

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



El vidding directioner: el uso de la nostalgia como recurso creativo para la construcción de fanvids sobre One Direction a través de la plataforma TikTok como espacio de difusión

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Comunicación
Audiovisual que presenta:

Stephany Elizabeth Chapilliquen Silva

Asesor:

Carlos Andres Zevallos Trigoso

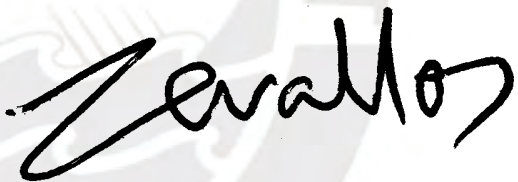
Lima, 2024

Informe de Similitud

Yo, **Carlos Andres Zevallos Trigoso**, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada **El vidding directioner: el uso de la nostalgia como recurso creativo para la construcción de fanvids sobre One Direction a través de la plataforma TikTok como espacio de difusión** de la autora **Stephany Elizabeth Chapilliquen Silva**, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 10%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 27/11/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 27 de noviembre de 2024

Apellidos y nombres del asesor: Zevallos Trigoso, Carlos Andres	
DNI: 43157465	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6504-6662	

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por siempre confiar en mí.

Papá, pepo, sé que estarías feliz viéndome como licenciada, tú has sido una pieza clave en mi crecimiento, te extraño mucho.

Mamá, mi pepis, por todas las veces que me dijiste que haga la tesis, por todas las veces que me has brindado tu apoyo incondicional.

Vivi, mi emana, por siempre estar orgullosa de mí cuando ni yo lo he sentido hacia mi misma.

Agradezco el total engreimiento de mi familia hacia mi fanatismo con One Direction. A mi mamá, porque saliste corriendo del trabajo para llevarme al cine por el estreno de su documental. A mi papá, por llevarme al concierto y soportar a cientos de fans gritando, a pesar de que te hayas quedado dormido. A mi hermana, por aún mantener viva mi ilusión a mis 25 años. Los amo mucho.

No podía no agradecer a la banda que me vió crecer, a esos cinco chicos que con su música y ocurrencias, fueron mi lugar seguro durante mi adolescencia y lo seguirán siendo en mi adultez.

RESUMEN

Desde una de las más conocidas boybands como *The Beatles* hasta la más reciente como *BTS*, han surgido distintas agrupaciones que han cobrado relevancia en la comunidad fan. Sin embargo, hubo una que destacó: *One Direction*. Nacer en una época de auge digital entre distintos medios sociales y plataformas, generó que One Direction tenga tanta importancia y acogida a nivel mundial, al punto de ser comparado con el *boom* de *The Beatles*. En la actualidad... ¿Es la comunidad de fans de One Direction constante? La respuesta es sí. Gracias a la incorporación de nuevos medios como TikTok, se han creado distintos caminos para dar a conocer sobre lo que fue One Direction. La presente investigación plantea una metodología cualitativa para obtener respuesta a cómo un recurso como la nostalgia opera de forma creativa para seguir creando contenido, es decir, *fanvids* y su difusión en TikTok. El análisis de *fanvids* de One Direction en TikTok permitirá comprender cómo este recurso se utiliza para mantener viva la memoria de la banda y fortalecer los lazos entre los fans. Esta investigación contribuirá a una mejor comprensión de la cultura fan en la era digital y las dinámicas emocionales y sociales que la sustentan.

Palabras clave: TikTok, *fanvids*, fans, nostalgia, One Direction

ABSTRACT

From one of the most well-known boybands like *The Beatles* to the most recent like *BTS*, different groups have emerged that have gained relevance in the fan community. However, there was one that stood out and it was the story of *One Direction*. Being born in an era of digital boom among different social media and platforms, made One Direction have so much importance, so much worldwide acceptance to the point that it has been compared to the *boom* of The Beatles. Today... is the One Direction fan community constant? The answer is yes. Thanks to the incorporation of new media like TikTok, different paths have been created to raise awareness about what One Direction was. This research proposes a qualitative methodology to obtain an answer to how a resource like nostalgia operates creatively to continue creating content, that is, *fanvids* and their dissemination on TikTok. The analysis of One Direction fanvids on TikTok will allow to understand how this resource is used to keep the memory of the band alive and strengthen the ties between fans. This research will contribute to a better understanding of fan culture in the digital age and the emotional and social dynamics that support it.

Keywords: TikTok, fanvids, fans, nostalgia, One Direction

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento y delimitación del tema.....	3
1.2. Justificación de la investigación	6
1.3. Estado de la cuestión	7
1.4. Pregunta general.....	11
1.5. Hipótesis de la investigación	11
1.6. Objetivos de la investigación.....	11
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	12
2.1. El fandom como fenómeno cultural.....	12
2.1.1. Antecedentes: entender la fama desde un contexto histórico	12
2.1.1.1. El fanático o fan	16
2.1.2. La producción del Fandom	21
2.1.3. Una nueva cultura digital	25
2.1.3.1. Las industrias en el desarrollo del fenómeno fan	27
2.1.4. Mucho más que un seguidor: los fans como productores	29
2.1.4.1. Las manifestaciones de los fans: los fanworks.....	32
2.1.5. El universo audiovisual en los fandoms.....	35
2.2. El recurso de la nostalgia.....	37
2.2.1. ¿Qué se entiende por nostalgia?.....	37
2.2.1.1. La nostalgia como fenómeno social	40
2.2.2. La nostalgia creativa para la construcción de contenido	43
2.2.2.1. La nostalgia en los fanvids	45
2.2.3. La nostalgia en el ámbito musical: añoranza a un comeback	46
2.2.3.1. Ecosistema Boyband	47
2.2.3.1.1. Caso One Direction	50
2.3. TikTok como herramienta de difusión de fanvids.....	51
2.3.1. TikTok como plataforma de difusión	51

2.3.1.1. La experiencia TikTok.....	52
2.3.1.2. TikTok frente a las aplicaciones convencionales de entretenimiento .	55
2.3.2. El desarrollo de la producción de videos cortos	56
2.3.2.1. TikTok como espacio de circulación de fanvids	58
2.3.3. La creatividad en el vidding	59
2.3.3.1. Análisis técnico en la construcción de fanvids.....	60
CAPÍTULO 3: DISEÑO METODOLÓGICO.....	63
3.1. Metodología de investigación	63
3.2. Caracterización del público objetivo: los directioners en la era digital	66
3.3. Unidades de análisis: variables y subvariables.....	69
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE FANVIDS	72
4.1. Análisis de fanvids: Harry Styles	72
4.2. Análisis de fanvids: Niall Horan.....	78
4.3. Análisis de fanvids: Zayn Malik.....	84
4.4. Análisis de fanvids: Louis Tomlinson.....	89
4.5. Análisis de fanvids: Liam Payne.....	95
CONCLUSIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	106
ANEXOS.....	113
ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids sobre Harry Styles	113
ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids sobre Niall Horan	116
ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids sobre Zayn Malik.....	119
ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids sobre Louis Tomlinson.....	122
ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids sobre Liam Payne	125

INTRODUCCIÓN

Las boybands han sido un fenómeno cultural dominante desde la década de 1960, cautivando a audiencias jóvenes con su música pegadiza, coreografías enérgicas y atractivo físico. En la era digital, este fenómeno ha encontrado un nuevo hogar en las plataformas de medios sociales, donde los fans pueden conectarse entre sí y con sus ídolos de manera más directa e interactiva.

One Direction, una boyband británica formada en 2010, surgió en medio del auge de las redes sociales y plataformas de streaming, lo que amplificó su alcance global y consolidó su conexión con sus fans. Su éxito se vio impulsado por su participación en el reality show *The X Factor* y su posterior uso estratégico de las redes sociales para interactuar con sus fans, conocidos como *Directioners*.

A pesar de su disolución en 2016, One Direction mantiene una base de fans activa y apasionada. Los Directioners recurren a la nostalgia como recurso creativo para expresar su amor por la banda y mantener viva su memoria. Esta nostalgia se manifiesta en la creación de fanvids, edits, memes y otros contenidos audiovisuales en plataformas como TikTok.

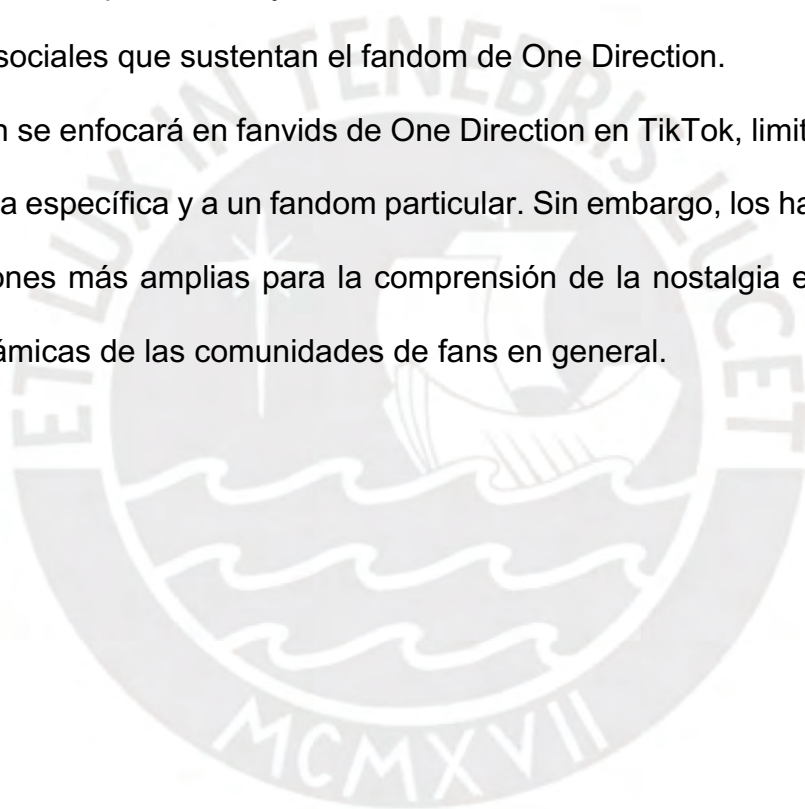
TikTok, la popular plataforma de videos cortos, ha proporcionado a los Directioners un espacio ideal para compartir su creatividad y nostalgia. La plataforma facilita la creación y difusión de videos, la incorporación de música y la interacción con otros fans, lo que la convierte en una herramienta perfecta para la expresión de emociones y la construcción de comunidad.

Esta investigación se centrará en el análisis de fanvids de One Direction en TikTok, explorando cómo la nostalgia se utiliza como recurso creativo para construir estos videos

y de qué manera estos contribuyen a la persistencia del fandom. Se identificarán elementos audiovisuales, discursos recurrentes e interacciones en los comentarios que reflejan la nostalgia y su impacto en la comunidad de fans.

Esta investigación contribuirá a una mejor comprensión de la cultura fan en la era digital, específicamente el uso de la nostalgia como recurso creativo y su impacto en la persistencia de comunidades de fans. Los hallazgos proporcionarán información valiosa sobre las prácticas de producción y consumo de fanvids, así como sobre las dinámicas emocionales y sociales que sustentan el fandom de One Direction.

La investigación se enfocará en fanvids de One Direction en TikTok, limitando el análisis a una plataforma específica y a un fandom particular. Sin embargo, los hallazgos pueden tener implicaciones más amplias para la comprensión de la nostalgia en la cultura fan digital y las dinámicas de las comunidades de fans en general.



CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento y delimitación del tema

El tema de proyecto de tesis se centrará en el uso de la nostalgia como recurso creativo por parte del fandom directioner para la creación de fanvids sobre la banda One Direction en la plataforma TikTok como espacio de difusión. One Direction es una agrupación británica formada en el 2010, y aunque solo tuvieron 6 años de existencia como conjunto, llama la atención que en la actualidad aún cuenta con un fandom muy activo en los medios sociales como Instagram, TikTok, Twitter, entre otros. En los contenidos de las plataformas audiovisuales como TikTok, uno puede identificar que un elemento recurrente en la forma en la que se crea contenido es apelando a la nostalgia como recurso creativo. De tal manera, la investigación busca analizar el uso de la nostalgia como un recurso creativo para la construcción de fanvids sobre One Direction en TikTok y su relación con la persistencia de su comunidad de fans (fandom). Esto a partir de la identificación de los elementos audiovisuales y los principales discursos que relacionan a la noción de nostalgia; así como también, de las interacciones que se observan en los comentarios, el uso de los recursos musicales y/o trends.

Las boybands son uno de los fenómenos más resaltantes en la cultura del entretenimiento. Desde los Beatles, siempre se ha visto una fuerte influencia en jóvenes quienes conformaban su fandom alrededor de una banda. Su fama consiguió una gran notoriedad en todo el mundo y motivaron la creación de grupos de fans en muchos países a pesar de haber surgido en una época donde los medios de comunicación no estaban tan avanzados como en la actualidad. Ahora, ¿qué habría pasado si esta u otra banda

con tanto potencial hubiera aparecido en esta nueva era digital? Este es el caso de One Direction.

One Direction es una boyband que creció a la par del desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación, del éxito de realities, del consumo reiterativo de música a través de plataformas de streaming y el auge de las redes sociales. Tener a tu banda favorita en YouTube o en otras aplicaciones generaba cercanía y de alguna forma, la interacción se volvía más activa con la banda como con otras personas que compartían el mismo gusto. De esta manera, el éxito que tuvo cuando inició en el reality “The X Factor” se pudo expandir significativamente a todo rincón del mundo, a pesar de no haber ganado el concurso. De hecho, el mismo programa aprovechó ese reconocimiento masivo dedicándoles una sección en su canal de YouTube, creando espacios de interacción con su imagen en los medios sociales. Se subían contenido de ellos compartiendo momentos, interactuando con seguidores e incluso, mostraban una imagen de ellos como amigos con el que cualquier persona podría sentirse identificado. Para construir esta imagen, decidieron ir más allá de la televisión tradicional y apostaron fuerte por la difusión en redes sociales. Así, los fans, no solo iban a disfrutar de verlos los días de la emisión del programa, sino que iban a poder disfrutar de ellos a cualquier hora por esta plataforma.

Los fans de esta banda, más conocidos como directioners, hicieron uso de estos espacios virtuales que brinda aplicaciones como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok, para la creación de contenido con el objetivo de dar a conocer sus puntos de vista, opiniones, historias alternas, preferencias o simplemente contenido sobre la misma banda. Esta es una práctica inherente al fandom, la cual ha evolucionado con los años,

adaptándose a los nuevos medios digitales, como es TikTok. Esta plataforma llegó a ser una de las aplicaciones más descargadas en el año 2020 debido a la coyuntura internacional sobre el COVID-19 que obligaba a distintos países a cumplir cuarentena oficial, lo que los llevaba a centrarse únicamente en los medios que tenían a la mano dentro de sus hogares. Siendo éste un suceso a nivel mundial justo en el año que One Direction cumplía su aniversario número 10 de su fundación, provocó que muchos usuarios ya instaurados en la aplicación, empiecen a crear contenido audiovisual. Cabe resaltar que no fue un acontecimiento exclusivo de TikTok ya que demás aplicaciones como Twitter o Facebook, incluso YouTube, se pronunciaron al respecto, incluyendo las mismas cuentas oficiales de la banda y los integrantes.

En el mes de aniversario, se pudo distinguir diferentes tipos de contenido entre memes, video lyrics, fancams, entre otros. Todos estos contaban con un factor común que impulsaba a los fans a interactuar, comentar, compartir: la nostalgia. A partir de ahí, se aprecia una mayor curiosidad del usuario por conocer estos videos realizados por fans, mejor definidos como fanvids. Estos, en su mayoría entran en la subcategoría del vidding ya que están compuestos por distintos elementos audiovisuales que los hacen atractivos y que cobran sentido en el usuario. La creación de estos videos tiene como objetivo generar emociones tanto en los fans como en aquellos que no lo son. Al sumergirse en estos videos, y teniendo en cuenta el algoritmo de TikTok, se atrae a nuevos seguidores que se unen a una de las comunidades de fans más importantes de la industria musical.

1.2. Justificación de la investigación

Esta investigación tiene relevancia en el marco de las comunicaciones, ya que el sujeto - conocido como fan - va más allá de una interacción entre los miembros de su comunidad, este se encuentra en una participación activa de la cultura de masas y se dirige al encuentro de distintas generaciones que han ido adaptándose a las nuevas tecnologías. Cabe resaltar, que esta investigación se encuentra bajo la autoría desde una perspectiva fan, siendo esta la motivación principal por la que se ha tomado este tema del proyecto.

Desde el éxito de los Beatles, considerada como una de las bandas más populares aún en la actualidad, no ha habido una banda que haya tenido tanta repercusión y más aún, tanto posicionamiento en los medios sociales. El crecimiento de One Direction a la par de nuevas tecnologías y redes sociales desencadenó una difusión constante y progresiva de su música.

Si bien existen estudios de la cultura fan, los fandoms y sus creaciones - o más conocidas como *fanworks* como el vidding - y el ecosistema boyband, lo que se plantea en esta investigación es hacer uso de estos conceptos teóricos y analizar su correlación con la nostalgia, qué los lleva a usar este sentimiento como un recurso creativo de manera que sea atractivo en diversas plataformas de difusión como lo es TikTok. Se explorará esta difusión masiva de contenido nostálgico, y cómo es que esta práctica aporta a que el fandom se mantenga presente, a pesar de la separación de la banda en el año 2016, en una plataforma tan importante actualmente como lo es TikTok.

1.3. Estado de la cuestión

A lo largo de los años, se han realizado diversos estudios acerca de la cultura fan y el comportamiento de fandoms en la era del entretenimiento. Uno de los pioneros en tocar estos temas es Henry Jenkins con su libro "Textual Poachers" (1992). Con un notorio interés en los medios de comunicación y en la cultura popular, Jenkins realiza una aproximación de la cultura de los fans que va más allá de la televisión. Su investigación demostró de qué manera los fanáticos construyen su propia cultura al apropiarse del contenido de la cultura de masas. Dentro de lo que sería el público mediático, Jenkins plantea que los fans son el segmento más activo que insiste en la participación, es decir, se niegan a ser consumidores pasivos. Reconoce que la cultura de los fans es un fenómeno complejo que desarrolla formas de participación, más que solo ser lectores de textos, como creadores de textos, estableciendo así identidades que se desarrollan en los espacios del fandom.

En su libro, Jenkins destaca el hecho de ser cazadores furtivos (Poachers). Describe a estas comunidades de fans como manipuladores de textos. A través de esta "caza furtiva", los fans se ven en la posibilidad de explorar caminos no transitados previamente. Identificar a los fans como productores activos y cazadores o manipuladores, desarrolla Jenkins, la ubicación de este grupo como una subcultura dentro de la cultura popular mediática. Los fans no son individuos aislados: estos participan y son parte de comunidades culturales que les permite identificarse como miembros y, a su vez, identificar a todo aquel que comparta los mismos intereses. La relectura de los textos es fundamental en el desarrollo de la actividad fan: mientras más avance el grado de intervención con una obra, el índice de manipulación es mayor y, por ende, se encuentran

más productos realizados por fans convirtiéndolos así, según Jenkins, en productores de cultura. Esta investigación de Henry Jenkins plantea siempre al fan como un consumidor activo y partícipe de la cultura de masas.

En relación a la presente investigación, refuerza esta idea de la construcción de discursos: mientras haya una mayor cercanía con el texto, en este caso, con One Direction, los fans tendrán una mayor posibilidad de crear contenido. Tanto en TikTok como en otras redes sociales, se puede observar esta idea de Jenkins donde aparecen nuevas narrativas y discursos en torno a la banda. No obstante, es especialmente en TikTok la notoriedad de este fenómeno. Esta plataforma se ha visto aglomerada de videos cortos, *trends*¹, contenido audiovisual creado con material de archivo que la misma banda puso a disposición del público. Por este mismo lado recorre Irma Hirsjärvi en su texto “Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas” (2013). Plantea a los fans como consumidores, pero a su vez como productores. Este vínculo entre los fans se mantiene en tanto haya una constante interacción tanto entre ellos como con la obra en común.

En el caso de One Direction, resulta curioso el hecho de que exista aún esta persistencia del fandom para con ellos. Hirsjärvi especificó esta idea de identidad entre los miembros y según la investigadora María del Carmen de la Peza, la memoria es una importante fuente para la construcción de las identidades grupales. Tanto la memoria individual como la colectiva se alimentan mutuamente y se encuentran siempre en contacto. Esto se debe a que cada uno es capaz de recordar y recrear el pasado a través de un

¹ Un "trend" es un tema o contenido que se propaga rápidamente a través de las redes sociales, impulsado por un aumento significativo en las interacciones de los usuarios.

determinado contexto. En este punto, la nostalgia cultural se manifiesta como un fenómeno social vinculado a un pasado y hasta resultar común con otros miembros (2001).

De acuerdo con Maurice Halbwachs, cada memoria colectiva requiere del apoyo de un grupo delimitado en el tiempo y en el espacio (1992). En otras palabras, la memoria colectiva no se considera como algo fijo del pasado, sino que involucra un conglomerado de agentes que aparecen al interior de distintas comunidades en sus interacciones dinámicas cotidianas. En la sociedad moderna, el sujeto que busca reflexionar acerca de su pasado, también trata de encontrar una explicación a las condiciones que vive en el presente y mirar hacia el futuro. En este sentido, el sociólogo Robert Neelly Bellah (1985), menciona que estas comunidades de la memoria no solo se encuentran relacionadas con el pasado, sino que también hacen vista hacia el futuro con una sensación de esperanza, compartiendo recuerdos, aspiraciones e ilusiones.

El investigador José Antonio Hernández en su artículo “Memoria mediática: la nostalgia en la cultura pop”, afirma que esta relación entre nostalgia y memoria se encuentra directamente relacionado con las experiencias personales y colectivas en el que los medios masivos toman un rol fundamental en el proceso (2018). La industria mediática y toda producción cultural audiovisual son parte de los lugares simbólicos de la memoria ya que bajo este contexto hubo un vínculo con la vida cotidiana de un individuo. Esto pasaría a ser memoria colectiva ya que existe esta necesidad de recordar-juntos y sentir-juntos en torno a estos bienes simbólicos que han sido parte de un contexto social en particular (Hernández, 2018).

