OuhDyBJcF3Q7NDp4FmAW5L6gl5S_1vOuYvyS3OOrcvsiWtLxowbGuTlyKH4btQpGA_1_1v64XKGjphbwtQVzpoQKi0lkzpfWj_1AfPuVUt-IeQc-3I5XgIAQMCxCORv4IGgoKCAgBEgTMGJYMDAsQne3BCRqdAQodCgptb25vY2hyb21l2qWI9gMLCgkvbS8wMW13a2YKIwoQdmludGFnZSBjbG90aGluZ9qliPYDCwoJL20vMDh2NGdoChkKBnBvc3RlctqliPYDCwoJL20vMDFuNWpxCh4KC3JldHJvIHN0eWxl2qWI9gMLCgkvbS8wMWgydzcKHAoJZ2VudGxlbWFu2qWI9gMLCgkvbS8wMTlwNXEM&sxsrf=ALeKk03uBDoq6rtKPopIVTMoiZmU-j8wtg:1598538824433&q=tim+burton+behind+the+scenes&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjHxaiWzbvrAhUQmBQKHRT7BgAQ2A4oAXoEAcQBA&biw=360&bih=647&dpr=2