

Para citar este texto: Establés, MJ., Guerrero-Pico, M. (2017). “Los fans como traductores y distribuidores de contenido en el ecosistema transmedia: promocionando series de televisión españolas en el extranjero”. En Torrado Morales, S., Ródenas Cantero, G., Ferreras Rodríguez, J.G,(Eds.) *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales*. Barcelona: Editorial UOC.

Los fans como traductores y distribuidores de contenido en el ecosistema transmedia: promocionando series de televisión españolas en el extranjero

María-José Establés, mariajose.estables@upf.edu

Mar Guerrero-Pico, mariadelmar.guerrero@upf.edu

Grupo de investigación MEDIUM – Departament de Comunicació

Universitat Pompeu Fabra - Barcelona (España)

1. Introducción

El *fandom* de las series de televisión españolas es un fenómeno en auge. En particular, algunas de las últimas ficciones de Televisión Española (La 1) están teniendo una especial incidencia en las audiencias, mucho más activas a través de su actividad en redes sociales, blogs y foros de discusión (Jenkins, Ford & Green, 2013; Chávez Ordóñez, 2014, González-Neira & Quintas-Froufe, 2014). Esto implica un nuevo panorama en la ecología mediática en España ya que, entre otras razones, ha existido un estigma asociado a las series nacionales, tradicionalmente percibidas por el público como productos de ‘baja calidad’ (Diego González, Etayo Pérez, & Pardo, 2011). A pesar de ello, la audiencia (Busse & Gray, 2011) de estas producciones no sólo se circunscribe al territorio español sino que se extiende a otras áreas del espacio lingüístico hispanohablante, concretamente, los países de América Latina.

Muchas de estas ficciones nacionales no son traducidas o dobladas a otros idiomas, como sí ocurre con las producciones anglosajonas, de ahí que muchos fans se han sentido motivados a promocionar los episodios y otros contenidos transmediáticos derivados en culturas no castellanoparlantes. Por tanto, dichos materiales se traducen al inglés y otros idiomas a través de prácticas divulgativas como el *fansubbing* o subtulado (Guerrero Pico, 2016), y propagados en una variedad de plataformas digitales como *Tumblr*, *YouTube* o *Twitter*. Una visión transnacional y transcultural (Chin & Hitchcock Morimoto, 2013; Siuda, 2014) está en el epicentro de este activismo y esfuerzo comunicativo impulsado por los fans. Por una parte, un sentido de orgullo impregna el discurso de los fans españoles al apoyar abiertamente las series

producidas en el país y, por otra, han sido progresivamente conscientes de los retos de la cultura y lengua a la hora de difundir estas producciones en el mercado internacional.

En este sentido, el presente capítulo se centra en una parte del *fandom* de las series *Isabel* y *El Ministerio del Tiempo*, que tienen en común el hecho de ser emitidas por La 1 y de compartir algunas líneas argumentales, personajes y motivos de la historia y culturas españolas. Es por ello, que pondremos el acento en analizar las estrategias y motivaciones de los fans cuando deciden crear y difundir este tipo de contenidos a través de internet (Guerrero Pico, 2016).

2. Marco teórico

Para este estudio, nos hemos centrado en cuatro ejes teóricos: la llamada *gift economy* o economía del regalo; la perspectiva del *fandom* transcultural y transnacional; el aprendizaje de idiomas; y el rol de la televisión pública como servicio público.

Una de los aspectos más característicos, y a la vez polémicos, de los estudios de fans, es el relativo a la *gift economy*, o economía del regalo. Muchos fans producen distintos textos de forma altruista que ofrecen al resto de la comunidad. En este sentido, debemos destacar que esta *fandom gift economy* debe ser entendida como la circulación en un complejo sistema de reciprocidad de una amplia variedad de regalos, siendo dichos presentes un signo de su recepción (Turk, 2014). Además, desde la perspectiva de los estudios sobre traducción, (Jiménez-Crespo, 2017; Valero-Porras & Cassany, 2016; Zhang & Cassany, 2016), la práctica del subtítulo de películas y series de televisión realizado por fans (*fansubbing*) formaría parte de dicha economía.