El recurso de la nostalgia también ha sido utilizado para crear contenido audiovisual.

Partiendo de los fans y la nostalgia, se combinan para dar como resultado el *vidding*. Los antecedentes del término se pueden localizar con Henry Jenkins en “Textual Poachers” (1992), quien, a parte de hablar sobre los fans, también contiene un capítulo sobre los *fan music videos*. Aquí desarrolla la idea del fenómeno dentro de su definición de los fans y estos como productores que se niegan a ser consumidores pasivos: “manipuladores de textos”. Refiere a que la cultura de masas es asaltada por los fans reivindicando sus materiales para finalidades propias, haciendo una reelaboración como base para sus creaciones culturales correspondientes e interacciones sociales. En este sentido, explica que los fans “desdibujan” las barreras entre la realidad y la ficción (1992). Así, daría una definición directa sobre el *vidding* como un arte narrativo, “las imágenes seleccionadas no sólo extraen su significado de narraciones preexistentes (...) sino que los videos también reflejan estructuras dramáticas y se estructuran a partir del punto de vista de un personaje concreto” (1992, p. 266).

Existen otros aportes contemporáneos como los de Francesca Coppa quien focaliza su investigación sobre el *vidding* en temas de cuestión de género, el rol de la música en la construcción de vids y en cuestiones relacionadas a los derechos de autor. De acuerdo a su explicación en “A Fannish taxonomy of Hotness” (2009) el *vidding* es un arte que se practica mayormente por mujeres. Esto supondría un listado de estereotipos que se desprenden del género femenino como una atención especial a los detalles, la habilidad de discernir entre fragmentos significativos que relaciona con el verbo “coser”. Del mismo modo, afirma que el desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido que las mujeres tomen el control sobre los contenidos audiovisuales: ver, juzgar, seleccionar, editar, manipular imágenes todo desde la comunidad de sus hogares.

1.4. Pregunta general

¿De qué manera la nostalgia opera como un recurso creativo que guía a la construcción de fanvids sobre One Direction a través de la plataforma TikTok?

1.5. Hipótesis general

La nostalgia opera como un recurso creativo que guía la construcción de narrativas y formatos audiovisuales a través de un apego a momentos del pasado de la banda para generar una experiencia de memoria colectiva entre fans, a través de la plataforma TikTok.

1.6. Objetivos de la investigación

- Identificar los elementos audiovisuales que componen los fanvids sobre One Direction que utilizan la nostalgia como un recurso creativo en la plataforma TikTok.
- Identificar los principales discursos en torno a la nostalgia que se observan en las construcciones de los fanvids sobre One Direction en TikTok.
- Analizar la difusión e interacción de los fanvids sobre One Direction en tanto comentarios, likes, viralización y uso de sonido correspondiente en TikTok.

CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO

2.1. El fandom como fenómeno cultural

2.1.1. Antecedentes: entender la fama desde un contexto histórico

Desde una mirada general, se puede comprender el fanatismo desde la mitología griega. En este sentido, de acuerdo al contexto, se entiende como una clase de admiración hacia personajes eminentes o mejor conocidos como héroes o heroínas (Busquet, 2012, p.13). Estos personajes se desligan totalmente de las características de los seres humanos ordinarios adquiriendo así gran notoriedad debido a ciertas habilidades particulares o sobrehumanas. De acuerdo con Jordi Busquet, “el héroe sobresale entre el resto de los mortales por unas cualidades singulares y así es reconocido por el resto de la sociedad” (2012, p.13). De la mano del héroe, están los mitos como creaciones humanas para encontrarle un sentido a su existencia. Así, se puede encontrar por cada pueblo y de acuerdo a la época y contexto, héroes y personajes históricos o legendarios con representaciones conceptuales (Durkheim, 1982, p. 649).

En este caso, Busquet hace mención a Umberto Eco para ejemplificar esta teoría a través del famoso personaje de Superman². Eco lo describe como un personaje dotado con poderes superiores a los de una persona común, sin embargo, se puede observar cómo es que sus virtudes de héroes son humanizadas como la astucia y la rapidez, así como la inteligencia, ejemplificando también el caso de Sherlock Holmes (1984, p. 233). En estos personajes es donde el ser humano se ve reflejado y de esta manera, con el paso

² Como es conocido, este personaje de cómic lleva una doble vida: por un lado, es un periodista ordinario; y por otro, un superhéroe que salva al mundo.

del tiempo, esta figura del “héroe” se va humanizando, adquiriendo poderes más terrenales o propios de una persona común.

Entender el paso de la admiración de un héroe o personaje histórico a un personaje con cualidades comunes, denota profundizar en la historia y la vida del héroe, en el que se descubren aspectos humanos, defectos y controversias. Esta humanización conduce a una conexión personal, donde se pueden identificar cualidades comunes y comprender mejor sus acciones. Finalmente, se llega a un equilibrio entre la admiración inicial y una visión más realista, reconociendo el valor del legado y las contribuciones de estas figuras, incluso con sus imperfecciones. Este proceso varía según la información disponible y las experiencias individuales, enriqueciendo la historia, lo cual, lo lleva al reconocimiento, y lo hace famoso.

Así, Busquet plantea tres tipos de fama: en primer lugar, la fama de personas que ocupan cargos de responsabilidad con comportamientos y decisiones influyentes, configurando así una élite de poder; en segundo lugar, personajes que destacan en rubros como arte, espectáculos, ciencia, entre otros, que ocupan protagonismo e incluso son vistos como modelos referentes en la ciudadanía a pesar de no contar con algún poder real; finalmente, en tercer lugar, se encuentra la fama efímera que consta de la simple aparición de un personaje relativamente normal en medios de comunicación que logra el reconocimiento de parte de la población (2012, p. 15).

De esta manera, la segunda clasificación sobre la fama se ha desarrollado con mayor ahínco a partir del surgimiento de la industria cinematográfica, que convertía en los actores en ‘estrellas’, a partir del *star system*³. No obstante, su ascenso en la industria

³ Para ello, no bastaba una aparición en pantalla grande. Busquet menciona a Morín, “... el star system la prepara, la adereza, la forma, la fábrica” (2012, p. 17).

dependía de la aceptación y reconocimiento del público. La fama – que puede ser fugaz en el mundo cinematográfico – impulsó a que las estrellas se encuentren en constante reinención, además que supone el ideal de un estilo de vida igual a la imagen que ésta proyecta en los medios⁴.

No es hasta los años sesenta que empieza una irrupción por parte de la televisión, la cual se convertiría en el nuevo medio de ocio familiar de la época. El star system se transformó al punto de desmitificar a las estrellas cayendo en un proceso de humanización. De acuerdo con Dyer, “las estrellas eran dioses y diosas, héroes, modelos, encarnaciones de los ideales de comportamiento. En los últimos tiempos, las estrellas son figuras de identificación, gente como nosotros mismos” (2001, p. 39). Como planteó el autor Dyer, estos personajes ya pasaron de ser endiosados por el público espectador a verlos como personas “normales” con las que uno puede sentir admiración e identificación.

En este punto, personajes de distintos campos como el cine, el teatro, la música, entre otros, se transformaron en figuras reconocidas y relevantes dignas de atención por el hecho de aparecer en pantalla. Sin embargo, este proceso resultó una desmitificación de los personajes a como se conocían en la época del cine como extravagantes y dignos de un estilo de vida singular, pues gracias a la constante presencia de algunas figuras estos se convierten en personajes familiares y parte de posibles discusiones en la cotidianidad del público.

⁴ Entre ejemplos significativos se encuentra Marilyn Monroe, quien fue una de las estrellas más luminosas de Hollywood que posteriormente a la época se convertiría en un gran mito de la industria debido a su muerte prematura.

La evolución desde la admiración hacia héroes o personajes históricos hasta su humanización es un proceso interesante. Inicialmente, estas figuras se elevan a un pedestal de admiración inquebrantable. Sin embargo, a medida que profundizamos en sus vidas y aprendemos más sobre ellos, sus rasgos humanos y sus imperfecciones emergen, lo que los acerca a nuestra propia experiencia humana. De íconos intocables, pasan a ser vistos como personas de carne y hueso.

En este contexto, los "famosos" modernos desempeñan un papel destacado al llenar los anhelos que antes eran conformados por los héroes históricos. Estas celebridades contemporáneas son más accesibles y cercanas, lo que facilita la identificación personal. Sus historias de superación, obstáculos y éxitos logrados pueden inspirar a otros, y se convierten en modelos contemporáneos a seguir, que representan el éxito alcanzable a través del esfuerzo y la dedicación. Además, en la actualidad, la interacción directa en las redes sociales y otros medios permite una conexión emocional más inmediata y personal con los famosos. Esta puede influir en las decisiones y elecciones de las personas, desde su estilo de vida hasta sus preferencias culturales. Así, en la era moderna, los "famosos" contemporáneos han asumido un papel significativo en la satisfacción de nuestros anhelos de inspiración, identificación y conexión personal, transformando la manera en que admiramos y nos relacionamos con figuras públicas.

De igual manera, el conocido star system se adaptó a otros sectores como la televisión ya mencionada anteriormente, para la elaboración de estas estrellas avaladas por una pantalla y por la atención del público, así como en el sector de la música. En ambos casos, se favoreció la creación de comunidades de admiradores o más conocidos como fans. Específicamente se formó un fenómeno alrededor de la música gracias a los

Beatles, quienes consiguieron un gran reconocimiento en todo el mundo dando como resultado la motivación del nacimiento de varias bandas en muchos países durante la época y más adelante

2.1.1.1. El fanático o *fan*

En primer lugar, ¿de dónde surgió el término fan? Partiendo de la palabra “fanático”, en su sentido más literal, proviene del vocablo latino “*fanaticus*” que a su vez deriva de “*fanus*”. Este último hace referencia a ser perteneciente al templo, a ser devoto (Jenkins, 2010, p. 24). Esta conexión entre el fanatismo y la religión sugiere una intersección importante en cómo se articulan estos enfoques en la cultura popular y la sociedad en general. En el caso de la religiosidad, esta implica una profunda devoción y compromiso con una creencia o práctica espiritual. De manera similar, los fanáticos muestran un nivel excepcional de compromiso y devoción hacia sus intereses, ya sea un deporte, una película, una banda de música o cualquier otro tema. Además, la noción de mito también juega un papel significativo en este contexto. En ese sentido, los mitos son narrativas que a menudo involucran elementos sobrenaturales o simbólicos que se utilizan para explicar aspectos de la existencia humana y la naturaleza del mundo. Los fanáticos a menudo se sumergen en un mundo narrativo creado alrededor de sus intereses, donde personajes, historias y símbolos adquieren un significado profundo y a veces casi mítico. Sin embargo, se puede observar que, en épocas antiguas, los héroes eran exaltados mediante narrativas mitológicas y leyendas, de manera similar a como en la actualidad, son los medios de comunicación los que desempeñan el papel de elevar a ídolos (Enseñat, 2014 en González, 2022).

Históricamente, la primera aparición de su forma abreviada “fan” fue a finales del siglo XIX en artículos de índole periodístico que apuntaban a los seguidores de deporte profesional (especialmente de basketball y baseball)⁵.

Sin embargo, con el paso del tiempo, el término “fan” adoptó connotaciones negativas. Para entender este punto, Jenkins hace referencia a los Trekkies. Este término era usado para identificar a los fans de la famosa serie de los años 60 Star Trek. Jenkins toma como punto de partida un episodio del show *Saturday Night Live* en el cual William Shatner (actor estrella de la serie), responde preguntas de los fans del público en el que estos terminaron siendo ridiculizados pues el show se resumió básicamente en una contra pregunta de Shatner: “¿es que no tienes vida propia?”, al igual que las siguientes afirmaciones como “¿has besado alguna vez a una chica?”, “¡solo es un programa de televisión!”. Así, los fans pasaron de estar confundidos a sentirse incómodos y es que su ídolo William Shatner prácticamente los había incitado a olvidar sus intereses como fan para que dediquen su tiempo en la “realidad” pues el show se resumía en dudas muy banales como también en la ostentación de productos sobre la serie. Pero no fue hasta una pregunta del fan que hizo que Shatner se salga de sus casillas: “¿Quieres decir que deberíamos prestar más atención a las películas?”. Las preguntas y afirmaciones de los fans revelaron numerosos estereotipos que se hicieron populares sobre los fans (Jenkins, 2010, p. 22).

⁵ En este contexto, el deporte pasó de ser una actividad predominante comunitaria a ser un acontecimiento con espectadores: un espectáculo.

Tabla 1:*Estereotipos sobre los fans de acuerdo a Jenkins*

Estereotipo	<i>Saturday Night Live</i>
Consumidores que comprarían cualquier producto relacionado a su interés principal	Ostentación entre fans sobre la adquisición de artículos de la serie
Dedicación de la vida a desarrollar conocimientos “inútiles”	Constantes preguntas triviales sobre la serie
Otorgar importancia inadecuada a un producto cultural devaluado	<i>¡Sólo es un programa de televisión!</i>
Inadaptados sociales que no tienen otra experiencia social más que la del programa	<i>¿Es que no tienes vida propia?</i>
Afeminados o asexuados debido a su constante compromiso íntimo	<i>¿Has besado alguna vez a una chica?</i>
Infantiles e inmaduros de carácter emocional e intelectual	Público mixto entre niños y adultos, respuestas infantiles y ajenas a la crítica de Shatner
Incapaces de separar la ficción de la realidad	<i>¿Quieres decir que tenemos que prestar más atención a las películas?</i>

Fuente: *Elaboración propia*

A pesar de la mención de los fans en el deporte en una definición más pasiva, se atribuye igualmente la connotación negativa en otros sectores considerando la de los trekkies como aspectos míticos. Evolucionó el término a tal punto de ser considerado como cualquier veneración falsa o excesiva. Los medios han relacionado a los fans con la locura, los fans como psicópatas. Sin embargo, como ya es sabido, esta es una idea estereotipada. Jenkins (2010) resume esta percepción hacia el fan como alguien emocionalmente inestable, inadaptado social y peligrosamente alejado de la realidad. En

el marco cinematográfico, este estereotipo era más latente pues tanto en films de suspenso y de terror, se presentaba a un fan psicótico, obsesionado y peligroso que no distinguía la realidad de la fantasía. Esta representación se relaciona con una descripción planteada por Julie Burchill (1986), “El fan no tiene ningún otro poder sobre el artista que el de destruir. [...] el amor se convierte en un arma cuando el fan se da cuenta de que nunca podrá tocar a la persona a la que ama” (p. 26). No obstante, existe también una imagen del fan en el fin cómico alejada de esta primera idea peligrosa. En ésta, existe una representación bienintencionada, aunque no menos inadaptada socialmente.

También se encuentra el mito del fan “orgiástico”: las *groupies*. Ejemplificando esta categoría específicamente, Fred y Judy Vermorel lo plantean en su texto *Starlust* (1985). Se buscó hacer otra representación de los fans, una visión más amable, sin embargo, cayó en otra visión estereotipada con nociones de las definiciones tradicionales. Aquí los fans se presentan con deseos de poder y ser poseídos por sus estrellas favoritas, especialmente visualizado en el mundo musical.

Es relevante mencionar que en su mayoría el fan psicótico y el fan cómico son generalmente representados como masculinos, mientras que la fan *groupie*, la fan erotizada es casi siempre femenina.

“El lado femenino del mundo de los fans se manifiesta en las imágenes de adolescentes gritando que intentan arrancarles la ropa a los miembros de *The Beatles* o que se desmaya al tocar uno de los pañuelos empapados en sudor de Elvis, o la *groupie* que se acuesta con las estrellas en el backstage después del concierto y que aparece en los documentales sobre música rock o en los vídeos pornográficos” (Jenkins, 2010, p. 28).

Pese a la estigmatización del fan y sus estereotipos, éste adora a su ídolo y esta adoración es recibida por parte de su ídolo. A esto, se resalta una evolución en la forma en como los fans han sido vistos. Si bien, inicialmente ocupaban una categoría exorbitante, con un comportamiento excesivo, desmesurado o que “se pasa de la raya” (Jenson, 1992, p.9) también iba de la mano con una visión simplista: como seguidores entusiastas y entregados incondicionalmente; más adelante adoptaron un reconocimiento más participativo: al estar concentrados en una obra en concreto e interactuar con ésta, los fans pueden convertirse también en nuevos creadores (Lledó, 2016, p.28). De esta manera, se puede visualizar esta negación de los fans a ser consumidores pasivos y entran las ansias de ser partícipes de la misma obra: adquieren mayor protagonismo y visibilidad social.

Esta transformación se debe en gran medida a la accesibilidad de las herramientas y plataformas digitales, que les permiten expresar su creatividad de diversas formas. Por ejemplo, los fans pueden desarrollar sus propios *fanfics* (historias basadas en personajes o universos de sus obras favoritas), crear arte original inspirado en sus ídolos, producir videos en diversas plataformas audiovisuales, y hasta lanzar sus propios proyectos musicales.

Este fenómeno de los fans que se convierten en creadores no solo contribuye a la expansión de la comunidad de seguidores, sino que también puede tener un impacto significativo en la industria del entretenimiento. La relación entre los seguidores y las celebridades ha dado un giro inesperado. Ya no se trata de una admiración pasiva a distancia, sino de una interacción activa y creativa.

Además, este tipo de interacción puede llevar a una mayor participación de la audiencia en la cultura de sus ídolos, ya que los fans no solo consumen pasivamente, sino que contribuyen activamente al diálogo y al desarrollo de la narrativa en torno a sus intereses. Esto, a su vez, puede influir en la toma de decisiones de los productores y creadores de contenido, quienes a menudo escuchan las opiniones y sugerencias de sus seguidores más apasionados.

2.1.2. La producción del Fandom

En la actualidad, los fans construyen comunidades conformadas por miembros con el mismo interés y con la posibilidad de conseguir una notable difusión de sus actividades (Busquet, 2012, p. 27). Los fans pasaron de ser un fenómeno minoritario y estigmatizado a ser vistos como parte de los públicos contemporáneos. Esta misma idea plantea Lledó (2016, p. 4) cuando refiere a comunidad: agrupación alrededor de fandoms – palabra formada de la unión entre fan y kingdom para hacer mención a todo el universo que engloba una obra. Son amantes de un producto en concreto, tienden al alto consumo y también a la alta difusión de este.

Como hace mención Miguel Pérez Gómez bajo una definición concreta de acuerdo con el diccionario de Oxford, el fandom resulta ser un mundo de entusiastas por alguna diversión o por algunos artistas (2009, p. 55). Sin embargo, como se mencionó anteriormente, fue una categoría muy estigmatizada. Bajo esta línea, Pierre Bourdieu hace referencia al gusto: aquí, el gusto definiría y diferenciaría, así como clasificaría las identidades de clase. “El gusto se instaura a través de la experiencia social” (Jenkins, 2010, p.29). Henry Jenkins explica el desarrollo del gusto por medio de un contacto educacional donde se instauraría lo que sería una conducta apropiada y lo que sería

correcto o incorrecto. Así, el estereotipo del fanático es una manifestación de la inquietud acerca de la transgresión de las estructuras de poder predominantes en la sociedad. Dicha violación hace que algunos gustos sean inapropiadas, entonces vistas como anormales. Sin embargo, la cultura de los fans va por encima de estos límites.

“El fandom es un vehículo para que los grupos subculturales marginados [...] abran un espacio para sus preocupaciones culturales dentro de las representaciones dominantes; fandom es una manera de apropiarse de los textos mediáticos y releer la cultura de masas en la cultura popular” (Jenkins, 2006, p. 40).

Llegó un punto en el que resultaba complejo defender un gusto ya que era considerado como contaminación cultural dentro de la cultura de masas. Es aquí donde Jenkins rechaza todo estereotipo hacia el fan reformulando una propuesta sobre ellos como lectores que se apropian de los textos populares: “los fans construyen su identidad cultural y social mediante la apropiación y modificación” (2010, p.37).

El término fandom abarca más de lo que podría significar a simple vista. En ella, se construye algo que trasciende a ser un pasatiempo, pues involucra una serie de dinámicas e interacciones que identifican y distinguen a cada comunidad. El fenómeno fandom es un espacio en donde lo social, es decir, el intercambio, las discusiones y actividades entre pares, tiene un peso especial. Incluso, como menciona Jenkins, el fandom es también algo que muchas veces se ha hecho en las actividades conjuntas de la familia y que da la sensación de valores compartidos (1992, citado en Hirsjärvi, 2013, p. 42), basado en un efecto individual pero que a la vez es multicultural y puede ser compartido de manera internacional.

Es más, de acuerdo a un estudio realizado por Ien Ang hacia espectadores alemanes sobre la serie de televisión “Dallas” (1985), se hizo una comparación entre un grupo de seguidores de la serie con los fans de Star Trek. Básicamente respondieron fans que hablan desde la intimidad de sus hogares pues no eran conscientes de que otros compartían el mismo entusiasmo por la serie ya que no se había establecido una red mayor de fans a gran diferencia de los Trekkies. En este punto, los fans de “Dallas” se dieron cuenta de que no estaban solos y se formó una identidad colectiva: una alianza de un grupo de personas que comparten intereses similares.

El fandom o Reino del Fan aparece para clasificar a todas aquellas personas que se agrupan debido a intereses compartidos. En general, el término “fandom” se utiliza para describir a una comunidad de fans y ésta ha sido una forma en que las personas se puedan conectar entre sí a través de intereses y pasiones compartidas, siendo una parte importante de la cultura popular en la actualidad.

El mundo de los fans es muy complejo y estructurado. Cada comunidad abarca sus propias reglas de interacción, prácticas, formas de experiencia, entre otros. Dependen de los productos de las industrias mediáticas que serán asumidos, transformados y, finalmente, incorporados a un universo simbólico estructurado conformado únicamente por fans. El fandom es un hecho social regido por una serie de pautas y normas convencionales. Para Thompson:

“Ser un fan es organizar la vida diaria de uno mismo de tal manera que el seguimiento de una determinada actividad (tal como ser un espectador de deportes), o el cultivo de una relación con determinados productos mediáticos o géneros, llega a constituirse como una preocupación central del yo y sirve para

dirigir una parte significativa de la propia actividad e interacción con los otros. Ser un fan 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” (2011, p. 287).

Algunas de las características que definen a un fandom son la creatividad, la fidelidad, el compromiso, la participación activa y el sentido de comunidad y pertenencia que los fans comparten. La admiración hacia alguien perteneciente al espectáculo ofrece la posibilidad de formar parte de un grupo o comunidad, de formar una red de relaciones sociales con personas que comparten este interés en común. Como menciona Thompson, se trata de una comunidad en que los fans puedan reunirse de manera física pero también de manera virtual, tomando, entonces, las formas de comunicación mediática un rol fundamental en la consolidación de la comunidad de fans (2011, p 289). Concluyendo que, los fans a menudo no son meros consumidores pasivos, sino que también pueden convertirse en creadores de contenido relacionado con sus ídolos, contribuyendo activamente a la cultura fan. Este fenómeno se ha visto impulsado por la accesibilidad de herramientas digitales que permiten a los fans expresar su creatividad de diversas formas, como la creación de ficción, arte original, videos y proyectos musicales. En resumen, el fandom es un espacio donde los intereses compartidos se convierten en una parte significativa de la identidad de los individuos, y donde la participación activa y la formación de comunidades son fundamentales.

2.1.3. Una nueva cultura digital

El Fandom se ha instaurado en la cultura digital debido a la facilidad y accesibilidad de compartir información y conectarse con otros fans a través de Internet. Las plataformas en línea permiten a los fans conectarse y discutir sus intereses comunes, crear y compartir contenido, y participar en comunidades virtuales en tiempo real. Esto ha llevado a la creación de una cultura de Fandom en línea que es global, diversa y altamente activa. De esta manera, el entorno virtual se convertiría en el principal potenciador del fandom. “No obstante, ha habido una evolución a lo largo de los años a medida que la tecnología y los medios han ido y están cambiando constantemente.

La formación de fandoms tiene raíces históricas. Antes de la era digital, los fans se reunían en convenciones y festivales para compartir su amor por un determinado tema. Sin embargo, con la llegada de internet y las redes sociales, los fans pudieron establecer conexiones de manera mucho más fácil y rápida, lo que llevó a una mayor formación y organización de fandoms.

Inicialmente, el fandom hacía referencia a grupos entusiastas de seguidores de ciencia ficción y fantasía. Se reunían para discutir sus historias favoritas y compartir sus propios trabajos creativos. Posteriormente, a medida que la televisión y el cine se hicieron más populares a mediados del siglo XX, las comunidades de fans comenzaron a formarse en torno a nuevas formas de medios. Los fanáticos se reunían para hablar sobre sus programas o películas favoritas, a menudo creando su propia ficción y obras de arte inspiradas en estos trabajos, no obstante, ese punto será retomado más adelante. Seguido de las décadas de 1990 y 2000, en pleno auge del internet trajo consigo una nueva era de comunidades de fanáticos. Ellos ya podían conectarse entre sí en todo el

mundo a través de foros en línea, salas de chat y plataformas de redes sociales. Esto permitió a los fanáticos a crear comunidades más diversas e inclusivas, puesto que ya no estaban limitadas por fronteras geográficas. Por último, nos encontramos en la era de las redes sociales: hoy en día, las comunidades de fans continúan evolucionando y creciendo a través de plataformas de redes sociales como Twitter, Instagram y TikTok. Estas plataformas han permitido a los fans conectarse entre sí de formas innovadoras y creativas, desde crear *fanworks* y memes hasta organizar eventos y reuniones en línea. La Red ha logrado la multiplicación de seguidores y por tanto de fandoms en un escaso periodo de tiempo. De hecho, las comunidades online se caracterizan por su interés en común, donde debatir e interpretar un tema en concreto o un mismo interés, define más a la comunidad que a pertenecer a un lugar en concreto, es decir, no existe una centralización. El fandom anula las barreras del idioma, las fronteras nacionales y las diferencias culturales (Hirsjärvi, 2013, p. 42). En la actualidad, los fans desarrollan sus actividades a través de redes de intercambio de información, de manera que las tecnologías digitales – en especial, la estructura del Internet –, ha tenido un rol central entre sus relaciones, de hecho, se convierte en un agente capital de un cambio cultural.

“La red proporciona un nuevo y poderoso canal de distribución para la producción cultural aficionada. Los aficionados llevan décadas haciendo películas domésticas; estas películas se están haciendo públicas” (Busquet, 2012, p. 27)

Para Henry Jenkins, los fans encuentran en las redes sociales un terreno de expresión óptimo. Esto es debido a que estas plataformas les permiten compartir sus intereses y pasiones con otros fans de todo el mundo en tiempo real, independientemente de la distancia geográfica. Las redes sociales proporcionan a los fans un espacio seguro para

expresar sus opiniones, emociones y creatividad, y también les permiten conectarse con otros fans que comparten sus mismas ideas y gustos. Además, las redes sociales brindan a los fans la oportunidad de interactuar directamente con sus ídolos, lo que fomenta la participación y la interacción en la comunidad de fans en línea.

En términos generales, el entorno virtual se ha convertido en una poderosa herramienta para mejorar las comunidades de fans, fomentar un mayor compromiso y participación entre ellos. Existe además un contenido de fans mejorado. El entorno virtual ha permitido a los fans crear y compartir su propio contenido, así como la capacidad de hacerlo fácilmente entre demás seguidores. Así mismo, se ha permitido la creación de comunidades más diversas, ya que los fans pueden conectarse con otras personas que comparten sus intereses, independientemente de su origen o identidad. Por lo común, el entorno virtual ha mejorado enormemente el fandom al brindarles a los fanáticos una mayor conectividad, oportunidades para la expresión creativa, una mayor participación y comunidades más diversas e inclusivas. Ha ayudado a democratizar la producción y difusión de la cultura popular, dando a los fans una mayor voz e influencia en la configuración de los medios que consumen

2.1.3.1. Las industrias culturales en el desarrollo del fenómeno fan

Si bien, las nuevas tecnologías de la información y comunicación como el internet han contribuido a la máxima difusión de fandoms, por ende a la mayor cantidad de miembros y nuevos seguidores, ésta también ha supuesto un cambio de paradigma en las industrias culturales en cuanto a la movilización social: TikTok, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, entre otros. Cada vez más, el fenómeno fan juega un papel más importante en la sociedad.

Theodor Adorno comenzó a hacer uso del concepto de industrias culturales haciendo referencia principalmente a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales (Lebrún, 2014, p. 46). Junto con el filósofo Max Horkheimer, se referían a la producción de cultura de masas. El siglo XX, es considerado como el siglo de la primera comunicación ya que se encontró bajo la reproducción tecnológica. A través del registro de escenas y edición haciendo un consumo indefinido. A su vez, la difusión aseguró la creación de espacios y prácticas de recepción. De acuerdo con Castro, la industria cultural creó nuevos públicos masivos a mitad del siglo XX y la capacidad ilimitada de reproducción de sonido e imágenes ha sido responsable por la variación en la percepción y procesos de representación de la realidad acorde al tiempo y espacio (2008, p. 12).

Cada época cuenta con sus propios ídolos que pueden despertar una gran admiración y a su vez, actúan como reflejo de los valores dominantes de este tiempo. Los medios de comunicación son los que establecen las nuevas tendencias culturales dominantes de una época y se han convertido en los principales canales de los nuevos autores del buen gusto. Por todo lo mencionado anteriormente, resultan imprescindible las tendencias socioculturales hegemónicas en una sociedad determinada. Como ejemplifica José María Fernández, en la década de los 60, si los jóvenes no hubieran tenido un sentimiento implícito de ruptura con épocas anteriores fomentado por los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial, la música beat probablemente no existiría (2015, p. 55).

El fenómeno fan contribuye a congregar procesos emocionales relacionados a intensas experiencias de satisfacción, incluso de identificación latentes en él mismo. Fernández

hace mención a los fans de *The Who* demostrando que el rock no se podría explicar sin el fenómeno fan ya que son estos procesos emocionales de satisfacción los que impulsaban a la banda a destrozarse sus instrumentos durante sus conciertos (2015, p. 55). Como explicó Thompson, ser fan se instaura en el “yo” como preocupación principal y sirve para dirigir una parte significativa tanto de la actividad propia como la interacción con los otros. De esta manera, el fenómeno fan se instaura como una forma de organizar el yo para las personas, en la que el seguidor pueda organizarse a sí mismo frente a los contenidos producidos por las industrias culturales.

2.1.4. Mucho más que un seguidor: los fans como productores

A menudo se hace referencia a los fans como "productores" porque se involucran activamente con los medios que consumen y contribuyen con sus propios trabajos creativos e ideas a la comunidad de fanáticos. Los fans no solo consumen medios pasivamente; se involucran con él, lo interpretan y producen sus propias obras basadas en él. Como Jordi Busquet manifiesta, “los fans dejan de ser simplemente una audiencia y se convierten en participantes activos y protagonistas en la construcción y circulación de sentido” (2012, p. 25).

No obstante, para llegar a este punto hubo una evolución desde un simple interés por un objeto a ser miembro activo. Este cambio se puede explicar a través de tres momentos: de seguidores o público a fans o entusiastas a cultistas. En primer lugar, se hace referencia únicamente a consumidores atraídos que entienden el universo del producto o sujeto de interés. En segundo lugar, se encuentran aquellos que se relacionan de manera emocional cuyo consumo del objeto o sujeto se centra en la adquisición de merchandising oficial del mercado. Por último, este cambio culmina en el tercer

momento, donde existe una mayor implicación y por ende mayor compromiso con el sujeto de interés. Aquí, el conocimiento va más allá de lo comercializado o puesto para la audiencia, involucra un conocimiento más profundo donde ahora el sujeto forma parte del estilo y vida del seguidor, así como también en la constante reafirmación e identificación. En la presente investigación, el fan es catalogado como un seguidor del tercer momento pues será quien se vea involucrado en todos sus sentidos con la obra y que a partir de ésta, fluya la creación de contenido.

En la actualidad, los fans se han convertido en creadores de contenido importantes en muchas comunidades en línea. Con la proliferación de las redes sociales y las plataformas de video, los fans tienen más oportunidades para crear contenido en torno a sus intereses y compartirlo con otros aficionados. Estos pueden crear contenido en una variedad de formas, incluyendo videos, podcasts, blogs, arte y música. Algunos fans incluso crean sus propias historias o universos de ficción basados en sus películas, programas de televisión o videojuegos favoritos.

Esta capacidad de transformar la reacción personal en interacción social, de una cultura del espectáculo en una cultura participativa, es una de las características más relevantes del universo fan (Jenkins, 2009 como se citó en Gómez, 2011, p. 23). Ser catalogado como fan va más allá de ser un espectador, es traducir su seguimiento habitual en algún tipo de actividad compartiendo así con otros que tienen esta misma afinidad, contenidos varios. Según Gómez, “para los fans, el consumo suscita espontáneamente la producción, la lectura genera escritura, hasta que los términos parecen lógicamente inseparables” (2011, p. 25). En otras palabras, se busca que de alguna forma el fan se

vea tan involucrado con una obra que sería capaz de crear nuevo contenido a partir de este seguimiento y la relación con otros miembros de la comunidad.

La creación de contenido por parte de los fans no solo es una forma de expresar su creatividad, sino que también puede ser una forma de conectar con otros fans y construir comunidades en línea. Además de compartir su propio contenido, los fans también pueden colaborar con otros creadores de contenido para hacer contenido más elaborado y de mayor calidad. Esto puede incluir proyectos como películas y programas de televisión hechos por fans, remixes de música, o incluso videojuegos. Una persona que tiene un mayor compromiso e interés que simplemente seguir a alguien o algo, involucrándose con la comunidad y la temática en cuestión.

De esta forma, los fans no son solo consumidores de medios, sino participantes activos en la creación y difusión de la cultura popular. Son "productores" en el sentido de que están contribuyendo activamente con sus propias ideas y trabajos creativos a la comunidad fandom, en lugar de simplemente consumir lo que ofrece la industria de los medios. Esta idea de los fanáticos como productores se ha vuelto aún más relevante en la era de los medios digitales, donde los fanáticos tienen mayores oportunidades para participar y contribuir a la cultura popular a través de las redes sociales, las comunidades en línea y otras plataformas digitales. Los fanáticos ahora pueden crear y compartir su propio contenido más fácilmente que nunca, y esto ha ayudado a democratizar la producción y difusión de la cultura popular. Como menciona Miguel Pérez, "el fandom recoge el mensaje y su peculiar manera de crear feedback es crear otro mensaje destinado a nuevos receptores" (2009, p. 56).

En general, los fans crean contenido en redes sociales para compartir su pasión y conectar con otros que comparten su amor por un tema en particular. Es una forma de expresión creativa y una forma de conectarse con una comunidad más amplia de personas con intereses similares.

2.1.4.1. Las manifestaciones de los fans: los *fanworks*

Las obras de fans o más conocidos como *fanworks* son una forma de manifestación cultural que representa la creatividad y la pasión de los fans por una franquicia de medios o un fenómeno cultural en particular. Estas se pueden clasificar en *fanfictions* o *fanfics* (textos escritos), *fanarts* (dibujos, ilustraciones y otros tipos de arte visual creados por fans que representan los personajes y escenarios de la obra original), *cosplay* (trajes creados por fans para representar a los personajes de la obra original), *fanvids* (contenido audiovisual como trailers, reseñas, análisis, tributos, parodias y otros tipos de videos relacionados con la obra original), *gatherings* (reuniones donde se intercambia información sobre la obra original), entre otras. Los fanworks son una forma de expresión creativa y pasión de los fans por la obra, así como la participación de los fans en la cultura de los fandoms. Aunque los fanworks no son una forma oficial de contenido y no están aprobados por los propietarios de la obra original, son una forma popular de participación de los fans en la cultura de los fandoms.

Los fanworks tienen una larga historia en la cultura de los aficionados y han sido parte del mundo de los fandoms durante décadas. Los fanworks comenzaron a ser populares en la década de los 60 con los *fanzines* (revistas hechas por fans) y los fanarts que se centraban en los personajes de la serie de televisión 'Star Trek'⁶. En los años 70 y 80,

⁶ En este punto, los Trekkies incluían contenido creativo como poemas y relatos basados en los personales, pero que incluían una interpretación distinta a la proporcionada.

los fanzines se convirtieron en un medio popular para que los fans compartieran historias y arte basados en sus series de televisión y películas favoritas.

Las obras de fans son manifestaciones culturales importantes porque representan una forma de cultura participativa en la que los fans participan activamente en la creación y difusión de la cultura popular. Al producir sus propios trabajos basados en franquicias de medios existentes, los fanáticos no solo consumen cultura, sino que contribuyen activamente a su producción y evolución. Las obras de fans también brindan una salida importante para la expresión creativa y la construcción de una comunidad. A través de la producción y el intercambio de obras de fans, los fans pueden conectarse con otros que compartan sus intereses y formar comunidades en torno a fandoms compartidos. Esto puede ayudar a fomentar un sentido de pertenencia y conexión entre los fans.

Elaborar fanworks no es algo sencillo, de hecho, es un proceso complejo de creación y creatividad. No se puede hablar tampoco de una fórmula para la creación de estos, pero sí existen ciertas categorías en el proceso de elaboración de acuerdo a como señala Miguel Arteché (1999, citado en Torti, 2017, s/p).

- *Adopción*: La relación entre el sujeto y el objeto se integra en la identidad del sujeto y puede modificar su estructura social al inclinarse hacia grupos con intereses similares.
- *Apropiación del objeto*: Se desarrolla un vínculo emocional tan fuerte que el objeto de interés se integra en la cotidianidad y la estructura de conocimientos del fanático, lo que influye en su capacidad para interpretar nuevas experiencias.
- *Debate y racionalización*: El fanático se convierte en el crítico principal de su objeto de adopción, analizando, hipotetizando y cuestionando los detalles del

mismo. Además, evalúa la credibilidad de los nuevos elementos dentro del universo del objeto. En las reuniones de los fans, el debate es constante y se dividen en subgrupos que exponen argumentos tomados del objeto y su desarrollo.

- *Producción*: Los fanáticos activamente adoptan y se apropian de las características de su objeto de interés.

- *Trascendencia*: El fandom va más allá de las edades y generaciones.

- *Fantasía interna*: Ernest Bormann sostiene en su teoría de convergencia simbólica que en un grupo pequeño de personas que comparten intereses comunes, se crea una fantasía interna. Esta fantasía se refiere a la combinación y utilización de conocimientos compartidos, que se convierten en formas de comunicación propias que sólo tienen sentido para los miembros del grupo (1972, citado en Torti, 2017, s/p).

Se hace hincapié en la expresión artística y si es de participación ciudadana, con un gran interés en la distribución del contenido de elaboración propia. Así, los fanworks siguen siendo una forma popular de expresión creativa para los fans de todo el mundo, y hay una gran cantidad de sitios web y comunidades en línea dedicados a la creación y el intercambio de fanworks.

Siguiendo con la comunidad de fans mencionada anteriormente (Trekkies), más adelante, pero en la misma década, se realizaron convenciones exclusivamente de la serie. Aquí ya se hablaba de una consagración entre la comunidad de fans de Star Trek y el desarrollo de otro fanwork: el *fanvid*. Es entonces cuando Kandy Fong, fan de la serie, expone un fotomontaje, a través de un proyector, con imágenes y música de fondo

con un guion preparado para un fin narrativo (González, 2013, p. 28). De esta manera, se abría paso a una nueva práctica que fue ganando notoriedad con el paso de los años e incrementando su impacto y relevancia en las comunidades de fans dado a la evolución tecnológica y facilidad en el terreno digital.

2.1.5. El universo audiovisual en los fandoms

Como parte de las manifestaciones artísticas que han tenido mayor repercusión en la actualidad, se habla de la rama audiovisual: los *fanvids*. En este caso, la producción creativa de los fans puede tomar muchas formas, pero ciertamente el ámbito audiovisual es uno de los más populares. La creación de videos musicales, fan trailers, parodias, *mashups* y otros tipos de contenido audiovisual son prácticas comunes y que han ido evolucionando dentro de la cultura de los fanáticos.

Para hablar de fanvid es necesario retomar la historia de su evolución. Fue hasta la década de los 90 cuando la tecnología tuvo un gran impacto en la masificación del fenómeno fan y revolucionó la forma en cómo se producía el contenido audiovisual: el internet y los programas de edición de video digital (González, 2013, p. 28). Con el auge de la tecnología, los fanáticos pudieron crear videos de mayor calidad y con más facilidad que antes. En 1994 surge la aparición del primer fanvid digital lo que marcó un antes y un después en cómo sería producido el contenido audiovisual a través de tres diferentes tecnologías: los programas de edición de video para uso doméstico, los cambios en los formatos y medios utilizados para difundir los vids, y la forma en que los fans se comunican entre sí. Más adelante, a fines de la década y a inicios de los 2000 ya las PC tenían programas básicos de edición de video como *Movie Maker* y *iMovie*, y adicionalmente, aparecieron otros programas como Sony Vegas, Adobe Premiere Pro o

Corel VideoStudio. Gracias a estas herramientas, los fans pueden crear montajes más elaborados con música, utilizar una amplia gama de transiciones y efectos, y realizar una manipulación de sonido que antes era impensable.

Como se mencionó anteriormente, el internet también sirvió como un gran facilitador para la circulación de fanvids. Años atrás, se esperaba hasta las convenciones o reuniones para llevar a cabo la distribución y exhibición de contenido fan, sin embargo, la World Wide Web permite la expansión inmediata desde la comodidad de los hogares.

“El siglo XXI es la era de la explosión de la banda ancha, los dispositivos móviles y la web 2.0. Estas innovaciones han revolucionado la vida cultural y social del ser humano, potenciando y dando mayor protagonismo a los fans. Hablar del fenómeno fan en el siglo XXI significa hablar de un fenómeno transnacional que se apoya en la circulación de contenidos que se da a través de la Internet y en la expansión de las redes de socialización” (González, 2013, p. 29).

El internet ha permitido que los fans puedan compartir sus creaciones con una audiencia global, lo que ha llevado a una mayor difusión de los fanvids. Además, la facilidad para encontrar y descargar videos y programas de edición ha permitido que cada vez más personas puedan crear sus propios fanvids. Otra ventaja del internet para los fanvids es la posibilidad de compartir opiniones, ideas y consejos con otros fans y creadores de videos a través de comunidades y foros en línea. Esto ha permitido que los fanvids evolucionen en cuanto a calidad y técnica.

En general, los fanvids son productos audiovisuales como resultado de un montaje de imágenes con música para contar una historia o transmitir una emoción en particular, pero más aún, como resultado del vidding.

2.2. El recurso de la nostalgia

2.1.1. ¿Qué se entiende por nostalgia?

La nostalgia es ese sentimiento que nos hace recordar y añorar tiempos pasados, y tiene un lugar especial y significativo en la cultura fan. No es simplemente una sensación pasajera; más bien, es una fuerza poderosa que moldea la forma en que los fans se relacionan con sus intereses y crea vínculos emocionales profundos con el pasado. En la cultura popular, la nostalgia actúa como un puente que conecta generaciones y épocas, permitiendo que las historias y los personajes perduren mucho más allá de su fecha de creación original. En este sentido, la nostalgia es un elemento crucial para comprender por qué ciertas obras y franquicias siguen siendo relevantes y queridas por los fans a lo largo del tiempo.

Así, la nostalgia viene a desempeñar un papel importante en la creación de la identidad fan. Cuando los fans se sumergen en el pasado a través de sus intereses, construyen una relación personal con esos recuerdos y experiencias compartidas. Esto les permite no solo conectarse con la obra o el personaje en cuestión, sino también entre ellos. De esta manera, van formando una comunidad de personas que comparten la misma pasión y los mismos recuerdos.

Cabe resaltar que, el término “nostalgia” ha sido investigado a lo largo de los años y dependiendo de la época ha adquirido diversas connotaciones. Como menciona Higson, “la nostalgia no es un fenómeno singular; tiene múltiples capas, con experiencia diversa y se explota de manera diversa” (2014, p. 120).