El principal debate que surge a raíz de la creación de textos, como es el caso de los subtítulos realizados por fans y no por profesionales titulados, surge en relación a la legitimidad o no de dichas prácticas. Por un lado, para algunos traductores profesionales consideran legítima la práctica del “subtitulado amateur” si bien les parece poco ética la actitud de algunas productoras o canales de televisión que descargan estos contenidos para no pagar los servicios de subtítulo de las series que emiten¹. Por otro lado, existen traductores titulados que creen que estas prácticas puedan afectar a su trabajo (labor remunerada en contraposición a la de los fans que, en principio, no lo es), mientras que otros las alaban. De hecho, encontramos a los que creen que algunos fans, en especial de *anime*, realizan una función de difusión de productos mediáticos que, de otra forma, no serían subtítulos al español (Muñoz Sánchez, 2010), mientras otros defienden las prácticas de *fansubbing* porque ayudan a los futuros traductores titulados a empezar a desenvolverse en el oficio (Martínez, 2011).

Así, el *fansubbing* debemos comprenderlo como una práctica semiótica dentro de una cultura compartida (Valero Porras & Cassany, 2016). En este sentido, entendemos que “la noción de creatividad vernácula en el *fandom* no ha de comprenderse como resultado del ingenio

¹ A comienzos de 2017, surgió una polémica con la cadena digital Movistar+ debido a la apropiación de unos subtítulos realizados por un fan y que habían sido colgados en un portal web de subtítulo. En el siguiente enlace se puede leer más sobre esta noticia :

<http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/subtitulos-traducion-series-peliculas-television_0_608239814.html>

individual, sino como un proceso situado en contextos culturales y orientado a representar identidades de grupos sociales particulares” (Valero Porras & Cassany, 2016).

Estas prácticas nos llevan a plantearnos si algunos miembros de las comunidades de fans están llevando a cabo procesos y estrategias de profesionalización. Siguiendo esta línea, volvemos de nuevo a la cuestión de las relaciones de tensión existentes entre los fans, a través de sus *fanworks*, y las industrias culturales. Dependiendo de una perspectiva más o menos crítica, diversos autores están reflexionando sobre esta cuestión a través de distintas perspectivas como la explotación (Jones, 2014), procesos creativos (Roig, 2013) o derechos de autor (De Kosnik, 2009). Sin ahondar en esta cuestión debido a que excede los límites de este capítulo, uno de los casos en los que la relación entre fans y productores ha sido más horizontal, es el caso de la serie *El Ministerio del Tiempo*. Durante su segunda temporada, se creó una tienda de productos oficiales de *merchandising* que estaba disponible únicamente en la web oficial de Televisión Española. El diseño de los productos fue realizando por un grupo de fans de la serie. Para fomentar la exclusividad de los productos, las ventas tenían un cupo limitado de pedidos. Los beneficios obtenidos se repartieron entre la productora de la serie y los fans participantes en esta iniciativa (Prensa RTVE 2016).

Retomando la práctica del *fansubbing*, debemos diferenciar entre dos tipos de fans que forman parte de las comunidades de subtítulo. Así, encontramos los fans creadores y los fans consumidores (Ito, 2012; Schules, 2014). La gran diferencia entre unos y otros es su implicación real en la comunidad y que, según Zhang (2016) “los *fansubbers* se diferencian claramente de los seguidores, simpatizantes o amantes del *fansub*, ya que no pertenecen a la comunidad”. Si bien los subtítulos realizados por fans de las series *Isabel* y *El Ministerio del Tiempo*, objeto de nuestro estudio, se han realizando de una forma más espontánea e incluso se han colgado en espacios digitales como Tumblr, existen comunidades chinas muy activas de *fansubbing* dedicadas al subtítulo de ficciones españolas, como es el caso de *The Burrow* (Zhang & Cassany, 2016). Tal y como señalan estos autores, dos de las premisas de estas comunidades se basan, por un lado, en ofrecer gratuitamente los subtítulos y, por otro, no reapropiarse de los trabajos de otras comunidades de *fansubbing*, lo que fomenta el subtítulo de un mayor número de series de televisión.