El psicólogo y filósofo alemán, Johannes Hofer, fue el primero en acuñar el término "nostalgia" para describir la sensación de dolor y añoranza, de la mano con la depresión

y tristeza. En su obra "Medical Dissertation on Nostalgia" (1934), Hofer argumentó que la nostalgia era una enfermedad mental que podía ser tratada con la ayuda de la música, los recuerdos y la conexión con los amigos y familiares. En este punto, la definición de nostalgia pasó del ámbito médico al ámbito cultural. Con ello, el imaginario temporal de una era perdida. Como exploró el sociólogo Fred Davis, la nostalgia surge en momentos de cambio social y cultural, y que se convierte en una forma de resistencia al cambio y de aferrarse a una época pasada que se percibe como mejor (1979, p.).

Sin embargo, sería casi imposible empezar sin mencionar a Aristóteles y la *psyche*, como explica Rohde, "aquello que nos mueve, nos sostiene, nos distingue, irá siempre encuadrando los sentidos detrás del concepto nostalgia" (1948 citado en Gironés, 2020, p. 10).

Aristóteles habla de la importancia de la memoria en la vida humana y la capacidad de la mente para recordar y evocar experiencias pasadas. En su obra "De Anima" (Sobre el Alma), sostiene que la memoria es esencial para la percepción y la cognición, y que nos permite retener y recuperar la información que necesitamos para llevar a cabo nuestras actividades diarias. Además, en su obra "Ética a Nicómaco", Aristóteles sostiene que la felicidad o el bienestar humano se encuentra en la búsqueda y realización de nuestras metas y propósitos en la vida. En este sentido, es posible que la nostalgia surja cuando una persona echa de menos una época pasada en la que se sintió más feliz o realizada, o cuando se añora un lugar o una experiencia que se percibe como más significativa (Gironés, 2020, p. 10).

Retomando a Davis, surge una separación entre la nostalgia y la melancolía. El autor sostuvo que la nostalgia está estrechamente relacionada con sensaciones de confort,

épocas pasadas y memorias de la niñez, lo cual sentó las bases para las ideas del siglo venidero.

Recientemente, para Margalit, la nostalgia sería un sentimiento que se relaciona directamente con la memoria: “la nostalgia da un paseo gratis a la memoria. Elimina los pensamientos perturbadores sobre el pasado y retiene solo los buenos” (2011 p. 280).

El autor también afirma que las personas que sienten nostalgia se ven inmersas en una lucha mental, tratando de discernir la verdad detrás de las imágenes y declaraciones sobre el pasado, y cuestionando sus propias vivencias. En resumen, la nostalgia puede entenderse como la evocación de momentos felices del pasado que el individuo anhela revivir.

La nostalgia puede ayudar a fomentar sentimientos de conexión social y pertenencia ya que las personas recuerdan experiencias compartidas del pasado. La nostalgia también puede proporcionar una sensación de comodidad y familiaridad especialmente en momentos de estrés o incertidumbre. Por ejemplo, pensar en recuerdos felices de la infancia puede proporcionar una sensación de estabilidad y seguridad en el presente.

Además, la nostalgia puede ayudar a preservar el patrimonio cultural y las tradiciones ya que las personas recuerdan eventos históricos, arte, música y otros aspectos del pasado. Esto puede ser importante para mantener un sentido de identidad y continuidad con el pasado.

No obstante, la nostalgia a veces puede usarse para idealizar el pasado e ignorar los problemas e injusticias que existieron. Por ejemplo, las personas pueden recordar una era o período de tiempo en particular como una "edad de oro" sin reconocer las desigualdades sociales y las injusticias que pueden haber existido durante ese tiempo.

Además, la nostalgia excesiva también puede generar sentimientos de insatisfacción con el presente y no aceptar el cambio. Esto puede ser problemático si impide que las personas aborden los problemas actuales y realicen las mejoras necesarias.

En general, la nostalgia puede ser una fuerza poderosa para la conexión social y la preservación cultural, pero es importante equilibrar estos efectos positivos con un examen crítico del pasado y la voluntad de abordar los desafíos actuales.

2.2.1.1. La nostalgia como fenómeno social

El autor José Antonio Hernández-Gutiérrez hace una investigación sobre la sociedad moderna y su insinuación a la mira exclusivamente hacia el futuro (2018, p. 225). Esto significaba, entonces, un símbolo de progreso, desarrollo tecnológico dejando atrás el pasado el cual está bajo una representación tradicional y de atraso ideológico y científico. No obstante, hace mención al escritor Alexandr Solzhenitsyn quien hace notar que lo que podría ser novedoso, esconde una esencia nostálgica.

Así, diferentes industrias mediáticas y del entretenimiento realizaron una comercialización masiva teniendo en cuenta la memoria cultural de las últimas generaciones del siglo XX, logrando así negocios exitosos. Por un lado, si bien ha sido rentable mercantilizar la nostalgia para las empresas, también está el lado del individuo nostálgico que hace uso de estos bienes culturales ofrecidos por lo que sería una industria cultural de la nostalgia, con el objetivo de satisfacer necesidades emocionales o afectivas. Según Hall, sabiendo entonces, que regresar al pasado es imposible, el sujeto posmoderno puede estar en contacto con elementos culturales que le evoquen estas épocas a las que no puede volver, pero con las que se siente bien recordar y así hacer más llevadero el presente y el futuro (Hernández, 2018, p. 226).

Como se ha mencionado, la nostalgia como fenómeno social ha estado presente en distintas épocas expresada a través de un culto o veneración, por ejemplo, a los héroes nacionales. Sin embargo, la nostalgia ha abandonado los territorios intelectuales, históricos y políticos para tomar una posición en ámbitos cotidianos como los medios de comunicación, la cultura popular-masiva y el ocio. De acuerdo con Berruga, la cultura popular y la memoria mediática son parte de la memoria colectiva y estas se encuentran presentes en el proceso de construcción, reconstrucción y consolidación de la identidad cultural del individuo (2015, como se citó en Hernández, 2018, p. 227).

Este fortalecimiento de la identidad tiene una presencia especial en el consumo y apropiación de la música popular. En este entorno se puede observar que el carácter emocional que tiene la participación de su audiencia cuando siente la música o al escuchar alguna canción, le recuerda a alguna experiencia de vida que le sea significativa. La nostalgia cultural no está acompañada de la moda ni mucho menos de las leyes del mercado, ésta responde más a una necesidad social y cultural de no perder el origen de nuestra identidad.

El cine, la música popular, la televisión y el internet conforman un sistema cultural en el cual los sujetos comparten imágenes, sonidos y rituales que se disfrutan e incluso son apropiados por los miembros de una generación, desarrollando así una base emotiva y afectiva compartida entre ellos: una cultura colectiva. De acuerdo con Tara Brabazon, “No podemos separar las representaciones populares, como la música y el cine, de las experiencias de vida. Las canciones que son significativas son la gramática y el forraje de nuestros problemas, placeres, alegría y dolor” (2005, p. 67).

Los medios de comunicación masivos desempeñan un papel importante en la construcción de las memorias colectivas, más aún que los sistemas políticos, educativos y jurídicos. Como menciona Misztal:

Hoy, la memoria está más distante de las fuentes tradicionales del poder, mientras que cada vez está más formada por los medios masivos (...). La memoria colectiva es definida como la representación del pasado, 1) el pasado compartido por un grupo, y 2) el pasado que es conmemorado colectivamente, que representa y da sustancia a la identidad grupal, sus condiciones actuales y su visión del futuro (2003, p. 25).

Lo emotivo y lo sensible de los sujetos hacen referencia a la nostalgia. Además, también se le vincula con los recuerdos, con la reminiscencia, en otras palabras, con la memoria. No obstante, no solo se trata de algo netamente personal o individual, sino también de las evocaciones colectivas, las experiencias que se comparten de manera colectiva en torno a ellos. Siendo las películas, la música y programas televisivos, objetos que normalmente son consumidos de forma privada, han pasado a ser un vehículo que conecta las vivencias y los sentimientos personales con las emociones y experiencias compartidas de manera grupal.

2.2.2. La nostalgia creativa para la construcción de contenido

La nostalgia puede ser una herramienta muy poderosa en la creatividad, ya que evocar sentimientos positivos asociados con recuerdos del pasado puede inspirar nuevas ideas y obras creativas. Del mismo modo, ayuda a ser una fuente de inspiración ya que puede ayudar a recordar momentos significativos o experiencias emocionales que pueden alimentar la imaginación y la creatividad.

Puede ser utilizada en el diseño de productos y servicios para evocar una sensación de familiaridad y comodidad en los consumidores. Los objetos que parecen provenir de otra época pueden tener un atractivo nostálgico para las personas que buscan sentirse conectadas con un pasado idealizado. Por un lado, en publicidad es utilizada para apelar a las emociones y conectar con su público⁷. Por otro lado, la nostalgia también puede ser una fuente de entretenimiento, como se ve en la popularidad de las series y películas que recrean épocas pasadas. Las obras de arte y los medios de comunicación que reflejan la nostalgia pueden ayudar a las personas a sentirse conectadas con su pasado y con una sensación de pertenencia.

Se trata de un proceso creativo en el que se mezclan elementos nostálgicos del pasado con nuevas ideas y formas de expresión. El psicólogo Tim Wildschut analiza la nostalgia y la creatividad: sugiere que la nostalgia puede servir como un medio para aumentar la sensación de conexión social y la sensación de continuidad en la vida de las personas (2010, p. 574). En la serie de estudios de Wildschut y sus colegas, "*Nostalgia as a repository of social connectedness*" (2010), se demostró que la nostalgia puede ayudar a las personas a sentirse más conectadas con los demás y claramente, con su pasado. Los autores sugieren que la nostalgia puede funcionar como un "repositorio de conexión social", proporcionando a las personas una forma de conectarse con los demás y con su pasado, lo que puede ayudar a mejorar su bienestar emocional y psicológico.

La nostalgia puede ser una fuerza creativa y muy poderosa que puede inspirar nuevas formas de manifestaciones artísticas. En la música, por ejemplo, Lana Del Rey, que utiliza elementos nostálgicos de la cultura pop de los años 50 y 60 y estilo de imagen, o

⁷ Por ejemplo, una empresa *fast food* podría lanzar una campaña publicitaria que recuerde la nostalgia de las fiestas de cumpleaños infantiles para atraer a los consumidores que buscan revivir esas experiencias.

en el cine Wes Anderson que utiliza elementos nostálgicos de la cultura popular del siglo XX en sus películas.

En general, la nostalgia puede ser una herramienta poderosa en la creación de contenido, ya que permite a los creadores aprovechar las emociones y los recuerdos de las personas para crear una conexión con su audiencia. Se destaca la importancia de la nostalgia en la creación de una sensación de conexión social.

La nostalgia es un sentimiento que puede ser muy poderoso y puede servir como una guía efectiva para la construcción de contenido. La nostalgia nos lleva de vuelta a momentos y épocas del pasado que nos resultan reconfortantes y familiares. Puede evocar recuerdos de experiencias positivas y momentos felices, lo que puede ser muy atractivo para muchas personas.

Cuando se trata de la creación de contenido, la nostalgia puede ser utilizada como un tema o como una forma de conectar con la audiencia. Se puede crear contenido que se centre en los recuerdos de la infancia, como los juguetes, programas de televisión, juegos y música de esa época. Al hacerlo, se puede despertar sentimientos de nostalgia en la audiencia y crear una conexión emocional con ellos. Adicionalmente, una forma común en que los videos de fans usan la nostalgia es presentando clips o referencias de una franquicia en particular. Por ejemplo, un video de un fan sobre una nueva película de Star Wars puede incluir imágenes o referencias a la trilogía original, lo que evoca sentimientos de nostalgia para los fanáticos que crecieron con esas películas.

2.2.2.1. La nostalgia en los fanvids

La nostalgia es un tema común en los fanvids. Los videos de fans a menudo usan la nostalgia como una forma de evocar emociones en el espectador y crear una sensación de conexión con el material de origen.

Los fanvids a menudo usan la nostalgia para recordar a los espectadores los personajes, las escenas y los momentos que aman de una franquicia de medios en particular. Al mostrar estos momentos nostálgicos, los videos de fanáticos pueden ayudar a los espectadores a revivir los sentimientos de emoción, alegría y conexión que experimentaron cuando vieron el material original por primera vez.

También, los fanvids pueden usar la nostalgia como una forma de rendir homenaje al material original y a sus creadores. Al resaltar los momentos más icónicos y memorables de una franquicia, los videos de fanáticos pueden mostrar el aprecio por los creadores y el impacto que su trabajo ha tenido en los fanáticos.

Como una suerte de “continuación”, algunos fanvids usan la nostalgia como una forma de continuar la historia. Al crear nuevo contenido que hace referencia y se basa en los elementos nostálgicos del material de origen original, los videos de los fanáticos pueden mantener viva la franquicia en los corazones y las mentes de ellos.

En general, la nostalgia juega un papel importante en los fanvids como una forma de conectarse con el material de origen, mostrar aprecio por los creadores y continuar la historia de un producto y/o sujeto de interés en común.

2.2.3. La nostalgia en el ámbito musical: añoranza a un *come back*

La nostalgia en el ámbito musical se refiere a la sensación de anhelo o nostalgia que muchas personas sienten por determinadas bandas, artistas o canciones de su pasado.

En muchos casos, esta nostalgia puede llevar a los fans a desear el regreso de sus artistas favoritos. Esta expresión se utiliza para describir la reaparición de un artista o banda después de un período de ausencia, a menudo con la esperanza de que vuelvan a recrear la magia de su éxito pasado. Muchos fans pueden sentir una gran emoción al ver a sus ídolos de vuelta en el escenario y revivir momentos del pasado.

El anhelo del regreso de una banda musical es un sentimiento muy común entre los fanáticos de la música. En la literatura, se han descrito casos de fanáticos que han esperado durante años el regreso de sus bandas favoritas. Un ejemplo es el libro "I'm with the Band" de Pamela Des Barres, en el que la autora relata sus experiencias como fanática de bandas de rock en la década de 1960 y su espera por el regreso de la banda Led Zeppelin. En este libro, Des Barres describe su devoción por la banda y su desesperación por su separación en 1980. Durante años, ella y otros fanáticos esperaron ansiosamente por el regreso de la banda, lo que finalmente ocurrió en 2007 con un concierto de reunión en el O2 Arena de Londres.

Este es solo un ejemplo de cómo la música puede afectar profundamente a las personas y cómo el anhelo por el regreso de una banda puede ser un sentimiento poderoso y duradero. Muchos seguidores de bandas han experimentado la sensación de nostalgia y la esperanza de que su banda favorita regrese a los escenarios o grabe nuevo material. Este sentimiento puede ser muy intenso y puede ser una fuente de inspiración y motivación para muchos.

2.2.3.1. Ecosistema Boy band

Existen distintas definiciones de una boy band. De manera conceptual, como establece Alarcón, una boy band es un grupo conformado por un número de entre tres y seis chicos

jóvenes agraciados que cantan y bailan coreografías preparadas y destinadas para un público adolescente (2014, como se citó en Pardo, 2015, p. 11). Por otro lado, para Tobal (2009, p. 118) hubo un estudio previo del público al que se busca apuntar, identificar sus necesidades y la mejor forma de satisfacerlas a través de una boy band. En el mismo hilo, menciona a Lipsitz (2007) que estos grupos son creados para un fin netamente comercial, es decir, generar dinero y que por medio de una seducción entre integrante-fan, este pueda comprar todo material relacionado con la banda. Volviendo a Alarcón, afirma que las boy bands son de carácter efímero, se agrupan, ganan popularidad y poco a poco se disuelven por olvido o por alguna posible carrera de solista. No obstante, a través de los años se puede observar que One Direction ha sido una banda que, si bien, se ha disuelto, no ha sido por olvido y el fandom aún se mantiene constante.

De acuerdo con un estudio realizado por Sofía Martínez, las principales boy bands en la historia musical iniciaron su carrera a partir de audiciones de grandes productoras, incluso de reality shows (2014, p. 28). Cada cierto tiempo, estos canales mediáticos disponen de procesos de selección para encontrar un grupo de jóvenes cantantes bajo un perfil determinado y un estilo de música capaz de adaptarse de manera internacional. No existe una definición exacta del origen de las boy bands, sin embargo, se pueden mencionar antecesores como *The Osmonds* de la década de los años 60 y entre otros, también se encuentran de los años 70, *The Temptations* o *The Jackson 5*, aunque el mayor detonante del fenómeno boy band es The Beatles (Bridger, 2012 como se citó en Pardo, 2015, p. 11). Esta banda de Liverpool es la principal influencia para la creación de boy bands a lo largo de la historia⁸.

⁸ De hecho, la devoción hacia The Beatles llegó dada por una rebelión social por parte de las fans adolescentes que querían ir en contra de las normas de comportamiento tradicionales impuestas por sus madres, basadas en ser

Después de la fama de The Beatles, llega otra de las bandas más representativas: *Backstreet Boys*. El impacto de la banda fue a nivel mundial y esto se facilitó por el corte diferente de cada integrante ya que algunos contaban con ascendencia latina, convirtiéndolos así en una de las bandas más vendedoras de todos los tiempos (Anchel, 2015 como se citó en Pardo, 2015, p. 13). Con la aparición de los Backstreet Boys, las coreografías ya eran algo habitual como parte de una boy band. Este fenómeno se basa en un conjunto de chicos con roles distintos pero que conectaban igual con sus fans, especialmente, con el género femenino. Volviendo al caso de The Beatles, en la época se hablaba de la “beatlemania”, una fiebre que involucra a toda la comunidad fan del grupo que lo seguía en todos sus movimientos y consumían todo producto derivado de la banda (Pardo, 2015, p. 14).

En los últimos años, han resurgido boy bands como *Jonas Brothers*, *The Wanted* el cual ha sido parte de listas de éxitos mundiales. Posteriormente, en el 2011 llegó *Big Time Rush*, banda que nació a partir de una serie en la cadena *Nickelodeon* y se expandió por todo el mundo. A la par, también nacía la boy band más célebre de los últimos años, *One Direction*, que ha tenido un fuerte impacto alrededor del mundo y que hasta el día de hoy cuenta con cientos de miles de seguidores y seguidoras pese a su separación.

También es importante mencionar el caso de las boy bands de Oriente que también han tomado una fuerte presencia en el escenario musical. El kpop surgió de la evolución de la música tradicional de Corea con la unión de estilos urbanos occidentales. Los *idols* – ídolos en los países occidentales hacen referencia a la celebridad, alguien que goza de fama y éxito. Estos pueden ser cantantes o actores que cuentan con la adoración y

reservadas y rescatadas. Se trataba, entonces, de una adoración hacia la banda como lucha ante la represión sexual impuesta por la sociedad.

seguimiento de sus fans. Caso contrario, en los países orientales, el concepto de *idol* se asocia a aquellas celebridades que han recibido una educación y completo entrenamiento para llegar a donde se han posicionado. El *idol* en Corea, es igualmente admirado por su talento, pero también por su vida modélica (Hurtado, 2016, p. 6). El primer contacto con el fenómeno boy band en Oriente fue a través de un grupo masculino llamado Seo Taiji & Boys en 1992. Reemplazan las letras sexualizadas de los raps típicos de Norte América agregando sonidos metálicos provenientes de la música tradicional coreana.

Sofía Martínez distingue las principales características alrededor de estas agrupaciones: imagen, armonía, baile y líder (2014, p. 30). Si bien existe una diferencia entre los roles que cumple cada integrante, asegura que el éxito o el fracaso siempre estará ligado a la apariencia física de los cantantes. Además, en tanto a armonía, las melodías que entrelazan sus voces usualmente dejan espacio al solista con mayor potencia de voz. Acompañado, irían secuencias coreografiadas las cuales, por ejemplo, fueron una marca de representación de *N'Sync* y *Backstreet Boys*. Por último, existe el papel de un líder en cada boy band que puede resultar indiscutible, este siempre va a ser quien cuente con mayor éxito comercial o el que interprete mayor número de solos en sus performances.

2.2.3.1.1. Caso One Direction

One Direction era una de las boy bands más famosas a nivel internacional. Se formó en el 2010 durante la versión británica del reality show *The X-Factor*. Hasta el 2015, sus integrantes fueron Harry Styles, Niall Horan, Louis Tomlinson, Liam Payne y Zayn Malik, sin embargo, este último se retiró de la banda a inicios del año.

A pesar de no haber ganado el programa, One Direction inicia su carrera musical gracias a la gran acogida de su cover de la canción *Forever Young* en internet. Además de la gran fascinación que Simon Cowell (productor musical y juez del programa) sentía por el grupo y quien finalmente les ofreció un contrato en su discográfica. De acuerdo con Anne Raso, Cowell sintió que desde el primer momento que vio a la banda en un escenario, tenían que convertirse en una banda real (2012, citado en Pardo, 2015, p. 17).

One Direction era una banda muy famosa y exitosa. Fueron uno de los grupos de música pop más populares de su época y lograron un gran éxito en todo el mundo con una base de fans muy leal. A través de su música, vídeos y actuaciones en vivo, lograron conquistar el corazón de muchos jóvenes y convertirse en un fenómeno cultural.

Sin embargo, el declive de One Direction se debió a una serie de factores. En primer lugar, después de haber lanzado varios álbumes y realizado varias giras en un corto período de tiempo, se experimentó un agotamiento en su propia creatividad. En segundo lugar, la partida de uno de los miembros de la banda, Zayn Malik, afectó negativamente la dinámica y química del grupo, incluso podría decirse que esta salida era el inicio del fin. Finalmente, la banda decidió tomar un descanso extendido para explorar proyectos en solitario, lo que llevó a los fanáticos a creer que la banda se estaba disolviendo permanentemente.

2.3. Tiktok como herramienta de difusión de fanvids

2.3.1. TikTok como plataforma de difusión

TikTok es una plataforma de redes sociales de rápido crecimiento que permite a los usuarios crear y compartir vídeos cortos con una amplia variedad de contenido, desde bailes y música hasta comedia y tutoriales de maquillaje. Con más de mil millones de

usuarios activos mensuales en todo el mundo, TikTok se ha convertido en una de las plataformas de redes sociales más populares, especialmente entre los jóvenes.

Con su origen chino y lanzada al mercado internacional en el 2017, se pudo observar un auge mucho mayor durante la pandemia del COVID-19. En este periodo, el confinamiento se volvió un espacio donde TikTok debido a su facilidad de uso y entretenimiento, tomó un lugar destacado entre las demás aplicaciones de pasatiempo (Vintimilla-León & Torres-Toukoumidis, 2021, p. 8).