El análisis del fenómeno de difusión de contenidos de forma altruista, ya sean subtítulos de las obras como imágenes y textos explicativos a nivel histórico de las tramas tanto de *Isabel* como de *El Ministerio del Tiempo*, no puede dejar de lado la perspectiva transnacional y transcultural. En este sentido, Chin y Morimoto (2013) defienden una nueva teoría de los estudios de fans, que se mueve más allá de un marco centrado en la nación para examinar los matices y las complejidades del *fandom* transcultural. Así pues, surge de la "afinidad afectiva" que atrae a los aficionados a los objetos transculturales a pesar de los límites lingüísticos, culturales y geográficos. Desde posición opuesta a este razonamiento, Siuda (2014) argumenta que es harto complicada la existencia de *fandoms* transculturales y transnacionales, ya que es fundamental una base local, puesto que la comunicación con otros fans no es suficiente para la cohesión de sus comunidades. Nuestro posicionamiento se sitúa más cercano a la posibilidad real de acercar los textos a cualquier tipo de fan, sea cual sea su lugar de residencia. En el caso de las dos series que analizamos, si bien son producidas y emitidas en España, por un lado, tienen una gran repercusión en los países de América Latina,

y por otro despiertan interés en los fans de series históricas (*period dramas*) o de ciencia ficción (*sci-fi*). Es muy habitual que, en el caso de *fan arts* o *fan fics* existan *crossovers*, o también comparaciones entre personajes de *Isabel* con series como *Los Tudor* o *El Ministerio del Tiempo* con *Doctor Who*.

Una de las lenguas más utilizadas a la hora de crear los subtítulos o los *GIFs* o *fan arts* relativos a las ficciones *Isabel* y *El Ministerio del Tiempo* es el inglés. Algunos fans mejoran de esta forma su competencia lingüística en inglés (Guerrero Pico, 2016), pero a su vez, acercan a personas interesadas en el aprendizaje del español los textos en sus lenguas maternas². Siguiendo esta línea, otro de los motivos por los que tanto *Isabel* como *El Ministerio del Tiempo* interesan a los fans es que son emitidas y producidas por fondos públicos de Televisión Española³. Así, consideran que debido a la vocación de servicio público que debe tener la televisión financiada por la ciudadanía debe ofrecer contenidos de “calidad” relacionados con la Historia y cultura del país (Establés-Heras & Rivera-Pinto, 2015).

3. Las series de televisión *Isabel* y *El Ministerio del Tiempo*

Nuestros casos de estudio son dos series de televisión emitidas en la cadena pública La1 del ente Radio Televisión Española (RTVE): *Isabel* (2012-2014) y *El Ministerio del Tiempo* (2015-). La primera de ellas, producida por Diagonal TV, es el drama histórico *Isabel* que cuenta la historia de la reina Isabel I de Castilla, también llamada Isabel La Católica. La ficción está dividida en tres temporadas que abarcan desde la juventud de Isabel hasta su ascenso al trono de la Corona de Castilla; desde la guerra de Sucesión Castellana hasta la Toma de Granada; y finalmente desde 1492 hasta el año de su fallecimiento en 1504. En el caso de la primera temporada, se intenta mantener fiel al rigor histórico, incluso acudiendo a fuentes escritas de la época para adaptar algunos de los diálogos de la serie, si bien, en las dos siguientes temporadas se producen un mayor número de licencias artísticas (Ruiz Pleguezuelos, 2016; Salvador Esteban, 2016). De igual modo, toda la serie tiene cierto carácter didáctico, que además se ve reforzado con varias acciones transmediáticas: la aplicación de segunda pantalla o los documentales y organigramas interactivos realizados por Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE (Barrientos Bueno, 2013; Establés-Heras, 2016).

Por otra parte, *El Ministerio del Tiempo* (2015-) es una serie de ciencia ficción y fantasía histórica creada por los hermanos Javier y Pablo Olivares (guionistas de la primera temporada de *Isabel*), y producida por Cliffhanger y Onza Entertainment. En concreto, cuenta las aventuras de un grupo de agentes de un ministerio del Gobierno de España en las que se guarda un secreto de Estado: las puertas del tiempo que permiten viajar a través de la Historia del país. La función del Ministerio es mantener sin cambios el pasado, pero los funcionarios no tardarán en descubrir que existen, tanto excepciones a la regla, como agentes dobles que apuestan por cambiar los hechos pasados. Se trata de una producción en la que destacan las

² A las cuentas oficiales en redes sociales de *El Ministerio del Tiempo* llegan mensajes de profesores de español como lengua extranjera en distintos países asegurando que sus alumnos están mejorando su competencia lingüística en castellano, y también sus conocimientos sobre la cultura e Historia españolas, gracias al visionado de la serie.