Una de las razones principales por las que TikTok se ha convertido en una plataforma de difusión popular es su algoritmo de recomendación de contenido. A diferencia de otras plataformas de redes sociales que muestran contenido basado en la popularidad y la interacción de los usuarios, TikTok utiliza un algoritmo que utiliza el aprendizaje automático para mostrar contenido que cree que el usuario encontrará interesante, basado en sus interacciones y preferencias de visualización previas. Esto significa que el contenido de los usuarios se puede difundir rápidamente a través de la plataforma, lo que les permite llegar a audiencias mucho más grandes de lo que podrían en otras plataformas. Además, TikTok también ofrece la posibilidad de colaborar con otros usuarios, lo que puede ayudar a aumentar la visibilidad del contenido y expandir la audiencia.

2.3.1.1. La experiencia TikTok

En general, la experiencia TikTok se caracteriza por la exploración y descubrimiento de contenido de vídeo de corta duración en una amplia variedad de categorías, desde comedia y entretenimiento hasta moda y tutoriales de belleza.

El entendimiento de TikTok desde el concepto de Technological Affordances ("Afordancias Tecnológicas") implica analizar cómo esta plataforma se adapta y aprovecha las características tecnológicas para dar forma a la experiencia del usuario y las interacciones que se producen en ella (Burgess et al., 2018)

1. *Facilitación de la Creación de Contenido:* TikTok ofrece una serie de herramientas tecnológicas que simplifican la creación de contenido, como la capacidad de grabar y editar videos directamente en la aplicación. Esto hace que sea más accesible para una amplia variedad de usuarios crear y compartir contenido de manera efectiva.
2. *Interactividad y Colaboración:* La plataforma permite a los usuarios interactuar con el contenido de otros a través de funciones como los "duetos" y los "desafíos". Estas características tecnológicas fomentan la colaboración y la participación activa de la comunidad.
3. *Recomendaciones y Personalización:* TikTok utiliza algoritmos de aprendizaje automático para analizar el comportamiento del usuario y ofrecer contenido altamente personalizado en su feed. Esto se basa en la comprensión de las preferencias y comportamientos de cada usuario, lo que demuestra cómo las oportunidades tecnológicas se utilizan para mejorar la experiencia.
4. *Construcción de Comunidad:* La plataforma facilita la creación de comunidades en torno a intereses compartidos o tendencias específicas. Los hashtags y las funciones de seguimiento permiten a los usuarios conectar con otros que comparten sus intereses.

5. *Efectos Visuales y de Sonido*: TikTok ofrece una amplia gama de efectos visuales y de sonido que los usuarios pueden aplicar a sus videos. Estos efectos tecnológicos permiten una mayor expresión creativa y la capacidad de destacarse en una plataforma llena de contenido.

6. *Uso de Datos y Privacidad*: TikTok utiliza datos y análisis para comprender el comportamiento de los usuarios y mejorar la experiencia en la plataforma. Sin embargo, esto también plantea preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos, lo que destaca cómo las oportunidades tecnológicas pueden tener implicaciones éticas y de seguridad.

Revelándose que, TikTok es un ejemplo de cómo las oportunidades tecnológicas se utilizan para dar forma a la experiencia de los usuarios y las dinámicas de una plataforma. Al aprovechar las características tecnológicas específicas, TikTok ha creado una experiencia única que atrae a una amplia audiencia y promueve la creatividad y la participación activa de la comunidad. Al mismo tiempo, el uso de datos y la privacidad son áreas de preocupación que subrayan la importancia de un enfoque equilibrado en el diseño y la regulación de estas tecnologías (Hutchby, 2001).

Al ingresar a la aplicación, los usuarios son recibidos por un feed de videos sugeridos por el algoritmo de TikTok en función de sus interacciones anteriores. Los usuarios pueden desplazarse hacia abajo para ver más videos, o desplazarse hacia arriba para explorar videos populares, tendencias y hashtags en la pestaña "Descubrir". Además, los usuarios pueden buscar contenido específico a través de la barra de búsqueda o siguiendo a otros usuarios y viendo su contenido en la pestaña "Siguiendo".

Una de las características distintivas de la experiencia TikTok es la facilidad para crear contenido. Los usuarios pueden grabar y editar videos directamente en la aplicación, agregando efectos de video, filtros y música. Además, TikTok ofrece herramientas de edición para ayudar a los usuarios a mejorar la calidad de sus videos.

Otra característica importante de la experiencia TikTok es la interacción entre usuarios. Los usuarios pueden dar me gusta, comentar y compartir videos, así como seguir a otros usuarios para ver su contenido en su feed de TikTok. También hay la posibilidad de colaborar con otros usuarios en desafíos y videos conjuntos.

La experiencia TikTok es altamente personalizada y se basa en el aprendizaje automático y la inteligencia artificial para sugerir contenido relevante a cada usuario. Es una plataforma creativa, entretenida y socialmente interactiva que ha ganado una enorme popularidad en todo el mundo.

2.3.1.2. TikTok frente a las aplicaciones convencionales de entretenimiento

TikTok es diferente a las aplicaciones convencionales de entretenimiento en muchos aspectos. Su formato de video corto y vertical se adapta bien a las pantallas de los dispositivos móviles, lo que lo convierte en una plataforma fácil de usar en cualquier lugar y en cualquier momento. En comparación con otras aplicaciones de entretenimiento como Netflix o YouTube, TikTok se basa en el consumo de contenido en ráfagas cortas y rápidas.

Otra diferencia importante es el algoritmo de recomendación de contenido de TikTok, que utiliza el aprendizaje automático para mostrar contenido relevante a cada usuario. A medida que los usuarios interactúan con los videos y dan me gusta, comentan y

comparten contenido, el algoritmo aprende sus preferencias y ofrece recomendaciones de videos que es más probable que disfruten. Esto significa que los usuarios pueden descubrir contenido nuevo y emocionante sin tener que buscarlo activamente.

También es importante destacar que TikTok se centra en la creación de contenido, lo que significa que cualquier usuario puede convertirse en un creador de contenido y compartir sus videos con una audiencia global. Esto fomenta la creatividad y la expresión personal, lo que puede ser una experiencia emocionante y satisfactoria para los usuarios. En comparación con las aplicaciones convencionales de entretenimiento, TikTok ofrece una experiencia más interactiva y socialmente conectada. Los usuarios pueden interactuar con otros usuarios y colaborar en desafíos y videos conjuntos, lo que fomenta un sentido de comunidad y pertenencia. Además, TikTok es una plataforma altamente visual, lo que significa que el contenido se presenta de una manera atractiva y emocionante.

Realizando una comparación específica con Instagram para la creación de contenido, ambas son muy populares, sin embargo es relevante considerar algunas diferencias. TikTok es conocido por sus videos divertidos, creativos y entretenidos, mientras que Instagram es más conocido por su contenido visual de alta calidad, como fotos de estilo de vida y moda, paisajes y arte. Asimismo, en TikTok, el algoritmo de recomendación es muy avanzado y utiliza el aprendizaje automático para personalizar la experiencia de cada usuario, lo que significa que TikTok es muy bueno en presentar contenido que es relevante e interesante para cada usuario. En cambio, Instagram aún no tiene un algoritmo tan avanzado, lo que hace que el contenido en Reels sea menos personalizado y menos probable que se ajuste a los intereses de cada usuario. Otra diferencia

importante es el tamaño de la audiencia y la visibilidad del contenido. TikTok tiene una audiencia global muy grande y activa, lo que significa que el contenido puede ser visto por una gran cantidad de personas.

TikTok se diferencia de las aplicaciones convencionales de entretenimiento en su formato de video corto, su algoritmo de recomendación de contenido, su enfoque en la creación de contenido y su experiencia socialmente conectada e interactiva.

2.3.2. El desarrollo de la producción de videos cortos

El desarrollo de la producción de videos cortos ha sido un fenómeno creciente en la era de la tecnología digital y la comunicación en línea. Las plataformas de redes sociales como TikTok, Instagram Reels, Snapchat, entre otras, han impulsado la popularidad de los videos cortos y la creación de contenido de alta calidad en formatos de video más cortos.

Cabe resaltar que, las plataformas de redes sociales se caracterizan por la combinación de su modelo infraestructural como infraestructuras programables y extensibles, y su modelo económico de conectar a los usuarios finales con los anunciantes, donde la 'política de las plataformas' radica en la mediación de estas relaciones con las partes interesadas (Burgess et al., 2018, s/p).

En la actualidad, la producción de videos cortos se ha vuelto más accesible debido a la disponibilidad de cámaras de alta calidad en los teléfonos móviles y la facilidad de edición y postproducción en las aplicaciones móviles y de escritorio. Además, el aumento de la demanda de contenido de video en línea ha llevado a la creación de herramientas y tecnologías más avanzadas para la producción de estos. “La gente de diferentes edades

tiene distintos enfoques de la vida y los usuarios pueden obtener diversos tipos de información a través de plataformas de vídeo corto” (Wang, 2021 p. 25).

Las marcas y los creadores de contenido han adoptado los videos cortos como una forma de atraer a su audiencia y llegar a un público más amplio. Los videos cortos ofrecen una forma rápida y eficiente de transmitir información y mensajes de marca, lo que los convierte en una herramienta de marketing efectiva. El desarrollo de la producción de videos cortos ha llevado a una mayor accesibilidad y creatividad en la producción de contenido de video en línea.

Actualmente, hay una gran rivalidad en la industria de los videos cortos, con numerosos creadores y contenidos emergiendo constantemente. Las plataformas sociales tradicionales y las nuevas aplicaciones de redes sociales compiten entre sí en el mercado, y cada una ha implementado características distintivas para atraer a más usuarios. De acuerdo con Shiyu Wang, en cuanto al liderazgo en esta nueva industria, el éxito de TikTok se debe a su estrategia de difusión altamente efectiva (2021, p. 31).

2.3.2.1. TikTok como espacio de circulación de fanvids

Como ya se ha mencionado anteriormente, TikTok se ha convertido en un espacio muy popular para la circulación de videos debido a su facilidad de uso y amplia audiencia. Como parte de esta gama de videos no son ajenos los fanvids. Los fanvids en TikTok pueden tomar muchas formas diferentes, desde videos cortos que incluyen clips de películas o series de televisión hasta videos que muestran a los creadores de contenido interpretando canciones de sus artistas favoritos. Los fanvids también pueden incluir animaciones, efectos especiales y otros elementos visuales que hacen que los videos sean más atractivos y emocionantes.

Además, TikTok cuenta con una amplia audiencia y una comunidad de usuarios muy comprometida, estableciéndose como un lugar ideal para que los creadores de fanvids puedan compartir su contenido y conectarse con otros fans. Los usuarios pueden seguir a otros usuarios que comparten intereses similares y descubrir nuevos fanvids a través de hashtags y otros medios.

Bajo la previa comparación entre TikTok e Instagram, TikTok es conocido también por su alto contenido en videos divertidos relacionados con memes, burlas, entre otros. En este punto los fanvids no se excluyen pues es en esta forma de contenido en el que los fans muestran humor y creatividad. Los fanáticos pueden usar personajes o escenas de películas, programas de televisión o videojuegos para crear una versión divertida de un meme o tendencia popular. Adicionalmente, están los videos en el que los fanáticos pueden reaccionar ante momentos divertidos de películas o programas de televisión, o ante otro contenido creado por fanáticos relacionado con un fandom en particular. Estos videos pueden ser una forma de compartir risas y conectarse con otros fans que comparten un sentido del humor similar. Pero también puede compartirse momentos de tristeza, enojo o sorpresa bajo la intención de que sea una emoción compartida.

2.3.3. La creatividad en el vidding

Al igual que otras formas de fanworks, el *vidding* es un proceso creativo que permite a los fans expresar su creatividad y pasión mediante la rama audiovisual. “Contribuciones artísticas que, en su forma más extendida, combinan música y escenas específicas de una o más series o películas” (Guerrero, 2014 p. 251). En el fascinante mundo del fandom, donde la creatividad y la pasión se unen para celebrar a sus ídolos, surge la figura del *vidder*. Estos son los artistas digitales impulsados por su admiración hacia una

banda o artista en particular que se convierten en creadores de contenido audiovisual original, haciendo uso de videoclips, escenas de películas, series o incluso material original para la elaboración de piezas únicas.

De la mano, el vidding es una forma de expresión artística que permite a los fans reinterpretar, reimaginar y resignificar el contenido original, aportando una visión y narrativa propia a la historia. Así, los fanvids se convierten en homenajes audiovisuales.

La creatividad en el vidding puede tomar muchas formas:

- *Narración de historias*: los vidders a menudo usan imágenes de un programa de televisión o una película para contar una nueva historia o explorar un tema en particular. Al editar metraje de formas nuevas e interesantes, los videógrafos pueden crear narrativas completamente nuevas que amplían o reinventan el material original.
- *Emoción*: el vidding también puede ser una forma de explorar los temas emocionales. Mediante el uso de música y material de archivo para crear un estado de ánimo o tono específico, los videos pueden evocar emociones poderosas en el espectador, ya sea amor, tristeza, alegría o miedo.
- *Habilidad técnica*: el vidding requiere una gran cantidad de habilidad técnica y creatividad en la edición, incluida la selección de imágenes, la sincronización con la música y el uso de efectos especiales para mejorar el video. Los videógrafos expertos pueden usar estas técnicas para crear videos visualmente impactantes y emocionalmente impactantes.
- *Colaboración*: puede ser un proceso colaborativo, en el que los videntes trabajan juntos para crear videos que combinan sus talentos creativos individuales. La

colaboración puede permitir a los videógrafos combinar sus fortalezas y crear videos que son más complejos e innovadores de lo que podrían crear solos.

La creatividad en el vidding implica la capacidad de contar nuevas historias, evocar emociones poderosas y demostrar habilidad técnica e innovación en el proceso de edición. Mediante el vidding, el autor tiene la posibilidad de explorar en un personaje, respaldar a una pareja romántica, analizar o festejar cualquier aspecto significativo del producto original, e incluso construir uno nuevo (2021, De los Ríos, p. 122).

2.3.3.1. Análisis técnico en la construcción de fanvids

Con respecto a los detalles y la exploración técnica, se juega un papel importante en la construcción de videos de fanáticos, ya que los creadores deben considerar cuidadosamente cómo editar imágenes, usar música y crear efectos visuales para lograr los efectos artísticos y emocionales deseados. Existen algunos elementos técnicos clave que los creadores de videos de fanáticos a menudo consideran (González, 2013, p. 121):

- *Selección de clips:* los creadores de fanvids deben seleccionar imágenes de películas, programas de televisión o videojuegos que representen mejor los temas, los personajes y las emociones que desean transmitir. Esto implica revisar cuidadosamente el material de origen e identificar los momentos o escenas clave que serán más efectivos para el video.
- *Edición:* los creadores de videos de fanáticos deben usar un software de edición para unir los clips seleccionados de una manera que cuente una historia coherente y cree el efecto emocional deseado. Esto puede implicar manipular el ritmo y la sincronización de los clips para crear una sensación de tensión, emoción o drama.

- *Selección de música:* la música es un elemento esencial en el proceso del vidding y los creadores deben elegir cuidadosamente canciones que complementan el tono y el estado de ánimo del metraje que han seleccionado. Esto puede implicar el uso de música que sea temática o emocionalmente resonante con el material de origen, o el uso de música que cree un fuerte contraste con las imágenes para crear un poderoso efecto emocional.
- *Efectos visuales:* los creadores de fanvids a menudo usan efectos visuales para mejorar el impacto emocional de sus videos. Esto puede incluir corrección de color, efectos de superposición y otras técnicas para crear una estética o tono visual específico.

El análisis técnico es una parte esencial de la construcción de fanvids, ya que los creadores deben considerar cuidadosamente cómo usar la edición, la música, los efectos visuales y otras técnicas para crear un video poderoso y emocionalmente resonante que conecte con los espectadores. Como hace mención González de una vidder: “El vidding puede ser muchas cosas. Puede ser una forma de volver a contar, de profundizar, de reescribir, de explorar, de liberar tensiones, de expresar, de experimentar, de trabajar a través de las dificultades” (2013, p.73).

CAPÍTULO 3:

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de investigación

La investigación se centra en la adquisición de conocimiento teórico y conceptual. En este caso, se puede evidenciar que solo se busca comprender un fenómeno cultural y creativo (la creación de fanvids en TikTok) desde una perspectiva teórica y conceptual, sin necesariamente buscar aplicaciones prácticas inmediatas.

El enfoque del estudio será cualitativo, puesto que se centra en el análisis de un fenómeno de forma subjetiva tomándose en consideración las subcategorías y categorías presentes que lo miden, dejándose de lado la objetividad (Romero et al., 2021, p. 64). A través de este, se hará una recolección de datos para construir respuestas a las preguntas de investigación. En vista de que es un trabajo descriptivo de un fenómeno cultural, esto implica una serie de prácticas tanto individuales como colectivas que responden al movimiento del ser fan.

En principio, se entienden estos videos cortos propios del vidding como recursos multimodales, cuyo análisis recurre a la definición del término como la planteó Carey Jewitt, "la multimodalidad describe enfoques que entienden que la comunicación y la representación son más que un lenguaje, y que atienden a toda la gama de formas de comunicación que usan las personas -imagen, gesto, mirada, postura, etc.- y las relaciones entre ellas" (2009, p. 14). De esta manera, este tipo de estudio demanda más de un modo involucrado en el objeto de análisis. En este sentido, Gunther Kress define a un modo como un recurso semiótico moldeado socialmente y culturalmente dado para dar significado (2010, p. 79). En esta definición, se hace mención del recurso semiótico.

En su explicación, el término refiere al significado potencial de los recursos materiales que se desarrolló y acumuló a lo largo del tiempo a través de su uso en una comunidad particular y en respuesta a requisitos sociales de esta comunidad (Jewitt, Bezemer y O'Halloran, 2016, p. 159).

Así, de acuerdo a los enfoques planteados - junto con Kress -, se entiende a la multimodalidad como el uso de variados sistemas semióticos para la creación de significado y el diseño de resultados semióticos en contextos específicos. Esta noción de multimodalidad implica entender cada acto comunicativo como un todo conformado por distintos recursos semióticos y modos que construirían el contenido del acto comunicativo final, sin establecer una jerarquía entre ellos. El querer comunicar algo, dar a entender un significado, no bastará con un solo modo. Aquí, se hace la combinación entre imágenes en movimiento y/o estáticas, diálogo, texto, entre otros recursos que se unen para crear una composición, y así lograr comunicar de acuerdo a un interés en particular.

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, existen contextos donde esta noción de multimodalidad abarcaría convenciones; es decir, recursos regidos por lo que establece la sociedad. Un ejemplo de esta noción convencional es que si algo debe ser formal, obligatoriamente debería ser un escrito. Kress plantea que el análisis del discurso multimodal abre la posibilidad de ir en contra de las generalizaciones ya establecidas (2010, p.189). De esta manera, uno puede poner todos estos modos en un conjunto que abarca un significado, donde todo está donde debe estar para dar sentido. En este caso se analizará el uso de la nostalgia como un recurso creativo en la producción de fanvids sobre la banda One Direction en la plataforma TikTok.

Un diseño no experimental implica que no se manipula la variable independiente ni aplicando tratamientos controlados a un grupo de muestra (Arias et al., 2022, p.31). En este estudio, no se está tratando de cambiar o controlar nada, sino más bien observar y describir cómo los fanáticos de One Direction utilizan la nostalgia en la creación de fanvids en TikTok. Se está recopilando datos tal como se presentan de manera natural en la plataforma.

En el nivel descriptivo, el cual significa que se enfoca en describir y analizar fenómenos tal como se presentan, en lugar de buscar relaciones causales o probar hipótesis específicas (Ñaupas et al., 2018). En este caso, al describir cómo la nostalgia se utiliza en la producción de fanvids sobre One Direction y de qué manera afecta a la persistencia del fandom en TikTok, sin necesariamente buscar demostrar una relación de causa y efecto.

El criterio que se ha usado para la recolección de los fanvids a analizar recae directamente en la identificación de la intención por parte del vidder. Por un lado, que toque un tema relacionado a One Direction, sea a través de un texto, imagen, y/o canción incluida. Por otro lado, la intención para con el espectador, específicamente relacionado a la nostalgia. Estos pueden estar acompañados de recursos como los mencionados en el primer criterio, además de entender el significado de toda la composición y que proporcione sentido.

Ahora, específicamente para cada objetivo de la presente investigación, aparte de los criterios generales para la selección del corpus, se tomarán otras condiciones.

En primer lugar, para el objetivo 1 se identificarán los elementos audiovisuales a lo largo del fanvid. Es decir, qué elementos y/o recursos son parte de la composición final y

cómo estos se integran entre sí para lograr el significado deseado.

En segundo lugar, teniendo en cuenta los elementos previos, se identificará la principal intención del vidder. En este caso, cuáles son los principales discursos en torno a la nostalgia que estos emanan. Se podrían establecer categorías o simplemente reconocer cuáles son los temas que el vidder busca exponer en relación a la nostalgia. En tercer lugar, tras una selección específica de los fanvids y elementos, para lograr el objetivo 3, se tendrá en cuenta los tipos de comentarios e interacción en estos fanvids. Más aún, una observación de estas cuentas para considerar si son usuarios activos, espontáneos o vidders.

3.2. Caracterización del público objetivo: Los Directioners en la era digital

Para profundizar en la tesis sobre el vidding directioner y su uso de la nostalgia en TikTok, es fundamental comprender a fondo el público objetivo: los fans de One Direction. Si bien la tesis se centra en el análisis de los videos en sí, conocer las características, comportamientos y motivaciones de los Directioners resulta crucial para establecer la conexión entre los fanvids, la nostalgia y la interacción entre fans.

En primera instancia, ¿quiénes son los directioners? Son fans de la boyband británica One Direction, formada en el 2010 y disuelta en 2016. Se caracterizan por su pasión por la música, los miembros del grupo y la comunidad global de fans.

Como parte de sus características principales, podemos considerar cuatro puntos:

- Edad: La mayoría de los Directioners originales eran adolescentes en la época de mayor auge de la banda (2010-2016). Actualmente, se encuentran en sus 20s o principios de los 30s. Sin embargo, la base de fans ha crecido con el tiempo, incluyendo nuevos fans más jóvenes que descubren la música de One Direction a

través de plataformas digitales y contenido creado por otros fans, así como también por la carrera solista de cada miembro.