³ Al menos ha sido así para las tres temporadas de *Isabel* y para las dos primeras de *El Ministerio del Tiempo*, ya que la tercera temporada ha sido coproducida por la plataforma de *streaming Netflix*.

referencias intertextuales y a distintos géneros televisivos, así como mantiene un carácter didáctico sin dejar un producto de entretenimiento (Scolari & Establés, 2017 en prensa)

Hemos decidido analizar estas dos series por estos cinco motivos:

- Ambas ficciones se han emitido o se están emitiendo en La 1 y en la sección de series de la página web de RTVE.
- Las dos series exploran temáticas relacionadas con la Historia de España e incluso comparten personajes, actores y tramas. Por ejemplo, esos son los casos de la reina Isabel, interpretada por la actriz Michelle Jenner, o el de el funcionario Julián Martínez de *El Ministerio del Tiempo*, que ha sido interpretado por Rodolfo Sancho, que a su vez daba vida al rey Fernando en *Isabel*. Además de la cuestión del *casting* en ambas series, otro guiño intertextual que se produce en *El Ministerio del Tiempo* tiene que ver con que el propio ministerio se crea en la época del reinado de Isabel La Católica.
- Por otra parte, la producción realizada por una parte de los fans de las dos series es muy prolífica. Por un lado, los llamados *isabelinos* (el *fandom* de *Isabel*) y por sobre todo, los *ministéricos* (los fans de *El Ministerio del Tiempo*) realizan distintos *fan works* relacionados con los mundos narrativos de sendas ficciones.
- Otra de las prácticas realizadas por los fans que ocurre de forma recurrente en ambas ficciones es la promoción de los contenidos a otros idiomas, principalmente al inglés. Así, encontramos *GIFs*, *memes* y textos explicativos de las escenas tanto de *Isabel* como de *El Ministerio del Tiempo*, además de subtítulos en varias lenguas (inglés, francés, italiano, portugués, chino, etc.).
- El *fandom* que está comprometido con la creación de estos contenidos en otros idiomas, entre otras motivaciones, les mueve el interés por los contenidos históricos y la difusión de dos series que consideran de buena calidad, y que “merecen” ser conocidas por el público no hispanohablante. En este sentido, cabe destacar que los fans de estas dos ficciones no se circunscriben a las fronteras españolas, sino que cuentan con un público fiel en países de Latinoamérica. Esto se debe a la posibilidad de poder visionar de forma gratuita las series en la web de RTVE⁴, lo que ha contribuido a difundir las series *made in La 1*.

4. Metodología

Para este estudio, hemos tomando una perspectiva cualitativa de investigación. Para ello, no nos interesa exactamente saber cuánta cantidad de mensajes y/o de producciones se están realizando, sino la naturaleza de los mismos. En concreto, nuestro objetivo es analizar las estrategias y motivaciones de los fans cuando crean y difunden este tipo de contenidos en Internet. (Guerrero Pico, 2016).

⁴ Tanto *Isabel* como las dos primeras temporadas de *El Ministerio del Tiempo* se pueden ver tanto en la web de RTVE como en *Netflix*. Sin embargo, la recién estrenada tercera temporada de *El Ministerio del Tiempo* (junio de 2017), debido al acuerdo de producción entre las productoras de la serie y *Netflix*, sólo se podrá ver fuera de España a través de la plataforma de pago, lo que ha provocado el profundo malestar de muchos fans.

Siguiendo esta línea, la metodología que hemos empleado en esta investigación se estructura sobre dos ejes: la etnografía virtual (Boellstorff et al., 2012; Evans & Stasi, 2014) y el análisis de contenido (Van den Bulck et al., 2016). En este sentido, hemos realizado una observación no participante que consta de dos partes. La primera se realizó en las redes sociales Twitter, Tumblr y YouTube. En concreto, hemos analizado contenidos relacionados con textos visuales, audiovisuales y escritos que tratan temas históricos (principalmente de la Edad Moderna) y sobre las biografías de los personajes que aparecen en la serie *Isabel*, que a su vez, protagonizan otras series, tanto españolas (*Carlos, Rey Emperador*) como británicas (*Los Tudor, The White Princess*, etc.) La segunda parte de la observación no participante se centró en diversas páginas y portales *web* dedicados al subtulado de series de televisión y películas.

Una vez seleccionados nuestros objetos de estudio, hemos realizado un análisis de contenido, diferenciando entre dos tipos de fans: los que son únicamente consumidores de contenidos realizados por otros fans (y realizan comentarios descriptivos y/o críticos) y los fans creadores de contenidos. Para facilitar el análisis y gestión de las categorías, hemos utilizado el software de análisis cualitativo NVivo 10.

5. Análisis

La producción de textos visuales, escritos y audiovisuales de corte histórico y biográfico realizada por fans es muy prolífica, en concreto en la plataforma digital Tumblr. Esta comunidad se caracteriza por contener distintos *microblogs* sociales donde se publican y comparten contenidos, especialmente fotografías y GIFs animados. Durante nuestro rastreo en esta red, hemos detectado una cuenta oficial de los creadores de *El Ministerio del Tiempo*, y un sinnúmero de usuarios que crean y/o comparten contenidos relacionados con esa serie, pero sobre todo, con *Isabel*. El formato de la mayor parte de los mensajes es el de *GIF* animado, mientras que los contenidos derivan desde las hagiografías a escenas concretas de las series, así como comparaciones con otras ficciones. El contenido que tienen en común todos los mensajes analizados es la utilización de un idioma distinto al español, normalmente el inglés.

Así, en el caso de *Isabel* se percibe una gran interacción entre los fans consumidores (que se suelen declarar seguidores de la serie pero no ser castellanoparlantes) y los fans creadores. En concreto encontramos peticiones de creación de *GIFs* que sean comparativos entre distintas ficciones que comparten mismos personajes con *Isabel*, como es el caso de *Los Tudor, The White Princess* o *Carlos, Rey Emperador*, entre otros. Dichas solicitudes las realizan a través de los formularios Ask que están disponibles en los perfiles de Tumblr de los fans creadores.

Por otra parte, estos fans creadores que se van construyendo una reputación dentro de la comunidad de series, en concreto de los denominadas *period dramas*, van realizando una labor de documentación de los hechos históricos. Para ello, seleccionan los textos que quieren traducir del español al inglés (como tratados de paz, cartas entre los personajes históricos, etc.) y crean remixes junto a imágenes de la serie *Isabel*. En algunos casos, los fans lo realizan para contrastar los contenidos de las series de ficción que no se ciñen a las fuentes escritas de los hechos históricos que narran. Además, un tercer tipo de texto, en formato de fotomontaje, se centra en las efemérides, bien sean de momentos históricos relevantes, o las fechas de nacimiento, o fallecimiento de los personajes que aparecen en este drama histórico.

La producción de contenidos traducidos a otros idiomas en el caso de *Isabel* no se circunscribe únicamente al ámbito de Tumblr. También existen cuentas de Twitter, que siguen activas tras dos años del fin de las emisiones en directo de la serie en La 1, que simulan los personajes históricos y modulan sus mensajes intentando imitar el lenguaje de la época en la que vivieron. La principal lengua utilizada es el español, si bien también se comunican en inglés, interactuando así con otros perfiles de Twitter similares que representan a otros personajes de distintos dramas históricos, sobre todo *Los Tudor*.

Los *mashups* audiovisuales también son muy habituales, con sus respectivos subtítulos en inglés o en otros idiomas distintos al español, sobre todo en modo de *teaser*. El objetivo es invitar a espectadores no hispanohablantes a ver la serie. Cuando han conseguido dicho propósito, uno de los problemas que se han encontrado muchos espectadores fuera de España es la falta de subtítulos oficiales. Si bien es cierto que la primera temporada de *Isabel* ha sido exportada a distintos países subtitulada, e incluso doblada al árabe, muchos fans han querido acceder a los contenidos de forma más rápida para consumir toda la serie en un único visionado. Y es ahí donde entra el rol de los *fansubbers*. Hemos detectado distintas páginas web destinadas a la descarga de subtítulos en varios idiomas, sobre todo en inglés. En nuestro análisis con NVivo, a través de la realización de una frecuencia de palabras, hemos descubierto que existen subtítulos de la serie también en francés, ruso, italiano o portugués.