- Género: aunque la mayoría de fans iniciales eran mujeres jóvenes, la base de fans se ha vuelto más diversa en términos de género e identidad observando así una mayor presencia masculina.
- Ubicación: los directioners provienen de todo el mundo, lo que refleja el alcance global de la banda. Sin embargo, existen comunidades más fuertes en donde tuvo más éxito, como el Reino Unido, Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Esto se ve reflejado a través de las redes sociales así como su número de afluencia de público en las extensas giras de la banda durante su época activa. Es importante destacar que la fuerza de una comunidad de fans no se limita únicamente a su tamaño, sino también a su nivel de activismo, organización y pasión por la banda.
- Intereses: los directioners suelen compartir un interés en la música pop, la cultura juvenil, las redes sociales y la expresión creativa.

Los directioners se caracterizan por su alto nivel de compromiso con la banda y su música. Actualmente siguen las carreras individuales de los miembros, asisten a conciertos, compran merchandising y participan activamente en la comunidad online a través de diferentes plataformas. En este sentido, la nostalgia juega un papel importante en la cultura directioner. Los fans a menudo crean y comparten contenido que recuerda la época en que la banda estaba activa, expresando su añoranza por los momentos compartidos y la conexión con otros fans. Así, la creatividad viene a ser otro elemento fundamental de la cultura directioner. Como se mencionó en el marco teórico, los fans pasan de ser seguidores pasivos a activos. Los fans producen fan

arts, fanfiction, fanvids y otros contenidos creativos como medio de expresión de su pasión por la banda y para compartirlo con la comunidad. El sentido de comunidad es un aspecto crucial para los directioners. Se conectan entre sí a través de redes sociales, foros online y eventos presenciales, formando amistades y redes de apoyo. Ser Directioner puede ser una parte importante de la identidad de los fans, proporcionándoles un sentido de pertenencia, valores compartidos y experiencias significativas.

En TikTok, podemos clasificar tipos de directioners:

- Fans veteranos: Aquellos que han seguido a One Direction desde sus inicios, generalmente mayores de 20 años. Son los más propensos a crear contenido nostálgico y reflexivo.
- Nuevos fans: Descubrieron a la banda después de su disolución, a menudo a través de TikTok o demás plataformas digitales. Pueden estar más interesados en el contenido actual de los miembros individuales y en las tendencias actuales.
- Fanáticos del vidding: Se dedican específicamente a crear y consumir vidding, utilizando la edición de video y la música de One Direction para expresar su creatividad y emociones.

Comprender las características, comportamientos y motivaciones de los directioners es esencial para interpretar mejor el significado del vidding, analizar la interacción entre fans y aportar a la comprensión de la cultura fan. Al conocer las experiencias y emociones compartidas por los fans, podemos comprender mejor los mensajes y simbolismos presentes en los fanvids. La caracterización de los diferentes tipos de directioners en TikTok puede ayudar a entender como interactúan entre sí, cómo se

forman comunidades y cómo se comparten y reciben los fanvids.

De esta manera, la presente investigación busca contribuir a la comprensión de la cultura fan en la era digital. Al analizar a los directioners en TikTok, se puede obtener una valiosa perspectiva sobre cómo las redes sociales y las nuevas tecnologías están dando forma a las comunidades de fans y a las expresiones culturales.

3.3. Unidades de análisis: variables y subvariables

El corpus de videos a analizar se basó en una constante serie de búsquedas sobre One Direction a lo largo de la aplicación en distintas fechas. Una vez insertado el nombre de la banda, así como en otros casos, se extienden 6 pestañas: mejores, videos, usuarios, sonidos, LIVE y hashtags. En primer lugar, en el apartado de “mejores”, se encuentran los videos recomendados por la app, basada en alcance o popularidad; es decir, los que tienen más vistas, así como también recomendaciones de búsquedas similares. Esta sección está subdividida en 4 categorías: “Todo”, que son los videos más populares en general; “No vistos”, en el que se encuentran los videos no reproducidos por el usuario; “Vistos”, que implican los previamente reproducidos ya sea por búsqueda o de manera logarítmica por el interfaz; y, “Cargados recientemente”, videos que han sido subidos en un intervalo de una semana previa.

En segundo lugar, en el apartado “Videos”, como su nombre lo indica, están los videos en su totalidad, sin un orden establecido de fecha o alcance. En tercer lugar, “Usuarios” implica un listado de todas las cuentas que tengan relación con la búsqueda. En cuarto lugar, “Sonidos” abarca todas las canciones, o audios, que se usan en los videos en relación con la búsqueda. El primer grupo de canciones son en función de una similitud directa con la búsqueda; luego, se encuentran distintas versiones de las canciones

originales, y más aún, similitudes no tan exactas con la búsqueda. En quinto lugar, en “LIVE”, se ubican las transmisiones en vivo que se relacionan de alguna manera con el objeto de búsqueda. En el caso de “One Direction”, pueden salir transmisiones que dentro de sus captions tengan la palabra “one” o “direction”, sin tener exactamente que ver con el objetivo de búsqueda del usuario. Por último, en el apartado “Hashtags”, se despliega un extenso listado de hashtags directamente en relación sobre la banda, sin orden en específico de alcance, aunque presentándose al inicio bastantes de gran llegada, los cuales derivan a los videos que han usado cada uno. Cabe resaltar que para “Mejores”, “Videos”, “Usuarios” y “Sonidos”, existe una opción de filtro que te permite especificar el orden de presentación, ya sea de acuerdo a relevancia, fecha de publicación, tipo de perfil, número de seguidores, entre otros.

Teniendo como punto de partida este motor de búsqueda que ofrece TikTok, el corpus seleccionado se basó en tres métodos de recolección: forma logarítmica, es decir, videos ofrecidos por el mismo logaritmo de la aplicación; búsqueda por motivo y por categorías de “Mejores” y “Hashtags”. En el caso de ésta última búsqueda, se identificaron hashtags que se relacionan directamente con la nostalgia en cuanto a efecto sobre el usuario, como por ejemplo #onedirectionreunion, que a primera vista hace al usuario pensar sobre esta posibilidad y a imaginar diversos escenarios donde sea posible esta idea. Con lo que respecta a búsqueda por motivo, se refiere a aquellas situaciones o momentos que han sucedido y son de carácter relevante para con la banda y/o los fans de One Direction⁹. Entonces, la búsqueda por motivo se basaría en

⁹ Un ejemplo de ello sería la entrevista hacia Harry Styles por James Corden en el que se le pregunta sobre una posible reunión de la banda. O cuando Zayn Malik subió a sus redes un video de él cantando una canción de One Direction, haciendo que los comentarios de su post fueran por múltiples fans emocionadas.

explorar estos momentos en TikTok para así identificar los videos que se han realizado a raíz de estos.

Para la presente investigación, el corpus se basará en el análisis de 15 fanvids. Esta elección se basa principalmente en una búsqueda por motivo pues se identificarán motivos en un rango temporal post pandemia, exactamente entre el 2022 y 2023, por cada integrante y su(s) respectivo(s) despliegue de videos. Al ser cinco integrantes, se analizarán entonces tres por cada uno.



CAPÍTULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE FANVIDS

4.1. Análisis de fanvids: Harry Styles

4.1.1. “*Never Recovering*”

El fanvid inicia con un fragmento del discurso de agradecimiento de Harry por haber ganado la categoría a Artista del año en *The Brit Awards 2023*, específicamente en un momento en el que hace una ligera pausa. Con el premio en mano, procede a hacer el agradecimiento a cada uno de los integrantes de One Direction, acto que causó emoción, incluso conmoción en el público, pues pasó de agradecer a su familia y miembros de su equipo a agradecer a aquellos chicos que lo acompañaron durante mucho tiempo en su carrera musical.

Este fragmento de su discurso, está acompañado de clips de archivo. Estos se distribuyen de tal manera que cuando Harry menciona, por ejemplo a Niall, videos de Niall y Harry se incluyen en el fanvid, cuando menciona a Louis, salen videos de Harry con Louis, y así correspondientemente. Es un aproximado de dos a tres clips por cada integrante, sin embargo estos fueron elegidos estratégicamente. Cada uno, muestra demostraciones de afecto, abrazos, risas, momentos divertidos entre ambos. Claramente fueron seleccionados de tal forma que se pueda manifestar este cariño, compañerismo, amistad que se mantuvo con cada uno, incluso se podría decir, que podría mantener pues el agradecimiento a los chicos fue una muestra de consideración y cariño.

La sonorización del fanvid incluye parte del intro de la canción “*Evergreen*” de Richy Mitch & The Coal Miners. Esta canción es corta de lyrics pero el instrumental es muy poderoso. De hecho, pueden surgir distintas interpretaciones, es muy subjetivo en cuanto a como

lo puede recibir una persona que tiene diferentes emociones y experiencias que otra. Sin embargo, en base a sus elementos musicales y parte de la letra, para este fanvid, connota una lucha interna, una búsqueda de camino y de estabilidad. En síntesis, una reflexión personal, la importancia de poder seguir adelante pese a las adversidades. Los elementos como la melodía e instrumentos, contribuyen a un significado melancólico más que reflexivo, para generar un ambiente emotivo. Esta musicalización junto con el discurso agradeciendo a los chicos evoca sentimientos de remembranza, de rememoración porque de alguna forma se está recordando y trayendo a la memoria de cada uno de los fans, momentos del pasado, momentos que han significado y tan tomada relevancia en el cantante y con la banda.

Desde un lado más técnico de montaje, el/la vidder ha buscado acoplar cada una de las piezas en función a la música. Así, cada “golpe” o pico de música, incluye estos clips de la banda, dándole incluso más protagonismo al fanvid. En la imagen, se tiene en la parte central inferior, la marca de agua con el nombre del vidder.

En tanto al copy del video *“never recovering”*, interpretado como un “nunca me recuperaré” hace alusión al estado actual emocional del vidder, pues ya no podría regresar a su estado anterior, metafóricamente hablando, pero dando una interpretación de que efectivamente fue un momento que generó conmoción. Teniendo en cuenta también que el fanvid fue subido un día después de los premios, pues es un momento muy reciente con lógica de poder causar esa emoción. A raíz de este audio (original de el/la vidder), se crearon cinco vids adicional con la misma lógica y mismo objetivo, sin embargo no tuvieron el mismo alcance ni muy cerca a toda la interacción que se generó con este fanvid.

La interacción recibida comparte este mismo sentimiento que se buscó al editar este fanvid. El sentimiento de la remembranza se desprende de la nostalgia, pues se recuerdan momentos del pasado que no se van a volver a vivir o al menos no de la misma forma. Esta reacción fue colectiva entre varios usuarios:

- @b.munozz_: *Y ahí es cuando me di cuenta de lo mucho que echo de menos one direction*
- @s.jess28: *Se me detuvo el corazón cuando dijo niall, Louis, Liam y zayn estos edits duelen*
- @marivi.tpwk: *como me duele zayn, no puedo*
- @mtpantuza: *por qué harry*
- @rociie: *no harry, abriste la herida de muchas*

Es evidente que el/la vidder logró su propósito. Más allá de compartir sus emociones a raíz de ese momento, generar esta suerte de experiencia colectiva, que los demás usuarios puedan sentir lo mismo, que puedan compartir sus emociones a través de los comentarios, que incluso elogien su fanvid. También se puede ver la cantidad de gente que ha compartido el fanvid (50k), así, de manera implícita se puede concluir que el mensaje compartido va más allá de la sección de comentarios.

4.1.2. "I am emotional"

El fanvid inicia con los premios *The Brit Awards 2014*, cuando One Direction ganó a Video del año. Los chicos estaban esperando a Harry para dar el discurso de agradecimiento hasta que llegó un momento después pues porque estaba en el baño. Este momento quedó como una anécdota entre la banda y los fans sumando la pregunta de Harry "¿qué premio ganamos?". Después del clip de los premios 2014, se suma el

video de los premios 2023 en el que Harry gana en solitario como Artista del año. Agradece a cada uno de los chicos por haber estado con él en mucho tiempo. Seguido, se vuelve al clip con las palabras de agradecimiento de Harry, pero en los premios 2014 como banda. Finalizando con el clip de las últimas “gracias” de Harry en los premios 2023.

La sonorización del fanvid incluye una versión instrumental de la canción de Harry Styles “Fine Line”. A esta canción se le atribuyen distintas interpretaciones, sin embargo, específicamente a este fanvid, se le puede aplicar cierta interpretación que va de la mano con la madurez y el autodescubrimiento. Como su nombre lo dice, la “línea fina” representa dos puntos, dos escenarios, dos momentos. En este caso, sería una línea que separa la inocencia y la experiencia o la infancia y la adultez. Esto va junto con partes del lyric *“i’m searching for something i can’t find”, “i’m in the prime of my life”*, que resultan en una suerte de aceptación de los cambios que vienen junto con el crecimiento personal. De manera explícita, se puede analizar esta “línea fina” entre estos momentos en paralelo del fanvid: los premios 2014 y los premios 2023. Como es que un momento tan inolvidable como lo es un reconocimiento de una misma organización ha influido en ambos tiempos. Una evolución, una adaptación a los cambios, el paso del tiempo.

Desde la selección de ambos videos como base, como momentos, hasta el montaje encajando en lo que sería el discurso final, resulta en una mezcla satisfactoria y emocional para los fans. Por un lado, satisfactoria porque se destaca este crecimiento personal y de madurez, pero emocional porque se observa cómo es que se producido ese cambio desde entonces y que no hay punto de retorno.

En este fanvid, el objetivo se fue más por un lado emocional de la nostalgia. Mostrar ambos momentos conllevan a pensar en una suerte de flashback. En pensar si tal vez Harry pensó en la premiación del 2014 mientras recibía su premio casi 10 años después. Al fan lo ubicó en este contraste de su madurez, antes como una persona tan jovial, haciendo un chiste en la premiación, a un plano actual donde con la misma actitud, deslumbra otra imagen, un Harry más maduro. Cabe resaltar el copy del fanvid *“i am emotional”* que va de la mano con todo lo ya mencionado previamente. Junto al vidder, se suma la interacción de los usuarios:

- @a.v_aa1: *Siento que Harry tuvo un flashback en ese momento*
- @kriz__fp: *Harry págame la terapia de nuevo no estoy soportando tanto*
- @katalinandrea_: *miren sus ojitossss, los extraña):*
- @maff_horan: *viví ambos momentos y se sienten tan cercanos :(*
- @madysuekoehler: *i never thought i'd be crying about one direction in 2023*

Con la interacción recibida, se puede resaltar como el paso del tiempo juega a favor de la nostalgia. Este factor alimenta a la creación de contenido nostálgico. Se puede evidenciar en el uso de la música. Si bien no es original del vidder, es un instrumental que es usado en su mayoría para resaltar este paso del tiempo o estos contrastes en la vida diaria. Definitivamente, el vidder cumplió con su objetivo.

4.1.3. “We’ll be a fine line... missing my boys”

El fanvid inicia con una parte específica de la entrevista a Harry Styles en el show donde se le pregunta si es que habría la posibilidad de una reunión de One Direction. Él entre risas y misterio responde a la pregunta con un “¿Sucederá alguna vez? [...]”. Este fragmento de la entrevista es el eje principal y punto de partida del vid final. Este clip va

de la mano con subtítulos en el mismo idioma de la entrevista. En caso se haya querido hacer una traducción del video, se hubiese usado español, por ejemplo. Sin embargo, estos adquieren otro propósito y es que se buscan resaltar las palabras de Harry Styles. Como background, se tiene la canción "Fine Line" de Harry Styles. La interpretación para este fanvid, es que uno puede sentirse triste o sentirse verdaderamente feliz, y que está bien porque uno vive en una línea fina entre ambos sentimientos. En el fanvid, esta canción adquiere mayor presencia al incrementar su volumen en la parte "*we'll be a fine line*" de la canción y da inicio a la secuencia de clips de One Direction como banda. Esta secuencia de clips se monta bajo un efecto de cámara lenta y un ligero resplandor en el paso de uno a otro. Este efecto se emplea para añadir cierto dramatismo y claridad en cada uno y para que funcione en conjunto. El dramatismo por un sentido de hacer énfasis en la emoción ya que, al ralentizar ciertos momentos, se puede aumentar la intensidad emocional de la escena. En este caso, se ralentizan situaciones de afecto, amistad, que van de abrazos a bromas y chistes entre ellos, momentos de complicidad, conciertos, entrevistas, con el fin de generar esta emoción nostálgica en el espectador, recordar estos momentos que no se ven desde su separación en el 2016, pero con la esperanza latente alimentada por la respuesta de Harry en la entrevista.

La creadora del fanvid es igualmente creadora de la musicalización de éste. La voz original del clip de la entrevista del show y la versión de "Fine Line", es una mezcla netamente creada para este fin.

Es curiosa la creación de éste fanvid. Claramente se buscaba generar una sensación de nostalgia, una emoción colectiva entre fans. En efecto, cumplió su objetivo incluyendo a la misma creadora. Esto se manifiesta a través del copy del TikTok:

“estaremos en una línea fina, extraño a mis chicos”.

En los comentarios, existe una fuerte presencia de añoranza y esperanza:

- @carlaaperaza: *porfa, aunque sea una entrevista juntos o algo*
- @neuzadias4: *This fandom Will never die*
- @average_underachiever1: *I'm so glad this fandom still exists*
- @georgina.v1999: *They might not get together soon...but the fandom will still be here forever*
- @lousxcardigan: *Miss them everyday*

Se puede observar cómo es que los fans expresan la idea de un fandom bien establecido y sin un fin. La solidez a pesar de todo. La música acompaña el contexto de felicidad al desear e imaginarse una reunión, pero también de tristeza al cuestionarse la idea de que tal vez no pase. Estos comentarios también cuentan con likes de seguidores que comparten la misma idea o que están de acuerdo con lo expresado.

4.2. Análisis de fanvids: Niall Horan

4.2.1. “*Physically I'm fine, mentally I'm bruised*”

El fan vid inicia con el clip de la entrevista de InterBRU, exactamente en la parte del lyric “*maybe you'll love yourself like I ...*” cantada por Niall. Como sobre impresión se tiene la frase “*i did something*” (“hice algo” en español). Seguido de este clip, se agrega lo que sigue de la canción, pero en otro contexto espacio temporal: en el concierto de San Siro del 2014. La unión de ambos videos da un sentido de “máquina del tiempo”, un “*throwback*”, un “*back in time*”.

Este efecto se da gracias a que se une un video del 2023 con uno del 2014 ambos cantando la misma canción, aunque en contextos diferentes. Por un lado, se tiene el

presente 2023 donde en la entrevista le hacen recordar esta canción que fue tan significativa durante la etapa de One Direction desde el 2012 que se lanzó y fue un éxito total. Por otro lado, teniendo esta última información, se tiene el clip del 2014 que representa el pasado durante uno de los conciertos más conocidos y exitosos durante la gira *"Where we are Tour"*. A lo largo del vid, como se mencionó en un inicio, se tiene la sobre impresión *"i did something..."*. Si bien es una oración simple y sencilla, el mensaje que el usuario quiere dar a conocer con esto es que se ha hecho un fanvid que quiere que se vea, que se sienta, que se dé a conocer, que genere cierta emoción en quién lo vea.

En cuanto a lo sonoro, la unión de ambos clips resulta ser el lyric "completo" de la canción. Es una creación original del usuario, a raíz de esta fusión, se han creado otros nuevos vids en su mayoría reaccionando a este vid inicial. Teniendo estos parámetros en su creación, se rescata la intención del usuario: la intriga generada por la sobreimpresión en la vid, sumado a la unión de ambos videos distintos espacios temporalmente, causa una sensación de cierta melancolía pues se diferencia a grandes rasgos cómo es actualmente a cómo era antes

Acompañado de lo visual, se tiene el copy del video: *"physically I'm fine, mentally I'm bruised"* (físicamente estoy bien, mentalmente estoy dañado). Esta frase es el efecto que provocó este video al mismo vidder, en el interior, se siente triste, se siente lastimado o incluso herido pues recordar estos momentos que se saben que no van a volver a pasar o que ya es hora de dejarlo atrás y saber que a través de estas ediciones es cuando únicamente se puede observar dicha interacción, causa incluso aceptación o la conformidad de la situación.

Así, en los comentarios se puede observar una fuerte presencia de tristeza:

- @haydee: *Devuélveme mi estabilidad emocional*
- @lol: *es que sigue respetando el “you sing”*
- @andrea: *Mis lagrimas salen fuertemente*
- @Mr. Insanity: *Págame la terapia*
- @agvflorez: *mi corazón, me duele*

En este despliegue de comentarios, se puede observar que efectivamente, el vidder ha logrado su propósito. Junto a ella/él, se unen varios fans con sentimientos de tristeza, de melancolía, compartiendo la misma experiencia bajo las mismas emociones. Estos comentarios también cuentan con likes de seguidores que comparten la misma idea o que están de acuerdo con lo expresado.

4.2.2. “I’m actually so emotional over this right now”

Partiendo del mismo contexto espacio temporal anterior, la entrevista de InterBRU, en este fanvid, de igual manera se rescata el fragmento donde a Niall le ponen la canción “Little Things”. Sin embargo, en este caso, no hay otro video adicional del pasado de él con los chicos o en alguna presentación. Por el contrario, tenemos una animación de la propia vidder en la esquina inferior izquierda haciendo una reacción al video principal. Ahora, la diferencia con el fanvid anterior, es que en este caso, no se hace uso de otro recurso para completar la canción final pues el propósito no es mostrar un antes y un después, no es un “throwback”. El contexto principal de este video, es el “you sing”. Esta pequeña frase nace de todo una gran lista de conciertos en los que, como se vio en el fanvid anterior, Niall hace uso para que las fans sigan cantando lo que sigue de la canción. Sin embargo, fue tanto el uso de esta frase, que ya no era necesario que él lo

dijera, pues hasta las fans lo incluyeron tanto en la canción, casi como si fuera parte de los lyrics. En este sentido, la sorpresa cae sobre este recuerdo hacia esos momentos, cómo es que después de tantos años, él sigue aún con este patrón. De la mano con esta observación, está la sobre impresión “el modo en como pausó para que nosotras dijéramos *you sing*”. Y es que, de una forma u otra, se ha instaurado de tal manera que a pesar de los años, ese recuerdo siga presente, haciendo que las fans se sientan aún incluidas en sus nuevas interacciones.