Si el mundo narrativo expandido de *Isabel* se caracteriza por los *GIFs* y sobre todo por la preocupación por la transmisión de contenidos históricos contrastados, el de *El Ministerio del Tiempo* se centra más en el subtítulo de la serie. En este sentido, creemos que donde no llega el canon, se encuentra el *fandom*. Es decir, la serie solo se encuentra subtitulada al español para personas con discapacidad auditiva, por lo que los fans se pusieron manos a la obra desde el episodio primero de la serie (emitido el 24 de febrero de 2015) para crear los *fansubs* en distintas lenguas, aunque principalmente al inglés, francés e italiano. En este sentido, cuando fans no castellanoparlantes se dirigen en Twitter a la cuenta oficial de *El Ministerio del Tiempo* o a la del *showrunner*, Javier Olivares, ambas les derivan a varias páginas web o de Tumblr donde pueden encontrar los *fansubs*. Si bien esta práctica no es habitual y vuelve a señalar una buena relación entre fans y creadores, puede interpretarse también como una cierta explotación del *fandom*, ya que de esta forma la serie se ahorra la inversión en el subtítulo (y también en el doblaje) a otros idiomas. De hecho, la principal crítica de muchos fans no hispanohablantes es que no encuentran ni los DVD o Blu-Rays oficiales la serie subtitulada a idiomas distintos del español.

Por otra parte, hemos detectado que muchos de los fans no castellanoparlantes que se interesan por *El Ministerio del Tiempo* lo hacen por dos motivos: les interesa el aprendizaje del idioma (con *Isabel* les ocurre lo mismo) y son fans tanto de mundos narrativos de fantasía o ciencia-ficción, sobre todo relacionadas con los viajes en el tiempo.

La difusión de los *fansubs* se realiza principalmente a través de las redes sociales Twitter y Facebook. Los *ministéricos* que los crean sobre todo lo hacen porque están orgullosos de la calidad de la serie, de la temática y consideran que, “a pesar de ser una serie española, es una buena serie”, una idea que lleva años en el imaginario colectivo del país con respecto a la ficción nacional. Para ellos, *El Ministerio del Tiempo* engloba lo que toda serie debería tener:

sentido del humor, cultura pop, poder llegar a ser didáctica pero sin dejar de ser entretenida, fantasía y melodrama. Además, consideran que es un buen ejemplo para conocer las luces y sombras de la cultura e Historia españolas.

6. Conclusiones

El análisis de estos dos casos de estudio nos arroja algunos elementos para la discusión. El primero de ellos se centra en la preocupación de los *fandoms* en el rol de La 1 como televisión con vocación de servicio público de calidad y su propio compromiso en realizar contenidos de expansión transmediática a ese nivel. En este sentido, sienten que tienen la legitimidad de crear y/o difundir contenidos que lleguen a fans de otros países y culturas que no dejen de lado el estándar de calidad que creen que se merecen sus objetos de culto.

Por otra parte, existe cierta organización de las comunidades de fans cuando difunden los contenidos que producen, bien sean los *fansubs* o los *remixes* y *mashups* de carácter historicista. Es por ello que podemos decir que existen dos tipos de fans (los que son creadores y los consumidores) y que tienen motivaciones similares: compartir el contenido canónico en otros idiomas y, por otro, generar y comentar producciones creativas derivadas de las series que consumen, en concreto, relacionadas con el estudio comparativo con otros países, y la difusión de contenidos históricos a través de fuentes historiográficas.

A modo de conclusión, las comunidades de fans de *Isabel* y sobre todo de *El Ministerio del Tiempo*, se caracterizan por un fuerte sentimiento de comunidad, un hecho que es bastante insólito en las ficciones producidas en la televisión pública española. En el caso de *El Ministerio del Tiempo*, debido a que la sombra de la cancelación lleva flotando desde la primera temporada, el *fandom* se ha hecho ver y oír de distintas maneras: pidiendo que se renueve la serie a través de distintas plataformas digitales, creando eventos turísticos y quedadas, creando *fanworks*, y también defendiendo a capa y espada cualquier crítica que llegue a la serie desde los medios de comunicación. Pero, si algo caracteriza a esta comunidad es su generosidad a la hora de difundir fuera de las fronteras lo que para ellos es importante y que, a pesar de sus luces y sus sombras, no deja de ser su cultura y forma de ver el mundo.

7. Bibliografía

Barrientos Bueno, Mónica (2013). "La convergencia y la segunda pantalla televisivas : el caso de Isabel (TVE) Convergence and TV second-screen : Isabel (TVE) study case". En Beatriz Lloves Sobrado; Francisco Segado Boj (eds.). *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*. Logroño: Universidad Internacional de La Rioja.

Boellstorff, Tom; Nardi, Bonnie; Pearce, Celia; Taylor, T.L. (2012). *Ethnography and Virtual Worlds*. New Jersey: Princeton University Press.

Busse, Kristina; Gray, Jonathan (2011). "Fan cultures and fan communities". En *The handbook of media audiences* (págs. 425-443). Chichester, UK: Virginia Nightingale.

Chávez Ordóñez, Verónica Itzel (2014). "¿Qué pasa cuando los receptores crean? Expansión narrativa de una serie animada por medio del fanart" [artículo en línea]. *Communication*

Papers (vol. 4, nº 4, págs. 77-86). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/9318>>

Chin, Berta & Hitchcock Morimoto, Lori (2013). "Towards a theory of transcultural fandom" [artículo en línea]. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies* (vol. 10, nº 1, págs. 92-108). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>>

De Kosnik, Abigail (2009). "Should Fan Fiction Be Free?" [artículo en línea]. *Cinema Journal* (vol. 48, nº 4, págs. 118-124). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.1353/cj.0.0144>>

Diego González, Patricia; Etayo Pérez, Cristina; Pardo, Alejandro (2011). "La percepción sobre la calidad de las series televisivas en España: Contraste entre el público y los profesionales" [artículo en línea]. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria* (vol. 16, nº 31, págs. 69-88). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/4825>>

Establés-Heras, María-Josefa, & Rivera Pinto, Diego (2015). "Ministéricos en Twitter y WhatsApp, o cómo el poder de los fans puede mover montañas". En: Concepción Cascajosa Virino (ed.). *Dentro de El Ministerio del Tiempo: el libro sobre la serie que ha revolucionado la Televisión en España* (págs. 211-218). Madrid: Leéme Libros.

Establés Heras, María Josefa (2016). "Entre fans anda el juego. Audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia" [artículo en línea]. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales* (nº11, págs. 476-497). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048902027>>

Evans, Adrienne; Stasi, Mafalda (2014). "Desperately Seeking Methods: New Directions in Fan Studies Research" [artículo en línea]. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies* (vol. 11, nº2., págs. 4-23). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <www.participations.org/Volume%2011/Issue%202/2.pdf>

González-Neira, Ana; Quintas-Froufe, Natalia (2014). "Audiencia tradicional frente a audiencia social: un análisis comparativo en el prime-time televisivo" [artículo en línea]. *Revista Mediterránea de Comunicación* (vol. 5, nº1, págs. 105-121). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.02>>

Guerrero Hernández, María José (2016). "Prosumidoras de traducciones: Aproximación al fenómeno de la traducción fan de novela romántica" [artículo en línea]. *Revista Española de Lingüística Aplicada* (vol. 29, nº 1, págs. 88-114). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.1075/resla.29.i.o4her>>

Guerrero-Pico, Mar (2015). "Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de la serie Fringe: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática" [artículo en línea]. *Palabra Clave - Revista de Comunicación* (vol. 18, nº 3, págs. 722-745). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5>>