En el montaje, como se mencionó, está la animación de la vidder en la esquina inferior izquierda. Este más que una reacción a lo que está sucediendo en el video principal, es dar a mostrar que evidentemente Niall ha separado ese espacio de la canción para que los y las fans lo puedan cantar, pues así como con este gesto, también miró a la cámara resaltando entonces este punto. Así, lo demuestra la vidder, quien sin pensarlo hace el gesto de *you sing*.

La creación de este fanvid es conciso pero atinado. Es muy breve pero va al punto, pues se asocia esta famosa frase a los conciertos de One Direction donde Niall interactuaba con el público. Genera una conexión entre la banda y el fan, evoca recuerdos pero también la emoción de cantar juntos.

Junto con la vidder, en los comentarios no se hicieron esperar las respuestas sobre “*you sing*”:

- @eleanorbal28: *he really said “you know what to do”*
- @cocainsideboob: *AFTER ALL THESE YEARS HE KEPT IT*
- @sylvia_mcgowin_461: *you know he thought about it you can see in on his face*

- @0__d._.b__0: *miró a la cámara justo en ese momento*
- @vicovi_: *YES, I WAS LITERALLY SCREAMING THE "YOU SING" I'M TEARS*

De esta forma, se demuestra cómo esta conexión y este recuerdo del “*you sing*” sigue presente, sigue viva en cada uno de los fans. A su vez, como es que muchos han compartido casi el mismo recuerdo, la misma actitud ante el programa de la entrevista. También se puede evidenciar a través del uso del sonido del TikTok, si bien no es original de la vidder sino de la entrevista en sí misma, se manifiesta a través de un gran despliegue de fanvids de fans reaccionando y cantando el “*you sing*”.

4.2.3. “A QUIÉN LE HICIERON TANTO DAÑO PA QUE HICIERA ESTO???!?”

En este fanvid, la vidder intervino sobre un fanwork. El punto central es la portada del álbum de Niall Horan recién estrenado el 9 de junio del 2023. Sin embargo, ésta se encuentra modificada. Originalmente, la composición de la portada se basa en Niall sobre sus brazos cruzados, reposando en el marco de una ventana mirando ligeramente hacia arriba en un ángulo de cuarenta y cinco grados. En la parte superior está la sobreimpresión con el nombre del disco *The Show* y en la parte inferior el nombre de él, Niall Horan. En este caso, como parte del reflejo de la ventana, han agregado a Louis, Harry, Zayn y Liam, haciendo que ahora la composición de la mirada de Niall que era hacia arriba, caiga su atención en ellos.

En el montaje, se agregó la animación de la reacción de la vidder. Inicialmente comenzó en un primer plano ocupando casi todo el frame, y paso a colocarse en la parte central superior del video. A lo largo de esta animación, mantiene expresiones de sorpresa, de emoción pero también de tristeza. Básicamente una montaña rusa de emociones. Junto a la música *Right Now* de One Direction, se desprende un cúmulo de sensaciones, pues

en caso de tratarse únicamente de Niall, se hubiera usado una canción propia de él, pero al ser de One Direction, la emoción incrementa. En este sentido, la canción elegida toma bastante relevancia. “*Right Now*” es una canción que se interpreta como el deseo de vivir el momento, de disfrutar la compañía de las personas que a uno le importan. El fragmento usado en el fanvid “*right now i wish you were here with me*” (en este momento deseo que estuvieras aquí conmigo) enfatiza el anhelo de tener a alguien con quien compartir una experiencia, sea en un sentido amoroso o amical, en este caso, la interpretación va por el lado de necesitar a sus amigos. También va de la mano con un tono nostálgico y reflexivo con el pasado, al recordar momentos con los amigos. Así, el fanwork de la portada de Niall acompañada de la música, lleva a este anhelo de tener a los amigos para seguir viviendo experiencias, de poder aprovechar cada momento.

La montaña rusa de emociones por la vidder, se evidencia en el copy: “A QUIÉN LE HICIERON TANTO DAÑO PA QUE HICIERA ESTO??!!”, pues hace referencia a que uno encapsulado en su tristeza, procede a hacer este estilo de fanwork. También se refleja en los comentarios de los usuarios:

- @jsodirection: *quién sufrió más Jesús o las directioners*
- @milagros.carozzo: *superar one direction nunca fue una opción*
- @ms.anita1: *ser directioner y tener estabilidad emocional al parecer no el compatible*
- @flormayra.13: *podré superar a mi ex pero no a mis 1D*
- @camilabelmonte.03: *dioss me muero, no me revivan hasta que vuelvan a estar juntos):*

En los comentarios, de igual modo, se tiene esta montaña rusa de emociones, pero

también de anhelo por un regreso de la banda. Se tiene a One Direction como un punto donde no hay retorno a una suerte de estabilidad emocional, sea para bien exagerado o para no. Los y las fans, cada día demuestran que a pesar de los años, no hay un fin a esta pasión y esperanza que se tiene para con la banda.

4.3. Análisis de fanvids: Zayn Malik

4.3.1. “Zayn págame la terapia”

El fanvid da inicio con el clip de Zayn cantando “You and I” vía Instagram en el 2022. Acto seguido, entra un clip de One Direction en su presentación de la *BBC Radio 1's Big Weekend* en el año 2014, exactamente en la misma parte que Zayn cantó en su video de Instagram. Esta parte de la canción es muy característica pues Zayn logra una increíble nota alta que es difícil de olvidar e incluso de superar pues a su salida de la banda, los propios integrantes de la banda intentaron igualarla, pero no tuvieron resultado. Por último, el video se torna a negro con la canción “Deja Vu” de Olivia Rodrigo en off. La combinación de estos tres recursos evoca sentimientos de añoranza, de un flashback de la época. Para iniciar, Zayn decidió salir de la banda en el 2015 para hacer su carrera en solitario, así la banda siguió únicamente con cuatro integrantes. Cabe resaltar que, en entrevistas posteriores a su salida, Zayn hacía hincapié en que quería irse de la banda mucho antes. Para una parte de los fans fue un golpe bajo pues consideraron su paso por One Direction como por interés y tendiendo a fingir más que porque en realidad quería. Sin embargo, también había otra parte de los fans que pensaba que lo obligaron a decir tal cosa, por lo que en ese momento la reacción hacia su salida fue dividida, aunque con un sentimiento compartido: la tristeza. A lo largo de los años, durante su carrera en solitario, no ha tenido interacción con la banda, su música

o los integrantes, al menos eso es lo que se puede ver en sus redes. Es por este motivo que al él cantar una de las canciones más icónicas de la banda años después vía Instagram, despertó mucha sorpresa en los fans, no se sabía cuál era el motivo o por qué había realizado tal acción. Es más, haciendo el video en un lugar estratégico donde se observan premios entre los cuales están los que ganó junto a One Direction. La presencia de estos que simboliza el éxito y trayectoria de la banda, sirvieron como recordatorio de los logros que alcanzaron juntos, además de la huella en la industria musical que como banda han dejado.

En el montaje, continuar el fanvid con la misma parte de la canción de una presentación de One Direction, terminando con el “Deja Vu”, genera esta sensación de ya haber vivido algo similar antes. La canción de Olivia Rodrigo se convierte entonces en un conector relevante entre ambos, pues, si hubiesen estado solo estos dos, quedaría como un paralelo entre ambos momentos, sin embargo esta última frase en video en negro, invita a los fans al “deja vu” emocional, captura la sensación de estar en un ciclo reviviendo momentos cuando en realidad, es solo una confusión del presente. Por otro lado, la misma canción elegida por Zayn “You and I”, muy a parte de querer destacar su nota alta al cantar, puede tomarse incluso como metáfora. La interpretación general de la canción trata la conexión entre dos personas, sin embargo, metafóricamente hablando, puede hacerse uso para representar esta relación entre Zayn y los fans, el querer compartir sus recuerdos con ellos. Que Zayn suba el video en su cuenta de instagram sugiere también el deseo por parte de él demostrar su nostalgia por la época de One Direction.

Es evidente que el/la vidder deja a relucir esta nostalgia y añoranza por la época. Incluir estas tres piezas puede dar a entender que la intención por parte de Zayn ha sido de

revivir esta época dorada que tuvo la banda o que en su deseo está poder a unirse, es netamente una interpretación que la vidder, de manera subjetiva, brinda hacia la comunidad de fans. No obstante, se vuelve una experiencia compartida:

- @ani.quim: *Y LOUIS LE DIO LIKE AL VÍDEO*
- @frenchfrylover44: *me emocione al ver el video de zayn*
- @nanunitaaa: *DIJE ESTO ES REAL?*
- @jenny.nunezb: *no importa cuantas veces lo vea, todas voy a llorar*
- @littlexhio.fer: *en qué número van en la atención de terapia?*

Una vez más, se puede observar en la interacción como esta ruleta de emociones se acapara de la experiencia. Por un lado, destacando que otro integrante de la banda reaccionó al video, por otro lado, explícitamente hablando de cuán le afectó emocionalmente el video. Fue sin duda un momento memorable para los y las fans.

4.3.2. “First You & I and NOW THIS?!”

En este fanvid, se resalta de igual modo la segunda interacción más relevante de Zayn en los últimos años. En el año 2022, Zayn fue quien de alguna forma resaltó más esta presencia e intención de recuerdo con la banda que los demás integrantes, y lo destaco especialmente a él pues como se mencionó anteriormente, Zayn fue quien dejó la banda y quien no mostró alguna reacción en redes para con One Direction o relacionado. Meses después de salir con el video cantando “You and I”, en el mes de agosto, carga un video a Instagram cantando “Night Changes”. En este sentido, se puede observar como Zayn de manera estratégica, vuelve a hacer uso de una de las canciones más emblemáticas de One Direction e incluso con un significado que resulta favorable para la interpretación de este fanvid con la nostalgia. Antes de presentar el video de Zayn cantando, el vidder

decide poner un clip con su reacción de lo que fue observarlo por primera vez. Éste viene acompañado con una sobreimpresión en la parte superior “Zayn singing night changes??!!” (Zayn cantando Night Changes?!). Si bien, a primera vista puede observarse como una reacción un tanto exagerada, es evidente que es una representación de muchas emociones encontradas e incluso de representar el total *hype* de la comunidad fan con el video de Zayn. Acto seguido, como parte del montaje, incluye una grabación de pantalla de la cuenta de Instagram de Zayn con el video en reproducción. Cabe resaltar que hubo una rápida reacción en la creación de este fanvid, pues como parte de la grabación de pantalla, figura el tiempo estimado en que el video de Zayn fue subido: treinta y un minutos. Confirmando la reacción del vidder como una experiencia colectiva, se puede observar también en la cantidad de comentarios y vistas que tuvo el video de Zayn, sobrepasando los setenta mil y el millón respectivamente.

De manera estratégica se puede interpretar la elección de la canción de Zayn para hacer el video, pues “Night Changes” incorpora unos lyrics que a uno lo transporta a un pasado de recuerdos y de emociones. Una nostalgia sobre el paso del tiempo y por todos los momentos vividos. En conjunto, sus expresiones denotan reflexión y tristeza lo que en la interpretación, teniendo la canción elegida, puede resultar en pensar que Zayn realmente extraña compartir con One Direction, realmente extraña estos momentos. Esta deducción del video y reacción del vidder se puede encontrar de igual modo en los comentarios:

- @worthfuture: *He misses the boys*
- @kiekiefuh: *1D COMEBACK??? I hope so*
- @akifudesuuu: *zayn singing 1d song in 2022 is literally the best thing could ever happen*

- @najihahshhrdn: *before i have bts i have them to cheer up my days, miss them*
- @chicken_wing0073: *PLIS COMEBACKK!!!!*

Por un lado, se detona esta instantánea reacción de querer una reunión de la banda. Por otro lado se resalta evidentemente esta sorpresa de tener a Zayn cantando canciones de One Direction un 2022. Esta mezcla de emociones resultan en una nostalgia colectiva, en una constante añoranza a la época, así como el persistente anhelo de querer un regreso de la banda.

4.3.3. “I miss them so badly”

Partiendo del contexto anterior, en este fanvid se hace uso del mismo recurso de Zayn cantando la canción “Night Changes”, sin embargo en este caso, se ha usado de una manera distinta. A diferencia del fanvid anterior, no se hace uso de un video reacción del vidder, sino que hace uso de un clip de la misma canción en versión acústica del 2014 con la banda completa. Lo que resalta en el montaje de este fanvid es la posición de los videos. Pudo resultar hacer un contraste de videos, un flashback, una continuación como se ha planteado anteriormente, sin embargo, la ubicación del video de Zayn cantando solo está puesto de manera estratégica en la parte superior. Esto se puede justificar debido a los gestos del mismo cantante, tiene una mirada de tristeza o incluso una mirada perdida hacía abajo, donde se encuentra el video de la banda en el 2014. En este fanvid, el vidder quiso ir más allá de solo poner los videos para causar emociones, buscó que ambos videos empalmen tanto en la exactitud de la canción, como en la composición visual. Así, se tiene como punto de partida la mirada de Zayn hacia abajo, donde estaría “observando” aquellos momentos vividos, todo un recuento de su pasado y lo memorable que éste ha sido.

Como parte del montaje, también se añade la marca de agua con el nombre de usuario de la vidder. Este está colocado en la parte media del fanvid en general, con total propósito que los usuarios lo puedan ver y saber que, en caso se realicen más videos con esta marca de agua, sean todos reconocidos a primera vista y saber que son específicamente de este vidder.

Como parte del copy del video, el vidder incluye *“i miss them so badly”* (los extraño de menos muchísimo). Se resalta mucho la intensidad de la extrañeza, y es que como el fanvid anterior, fue una sorpresa para muchos fans tener interacción de Zayn con One Direction años después:

- @angielb420: *Zayn te amo en tus facetas de solista pero las de one direction son unicas*
- @ishmael._.official: *I fooking cried when I saw this*
- @smilethetruth0: *Ohh missing*
- @brokemyarm..again: *time to cryyyyyyy*
- @val_3r1a4: *Same*

A parte de darle la razón a la propia vidder, hay una fuerte presencia de añoranza por la época en la que Zayn fue parte de One Direction

4.4. Análisis de fanvids: Louis Tomlinson

4.4.1. “I was literally crying while making this”

En marzo del 2023, Louis estrenó su documental *All of those voices*. Una de las líneas narrativas que destacó, fue el paso de Louis por One Direction y como es que cuenta su experiencia tanto como cuando estaban juntos como cuando fue la separación. De alguna forma para los fans, que al menos uno de los integrantes, años después, salga a

comentar sobre la separación y cómo fue la experiencia, podría sentirse como un cierre a un capítulo. Sin embargo, generó muchas dudas también. Especialmente en este fanvid, el vidder hace uso de un fragmento en voz en off y subtulado. En primer lugar, añade el siguiente texto y voz: *“It was incredible. It was so fucking fun. We’re really just as tight as could be as mates”* (¡Estuvo increíble! Lo pasamos jodidamente bien. Somos tan amigos como se puede ser). En este primer momento del fanvid, hay una secuencia de videos de archivo, de videos de la banda en sus mejores momentos, en sus mejores presentaciones, en situaciones de complicidad y muestras de afecto, especialmente en la última parte donde resalta su amistad, visualmente se muestra un clip del abrazo que se dieron en su último concierto. En segundo lugar, añade lo siguiente: *“When Zayn left that was like, maybe this is the start of the end. The more you kind of started thinking well maybe this isn’t gonna last forever. I’m like oh have we become the band that we didn’t want to be”* (Cuando Zayn se fue, pensé: “Tal vez este sea el principio del fin”. Cuanto más lo pensaba, más me daba cuenta de que quizá esto no iba a durar para siempre. Y me dije: “¿Acaso nos hemos convertido en la banda que no queríamos ser?”). En este segundo momento del fanvid, el tono visual cambia. Ya no son imágenes de felicidad de la banda, sino primeros planos de Louis en un sentido pensativo, en posiciones de reflexión, incluso de conformismo. Entre las tomas, se encuentran algunas de la última presentación que tuvieron como banda como para profundizar el significado de lo que está diciendo.

En el montaje, este contraste entre clips de felicidad y clips de melancolía y reflexión, acerca al fan a lo que sería la realidad, tal vez a lo que sería salir de una “burbuja” donde todo era felicidad bajo la perspectiva de un seguidor. De la mano, la sonorización por la

canción “Evergreen”, ya analizada previamente, cumple la misma función. Una búsqueda del camino, de estabilidad, sin dejar de lado que el estilo de música genera un ambiente emotivo y reflexivo. De manera implícita, marca el antes y después a lo largo del vid, junto con la voz en off y los subtítulos.

El vidder demuestra igual esta tristeza a través del copy *“i was literally crying while making this”* (literalmente estuve llorando mientras editaba esto). Y es que, el vidder como fan se refugia en la tristeza, en la nostalgia que le generó este momento para seguir creando piezas que puedan provocar este mismo sentimiento. De hecho, es una experiencia compartida:

- @maria_roze15: *Screaming and crying.*
- @lvckyagain: *the way he worded things in aotv hurt so bad but so good at the same time*
- @marrlee: *I couldn't imagine the pain and anxiety of feeling the start of the end with something that big*
- @rockstarlouie: *WHY WOULD YOU DO THIS NO*
- @user6284823390253: *Currently dying*

Se demostró en la interacción de los usuarios como responden de igual forma al copy del vidder. De igual manera, la realidad a la que tuvieron que enfrentarse, el fin de la banda que si bien tuvieron buenos momentos como el mismo Louis lo comentó, se enfrentó a una realidad, a un futuro en el que no iban a seguir juntos los cinco como banda. Faltaba que los fans lo entendiesen de esa manera, y de la mano, el vidder contribuyó a representarlo visualmente para los usuarios.

4.4.2. “Disfruté cada segundo”

En este fanvid, se hace uso de la secuencia de dos fotos. En el caso de la primera foto, se muestra a la fan en el cine posando al lado del poster de *All of those Voices*, documental de Louis Tomlinson en el 2023. En la segunda foto, se muestra a la misma fan posando con el banner del documental de One Direction *This is Us*, en el 2013. Por un lado, resalta este paso del tiempo y cómo se ha mantenido esta conexión a lo largo de diez años aún con el integrante de la banda partiendo desde un fanatismo por la banda. Por otro lado, este sentimiento cobra un sentido más intenso al leer las sobreimpresiones en la parte superior de cada foto. En la primera foto, la sobreimpresión resalta el año 2023 seguido del siguiente texto: “*estuvo increíble el documental de Louis Tomlinson, amé cada segundo*”. En solitario, da a entender que fue una experiencia única y que evidentemente estuvo contenta con lo que se vio en el documental. Sin embargo, adquiere un significado más profundo con la sobreimpresión de la segunda foto. En ésta, resalta el año 2013 seguido del siguiente texto: “*¿cómo? ¿por qué Louis haría un documental solo? ¿y One Direction?*”. Esta segunda imagen funciona como respuesta a la primera foto y sobreimpresión, pues es como su “yo” del pasado, ilusionada con One Direction, aún no es consciente de lo que en un futuro podría pasar con la banda.

En la combinación de la secuencia de fotos, también influye la música. En este fanvid, la vidder usó la canción “Story of My Life” de One Direction. De uso estratégico, esta canción se remonta a una letra que trata el crecimiento personal, la pérdida, el amor y la reflexión sobre el pasado. En este caso conlleva nostalgia y recuerdos, de los cuales, algunos pueden ser difíciles de dejar ir. En general la canción invita a los fans a reflexionar sobre su propio pasado y las experiencias a lo largo de sus vidas, aquellas

que dan forma a cómo uno sigue viviendo y que siguen sumando a cada uno. Ésta es una de las canciones más conocidas de la banda y que en este caso, encajan completamente por el contraste entre el pasado y futuro, el paso del tiempo y las experiencias vividas en cada época.

Sin embargo, la interpretación general del fanvid cae en cuenta de la segunda sobreimpresión, preguntándose sobre la banda y por qué Louis estaría de solista. Resulta una resistencia al cambio, una forma de aferrarse al pasado, el por qué del cambio de las cosas o es al menos lo que pensaría cada fan en su pasado como fan de One Direction durante su época activa. En general, esta emoción es tristeza por parte del vidder y también se manifiesta en la interacción de los usuarios:

- @marielacst1: *me volví a sentir de 11 años otra vez*
- @bluxmoon_1: *Fueron y serán siempre la mejor boyband que pude haber conocido en mi vida*
- @sofisaurio1989: *de por sí ya estaba llorando en varias partes, pero cuando salió Freddie me puse a llorar más porque dije wey, yo crecí con estos weyes y ahora ellos tienen hijos, y miré la sala, y ya no éramos unas niñas:(*
- @brenda_gcg: *Esa canción no que lloro*
- @melsanvir: *AMIGA, ME IBA A IR A DORMIR Y AHORA ME VOY A LIMPIAR LAS LÁGRIMAS*

De esta manera se puede observar por un lado la tristeza colectiva, y por otro lado el paso del tiempo y cómo esto ha afectado a los fans de la banda. Afectó en el sentido que cuando compartían momentos de One Direction, eran consideradas niñas, adolescentes, pero ahora, diez años después del documental, son adultas con otra mentalidad, con

estos recuerdos aún latentes y más aún, con esta conexión con la banda y sus integrantes presente en cada uno de ellas.

4.4.3. “Cute boy”

Como contexto del fanvid, Louis fue parte del jurado del programa “The X Factor” por un periodo de tiempo, mismo programa que de donde él salió al estrellato con One Direction. Entre tantos concursantes, se presentó un niño quien sonriente ante cámara, se dirige a Louis para decirle que One Direction es asombroso. Como reacción natural, el público quedó enternecido al igual que Louis. Inmediatamente después de ver la reacción de Louis, se muestran una serie de videos y fotos una por una de cada integrante de la banda en su audición en The X Factor, y demás momentos como banda cuando eran más jóvenes. Estas imágenes se presentan en blanco y negro con un video en transparencia de Harry Styles cantando *The Story of my Life*.