- Guerrero Pico, María del Mar** (2016). *Historias más allá de lo filmado: Fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión*. Tesis doctoral presentada en el Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra. [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://www.tdx.cat/handle/10803/385849>>
- Ito, Mizuko** (2012). "Contributors versus Leechers: Fansubbing Ethics and a Hybrid Public Culture". En: Mizuko Ito; Diasuke Okabe; Izumi Tsusji (eds.). *Fandom unbound : otaku culture in a connected world* (págs. 179-204). New Haven/London: Yale University Press.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam; Green, Joshua** (2013). *Spreadable media : creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press.
- Jiménez-Crespo, Miguel Ángel**. (2017). *Crowdsourcing and Online Collaborative Translations. Expanding the limits of Translation Studies*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Jones, Bethan** (2014). "Fifty shades of exploitation: Fan labor and Fifty Shades of Grey" [artículo en línea]. *Transformative Works and Cultures* (vol. 15). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.3983/twc.2014.0501>>
- Martínez, Eva María** (2011). "Por qué recomiendo el fansubbing" [artículo de prensa en línea]. *El Arte del Subtitulado*. [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017] <<https://elartedetraducir.wordpress.com/2011/12/11/por-que-recomiendo-el-fansubbing/>>
- Muñoz Sánchez, Pablo** (2010). "Documental sobre los fansubs: algunas reflexiones" [artículo de prensa en línea]. *AlgoMásQueTraducir.com*. [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017] <<http://algomasquetraducir.com/documental-sobre-fansubs/>>
- Prensa RTVE** (2016). "'El Ministerio del Tiempo' lanza la primera tienda de 'merchandising' oficial con productos diseñados por los fans" [artículo de prensa en línea]. *RTVE.es*. [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://bit.ly/2sdBmSs>>
- Roig, Antoni** (2013). "¿Fans productores? Una aproximación a la ficción y los films de fans". En: Daniel Aranda; Jordi Sánchez-Navarro; Antoni Roig (eds.). *Fanáticos: la cultura fan* (págs. 65-106). Barcelona: UOC Press.
- Ruiz Pleguezuelos, María Rocío** (2016). "Adaptaciones (in)necesarias en las series" [artículo en línea]. *Index Comunicació* (vol. 6, nº 2, págs. 319-336). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/233>>
- Salvador Esteban, Lucía** (2016). "Historia y ficción televisiva. La representación del pasado en 'Isabel'" [artículo en línea]. *Index Comunicació* (vol. 6, nº 2, págs. 151-171). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/231>>

- Schules, Douglas** (2014). "How to do things with fan subs: Media engagement as subcultural capital in anime fan subbing" [artículo en línea]. *Transformative Works and Cultures* (vol. 17). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.3983/twc.2014.0512>>
- Scolari, Carlos A., & Establés, María-José** (2017). "El Ministerio Transmedia. Expansiones narrativas y culturas participativas". [artículo en línea]. *Palabra Clave* 20(4), 1008-1041. <<https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>>
- Siuda, Piotr** (2014). "Fan Cultures: On the Impossible Formation of Global and Transnational Fandoms". En: Astrid M. Fellner; Susanne Hamscha; Klaus Heissenberger; Jennifer J. Moos (eds.). *Is It 'Cause It's Cool?: Affective Encounters with American Culture* (págs. 295-318). Berlin: LIT Verlag.
- Turk, Tisha** (2014). "Fan Work: Labor, Worth, and Participation in Fandom's Gift Economy." In "Fandom and/as Labor". *Transformative Works and Cultures*, (nº 15). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017] <<http://dx.doi.org/10.3983/twc.2014.0518>>.
- Valero Porras, María Jesús; Cassany, Daniel** (2016). "Traducción por fans para fans. Organización y prácticas en una comunidad hispana de scanlation" [artículo en línea]. *BiD. Textos Universitaris de biblioteconomia i documentació* (nº 37). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://bid.ub.edu/es/37/cassany.htm>>
- Van den Bulck, Hilde; Claessens, Nathalie; Mast, Jelle & Kuppens, An** (2016). "Representation of fandom in mainstream media: Analysis of production and content of Flemish televisions Superfans" [artículo en línea]. *European Journal of Cultural Studies* (vol. 19, nº 6, págs. 513-528). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<https://doi.org/10.1177/1367549415597924>>
- Zhang, Tian** (2016). *Escritura cooperativa multimodal: fansubbing de series y películas hispanas al chino*. Trabajo Final de Máster. Universitat Pompeu Fabra.
- Zhang, Tian & Cassany, Daniel** (2016). "Fansubbing del español al chino: organización, roles y normas en la escritura colaborativa". [artículo en línea]. *BiD. Textos Universitaris de biblioteconomia i documentació* (nº 37). [Fecha de consulta: 03 de junio de 2017]. <<http://bid.ub.edu/es/37/tian.htm>>