Como parte del montaje, se tienen subtítulos al inicio donde se ve la participación del niño en el programa. Seguido, el uso del blanco y negro en las tomas no es una coincidencia o un uso al azar, sino una elección estratégica que responde a una suerte de enfatizar emociones. Es decir, eliminar el color como distracción permitiendo así que las emociones y elementos narrativos del video destaquen con mayor intensidad. Las expresiones y el lenguaje corporal se vuelven más prominentes, generando una experiencia visual más emotiva. Así, el usuario se estaría enfocando en lo esencial como lo es la historia detrás de cada video y/o foto y las personas que la componen. Esto se refuerza más al tener el intro del video a color.

Como recurso sonoro, *The Story of my Life* toma mayor presencia cuando se pasa al juego de tomas y videos, coincidiendo exactamente con el coro. Junto con la estética

visual, la canción complementa como un “paso del tiempo”. La fugacidad de la vida a través de la frase “la historia de mi vida” como un recordatorio de que todos vamos construyendo nuestra propia historia a través de nuestras experiencias y emociones. La madurez y el crecimiento personal son motivos que también se desprenden de la canción y el juego de montaje. Se sugiere que se aprende de las experiencias y que uno puede estar listo para empezar un nuevo capítulo en su vida.

En los comentarios del vid, se refleja este enfoque visual que se buscó plasmar por el vidder:

- @selenavrojas: *lloreee porque ese niño fuimos todas*
- @pilarcolletto: *me rompí, 1D no se supera*
- @samnicky15: *tiene razón*
- @maria.ocaranza: *que ya regresen por favor*
- @naldtogi: *one direction era is the best*

A través de los comentarios se puede ver como a través de un simple comentario por parte del niño, muchas coincidieron y expanden a un mensaje más poderoso. Se desprende este sentimiento de regresar a la época así como de reconocer que en realidad nunca fue solo una etapa y que hasta ahora se mantiene viva esa llama.

4.5. Análisis de fanvids: Liam Payne

4.5.1. “No puedo más gente, te amo tanto Liam”

El contexto principal del fanvid se centra en la aparición de Liam en la premiere del documental de Louis “*All of Those Voices*”. Como parte de los invitados, dentro de los rumores a lo largo de las redes, se esperaba la participación de los integrantes de One Direction, sin embargo, el único en aparecer fue Liam Payne. En todo momento,

demostró gran orgullo y apoyo hacia Louis. Especialmente en este fanvid, se elige uno de los videos de la premiere en el que, a la entrada a la sala de cines de Louis, Liam emocionado se para y le aplaude mirándolo con orgullo. Claramente es un acto de compañerismo, amistad y cariño que pese a tantos años de trabajar fuera de la banda, el apoyo se mantiene.

En el montaje, como inicio del fanvid, se observa en primer plano a la vidder reaccionando a lo que el usuario posteriormente va a ver que es el clip de Liam. Su expresión reaccionando a lo que está aconteciendo, se mantiene a lo largo del video aunque en menor proporción al tamaño inicial. En todo momento se ve una reacción de ternura, de emoción y de felicidad al ver como se mantiene este apoyo entre ambos integrantes. Lo que alimenta esta reacción, es la música elegida. La vidder usó de manera estratégica la canción *“Walking in the wind”* de One Direction. Uno de los temas que explora esta canción es la despedida. De hecho, se puede interpretar de distintas formas, talvez en relación de pareja como amical. En este caso, encaja con el tema de la despedida y aceptación. Empezando con el lyric inicial de la canción *“do you believe i’ll never be too far?”* (*¿crees que nunca estaré muy lejos?*), que si bien plantea la idea de una separación física, al mismo tiempo sugiere que la conexión entre ellos perdurará. Al mismo tiempo, el resto de lyrics evoca recuerdos de felicidad que se pasaron en conjunto. Pero también, *“you will find me in places that we’ve never been for reasons we don’t understand”* (*me encontrarás en lugares donde nunca hemos estado por razones que no entendemos*), la conexión entre las personas trasciende limitaciones físicas y temporales. El paso del tiempo, lo inevitable que es el cambio, la fuerza que conecta a las personas, es lo que se desprende del “viento” en el nombre de la canción. Bajo esta

premisa, la parte incluida de la canción que es resaltada con sobre impresión y cantada por la misma vidder es la siguiente: *“and i’ll be by your side any time you’re needing me”* (*estaré a tu lado en cualquier momento que me necesites*). Específicamente esta parte abarca toda la interpretación mencionada anteriormente. El apoyo mutuo, la conexión entre las personas a pesar de la distancia, siempre se va a mantener. Exactamente, la propia vidder lo resalta al inicio con la sobreimpresión *“Este video se siente como esta parte de WITW”*, confirmando una vez más la interpretación y dando vida a la representación de la canción.

Tanto en el copy *“...te amo tanto Liam”*, como en los comentarios, se demuestra este gran cariño hacia Liam y como la aceptación de este, puede generar un cúmulo de sensaciones y una experiencia colectiva:

- @cristina_perez212: *y nos demuestra que no tiene envidia, que los ama y apoya*
- @etefi0: *Me encontrarás en lugares que nunca estuvimos...*
- @vcaminarvajaaa: *siento que hace mucho no hay tanto contenido de ellos juntos viéndose tan sanos y felices, apoyándose más que nunca*
- @valenarancia7: *que felicidad verlos apoyarse entre ambos*
- @andreacpg01: *Literalmente lo que paso por mi cabeza , Ahora escucho la canción y automáticamente lloro*
- @marianaavilaflo: *el es el verdadero significado de WITW*

El recurso que se desprende de este fanvid reside en la aceptación, la lealtad y la conexión. El crecimiento y la evolución que tanto los integrantes como los fans han tenido. El momento de aceptar que a pesar de que ya no sigan juntos como banda, igual se estarán apoyando en todo momento que sea posible. Como parte de los

comentarios, también se puede replicar que el uso de la canción fue acertada y compartida pues en ese momento de Liam, encontraron la representación de los lyrics.

4.5.2. “Brothers <3”

Partiendo del mismo contexto de la premiere de *All of those Voices*, en este fanvid se han incluido las entrevistas que se realizaron tanto a Liam como a Louis. Por un lado, las respuestas de Liam se resumen en su emoción por estar ahí, hace referencia a los chicos (One Direction) que sin ellos, no estaría donde está ahora, lo importante que estar en la premiere apoyando a Louis para él. Por otro lado, las respuestas Louis se muestra muy honrado de tener la presencia de Liam, muy contento de recibir su apoyo y que significaba mucho para él. Ambas respuestas tienen sus similitudes pues coinciden en el agradecimiento y el orgullo de tener el uno del otro.

Como parte del montaje, a parte de estos dos clips, se tiene como fondo musical, la canción “Chicago” de Louis Tomlinson. En general, la interpretación de esta canción se basa en la ruptura de una relación, no guarda relación con lo que se está viviendo en el fanvid, sin embargo hay partes en la letra que pueden usarse también en este contexto. Es ahí, donde la vidder decide resaltar en sobreimpresión y volumen “*i didn’t have to search ‘cause i still know your number*” (no te tuve que buscar pues aún me sé tu número). Esta parte específica, guarda relación con el fanvid anterior, en el que a pesar de la distancia, siempre habrá esta conexión. Con este lyric, se pone en manifiesto que aún guardan ese contacto. De acuerdo a la respuesta de Louis, Liam fue quien le habría escrito días antes para comentarle que sería parte de la premiere. Así, aunque de una forma muy literal, Liam no tuvo que buscar dónde o cómo, sino que ya tenía su contacto, guardan esa conexión entre ambos. En el fanvid, cuando termina la respuesta de Louis,

se inserta un video de Liam y Louis abrazados en uno de los conciertos de One Direction con la superposición en el medio de la canción. Este video le aporta intensidad y fuerza al significado de apoyo y amistad, al lyric en sí. En la parte inferior central, se tiene el nombre de usuario de la vidder como marca de agua, una vez más para dar a relucir cuál es su creación.

Como parte de la interacción en los comentarios, se puede observar esta suerte de “tranquilidad”, el haber cerrado cierta resistencia que se tenía con la separación de la banda. Se empieza a aceptar, por este lado, que cada uno está siendo feliz por su propia cuenta:

- @ag4652517: *Mi alma esta en paz*
- @toriobispo: *Mi corazón está contento*
- @natb404: *Louis knows who his reals friends are. Real friends turn up in those special moments.*
- @superbloomirwin: *they're so important to each other*
- @abigailraanee: *where was everyone else*

Se puede evidenciar como existe un mayor equilibrio de emociones. Existe una suerte de tranquilidad y aceptación. Podría concluirse que lo que los fans estaban esperando, es tener esta interacción directa entre ellos. Saber que aún están en contacto, que aún están el uno para el otro. Igual, se hace ver en los comentarios, que también estaban esperando la aparición de los demás integrantes, en este caso se puede determinar que el fandom no es conformista y siempre va a querer más.

4.5.3. “*Them forever and ever*”

Siguiendo como punto de partida el contexto de la premiere de *All of those Voices*, Louis y Liam se dejaron ver juntos en la premiere a través de fotos. En estas, se observan a los 2 tomados del brazo de cada uno, esto demuestra una unión y latente amistad y cariño. Las fotos no demoraron en circular y acarrear las redes con la reacción de muchos fans. En este fanvid se hace uso de una secuencia de fotos y videos de momentos entre ambos. Previamente cuando estaban en One Direction, esta amistad era denominada “Lilo” mezclando el inicio del nombre de Liam y el inicio del nombre de Louis, aunque hasta ahora se recuerda aun bajo ese nombre.

En el montaje, se inicia con una foto de ambos de más jóvenes, seguido de la foto capturada en la premiere. Lo que le genera bastante intensidad es tanto la superposición como la música que van de la mano. Se ha elegido “You and I” y si bien este tiene una interpretación más en relación sentimental, como se analizó en un fanvid previamente, también demuestra la conexión entre dos personas fuera de ello. En este caso la relación amical entre dos personas. “...*Not even the gods above*” (*ni siquiera los dioses de arriba*) acompaña la primera foto, “*can separate the two of us*” (*pueden separarnos*) acompaña la segunda foto. Aquí se demuestra como a pesar del tiempo, ellos se mantienen unidos y que nada ni nadie puede evitar tan consolidada amistad. “*Not nothing can come between*” (*nada puede interponerse entre nosotros*) es el hilo conductor que lleva a la secuencia de fotos y videos de momentos entre ambos durante su etapa en One Direction. Una vez más, el fanvid expresa esta relación amical como una aceptación, pero en este caso también existe una añoranza pues al incluir aquellos momentos felices que vivieron en el pasado con la banda, también se interpreta como

momentos que pueden volver a vivir o etapas que pueden regresar. Seguido de la sobreimpresión “You and I” que aporta a generar mayor fuerza e intensidad en el fanvid. En los comentarios, se puede observar esta gran dimensión que se tiene sobre esta amistad:

- @veronicalejv: *TE AMO LILO*
- @rockstarlouie: *my lilo heart*
- @myanabook: *their friendship is so special and pure*
- @veronicachalamet: *La mejor amistad de 1D*
- @.stargirl444_: *And nothing can come between*

Evidentemente, en los comentarios se resalta esta amistad. No existe tanto una tristeza, sino una alegría compartida pues al ver a dos de los cinco integrantes juntos, una parte del fan puede sentirse sereno. Inevitablemente, queda esta sensación de querer tener más momentos, pero dentro de las posibilidades, el fandom recibió al menos parte de lo que alguna vez pidieron: una reunión.

CONCLUSIONES

El propósito principal de esta investigación fue comprender el papel fundamental que juega la nostalgia como recurso creativo en la construcción de fanvids relacionados con One Direction en la plataforma TikTok. Los fanvids de One Direction en TikTok creados por fans que utilizan la nostalgia como recurso creativo, representan un fenómeno cultural fascinante que refleja la conexión emocional entre los seguidores y la banda. Al analizar los elementos audiovisuales, los discursos y la interacción de estos fanvids, podemos comprender mejor de qué manera se manifiesta la nostalgia y cómo se comparte en la era digital.

- **Elementos Audiovisuales en Fanvids:** En el análisis de los fanvids producidos por el fandom directioner en TikTok, se ha identificado un uso consistente de elementos audiovisuales relacionados con la banda One Direction. Estos elementos abarcan desde clips de video de la banda hasta fragmentos de canciones emblemáticas, imágenes icónicas de los miembros y efectos visuales que evocan la estética característica de One Direction. La combinación de estos elementos crea una experiencia visual y auditiva poderosa que transporta a los fans a momentos memorables de la banda.
- **Contenidos y Temáticas de Nostalgia:** Los fanvids se centran en una variedad de aspectos vinculados con la nostalgia de One Direction. Esto incluye la experiencia de las letras de canciones, fragmentos de videoclips que han dejado una huella en la memoria de los fans, entrevistas históricas que ofrecen una visión de la personalidad de los miembros de la banda, momentos destacados de conciertos

que despiertan emociones y fragmentos de fancams, que son videos grabados por fans durante eventos en vivo.

- Efecto de la Nostalgia en la Persistencia del Fandom: Un hallazgo crucial de esta investigación es que la nostalgia ejerce un profundo impacto en la persistencia del fandom directioner en TikTok. Los fanvids tienen la capacidad de reavivar y fortalecer los sentimientos y la identidad directioner en los fans existentes, consolidando así su conexión continua con la banda a lo largo del tiempo. Además, dichos videos tienen el poder de atraer a nuevos seguidores a medida que se comparten y viralizan en Tiktok. La nostalgia entonces, funciona como un punto de entrada accesible para aquellos que no vivieron la era dorada de One Direction, permitiéndoles conectarse con la historia y la emoción del fandom en un contexto actual.

La nostalgia, como recurso creativo, se convierte en un elemento clave para comprender las dinámicas de las comunidades de fans y su expresión a través de los fanvids. Es importante, de igual modo, resaltar cómo es que One Direction fue más allá. Se vincula con la adolescencia y el crecimiento de cada seguidor. Es decir, para muchos fans, One Direction representó una parte importante de su adolescencia y crecimiento personal. La banda acompañó a sus seguidores en momentos clave de su vida, marcando hitos y experiencias que se ven reflejados en los fanvids nostálgicos. Este punto va muy de la mano con esta transición de edad entre la adolescencia y la adultez, que es donde se concentra esta comunidad de fans en su mayoría, que juegan más con experiencias del pasado o sucesos, apelando así a la nostalgia.

De igual modo, es importante resaltar como es que One Direction fue más allá de la televisión. Un diferencial destacable de la banda es su crecimiento en pleno auge de las plataformas digitales. Así como los fans crecían, junto iban las redes y por ello los fans son más tecnológicos. Fue un fenómeno global que trascendió la música, convirtiéndose en un ícono cultural que influenció la moda, el lenguaje y las tendencias sociales de la época. Esta dimensión cultural amplifica la nostalgia al asociar la banda con un período significativo de la vida de sus fans a pesar de tener una trayectoria corta a diferencia de otras boybands.

Para complementar, los discursos nostálgicos presentados como la añoranza por el pasado, la celebración de la unión, agradecimiento y/o admiración, y reflexión sobre el crecimiento, son algunos de los que más presencia tienen y de los que se desprende este sentimiento. En su mayoría, los fanvids expresan un sentimiento de añoranza por la época en que One Direction estaba activo, cuando los fans eran más jóvenes. A través de este cúmulo de emociones, se destaca la conexión y el sentido de comunidad que se generaba entre los fans en torno a la música y los miembros. Además, los fanvids expresan gratitud por la música y recuerdos que la banda les ha brindado. A través de ellos, también se incorporan elementos sobre el paso del tiempo demostrando así como One Direction ha acompañado a los fans en diferentes etapas de su vida.

Más allá de ser simples compilaciones de imágenes y música, estos videos representan una exploración profunda de las emociones, una oda a la conexión que se forja entre los fans y la banda, y un testimonio del poder de la música para trascender el tiempo y las barreras geográficas.

La nostalgia, lejos de ser un sentimiento resignado al pasado, se convierte en una fuerza motriz en la era digital, impulsando la creatividad, la conexión y la celebración de la cultura popular. Los fanvids de One Direction son un ejemplo claro de cómo la nostalgia puede ser utilizada para construir puentes entre el pasado, el presente y el futuro, manteniendo viva la llama de la pasión por una banda que ha conquistado el corazón de millones de personas alrededor del mundo y que seguirá siendo en solitario a través de cada miembro.



BIBLIOGRAFÍA

Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen

Anspach, C. K. (1934). MEDICAL DISSERTATION ON NOSTALGIA BY JOHANNES HOFER, 1688. *Bulletin of the Institute of the History of Medicine*, 2(6), 376–391.
<http://www.jstor.org/stable/44437799>

Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis (Primera ed.)*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. Recuperado de:
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022_Metodologia_de_la_investigacion_El_metodo_%20ARIAS.pdf

Bellah, R. N.; Madsen, R.; Sullivan, W. M.; Swidler, A. y Tipton, S. M. (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley, EUA: University of California Press.

Brabazon, T. (2005). *From revolution to revelation: Generation X, popular memory and cultural studies*. Aldershot, Inglaterra: Ashgate.

Burchill, J. (1986) *Damaged Gods: Cults and Heroes Reappraised*, Londres, Century,

Burgess, J., Marwick, A., & Poell, T. (2018). *The SAGE Handbook of social media*. London: SAGE Publications Ltd.

Busquet, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de estudios de juventud*, No. 96. Recuperado de:
http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_1.pdf

- Castro, C. (2008). Industrias de Contenidos de Latinoamérica. Documento de Grupo de Trabajo eLac 2007. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt_eLAC_meta_13.pdf
- Coppa, F. (2009). A Fannish taxonomy of Hotness". Cinema Journal 48, N° 4
- Davis, F. (1979). Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia.
- De la Peza, C. (2001). El bolero y la educación sentimental en México. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana-Miguel Ángel Porrúa.
- De los Ríos, C. (2021) Fandom, fanwork y aprendizaje no formal en la red.
- Durkheim, É. (1982). Formas elementales de la vida religiosa. Akal, Madrid.
- Dyer, R. (2001). Las estrellas cinematográficas. Paidós, Barcelona
- Eco, U. (1984). Apocalípticos e integrados. Lumen, Barcelona. (Edición original (1965): Apocalittici e integrati. Bompiani, Milán).
- Enseñat, J. (2014). El fenómeno fan y sus repercusiones en la vida cotidiana. El caso de los estudiantes de la Universidad de Gerona. Gerona: Universidad de Gerona. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10256/10233>
- Fernández, J. (2015). Industrias culturales, medios de comunicación y fenómeno fan: el particular caso de los Beatles. (Grado en publicidad y relaciones públicas). Universidad de Valladolid. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/14105/TFG-N.343.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gironés, J. (2020) El pasado impregna el presente. La nostalgia en cine, música y publicidad.

- Gómez, H. (2011). Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la convergencia de medios. *Revista electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Razón y Palabra*, 75. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/19_Gomez_M75.pdf
- González, D. (2013) *Vidding. Fanatismo, colaboración y creatividad en la era de Youtube.*
- González, L. (2022). Reportaje multimedia. El fenómeno fan en la era de las redes sociales. Valladolid: Universidad de Valladolid. Recuperado de: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/58478/TFG_F_2022_120.pdf?sequence=1
- Guerrero, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de "águila roja" y "juego de tronos" en España. *Comunicación y Sociedad*, no. 21, Jan.-June 2014, pp. 239+. Gale OneFile: Informe Académico.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory.* Chicago, EUA: The University of Chicago Press
- Hernández-Gutiérrez, J. (2018). Memoria mediática: la nostalgia en la cultura pop. *Question/Cuestión*, 1(62), e152. <https://doi.org/10.24215/16696581e152>
- Higson, A. (2014). Nostalgia is not what it used to be: Heritage films, nostalgia websites And contemporary consumers. *Consumption, Markets and Culture*, 17(2), 120-142.
https://www.researchgate.net/publication/263552181_Nostalgia_is_not_what_it_used_to_be_Heritage_films_nostalgia_websites_and_contemporary_consumers

- Hirsjärvi, I. (2013). Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global. *Anàlisi, Quaderns de comunicació i cultura: Revista de la Universitat Autònoma de Barcelona*, No. 48, pp. 37-48.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4494059>
- Hurtado, L. (2016). El artista como producto en Corea del Sur: EXO y el fenómeno fan. (Grado en Comunicación Audiovisual). Universidad Politécnica de Valencia.
- Hutchby, I. (2001) *Technologies, Texts and Affordances*. The University of York.
- 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).
- Jenson, J. (1992). Fans as a pathology: The Consequences of Characterization. In *The Adoring Audience: Fan Culture and popular Media*. London: Lisa A. Lewis.
- Jewitt, C. (2009). *Multimodal methods for researching digital technologies*.
- Jewitt, C., Bezemer, J., O'Halloran, K. (2016). *Introducing Multimodality*
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A Social Approach to Contemporary Communication*. Londres: Routledge
- Lebrún, A. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *CONSENSUS*, 19(2)
- Lebrún, A. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Consensus* 19(2).
 Obtenido de:

[https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias Culturales Creativas y d e Contenidos - Ana María Aspillaga.pdf](https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_d e_Contenidos_-_Ana_María_Aspillaga.pdf)

Lipsitz, G. (2007). *Footsteps in the Dark. The Hidden Histories of Popular Music*. Obtenido de:

<https://www.amherst.edu/media/view/88681/original/Lipsitz%2B%2BPop%2BStars%2B-%2BThe%2BHidden%2BHistory%2Bof%2BDigital%2BCapitalism.pdf>

Lledó, N. (2016). *El fandom digital como puerta de entrada a universos narrativos* (Máster interuniversitario en comunicación móvil y contenido digital). Universidad Politécnica de Cartagena.

Margalit, A. (2011). Nostalgia. *Psychoanalytic Dialogues*, 21(3), 271–280.

Martínez, S. (2014). *Benditas boybands. Un estudio sobre la identidad en la preadolescencia femenina a partir de la música teen pop*. (Trabajo de Fin de Grado presentado por Sofía Martínez Fernández). Universidad Carlos III de Madrid.

Misztal, B. (2003). *Theories of social remembering*. Maidenhead, Inglaterra: Open University Press
 Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá – México: Ediciones de la U.

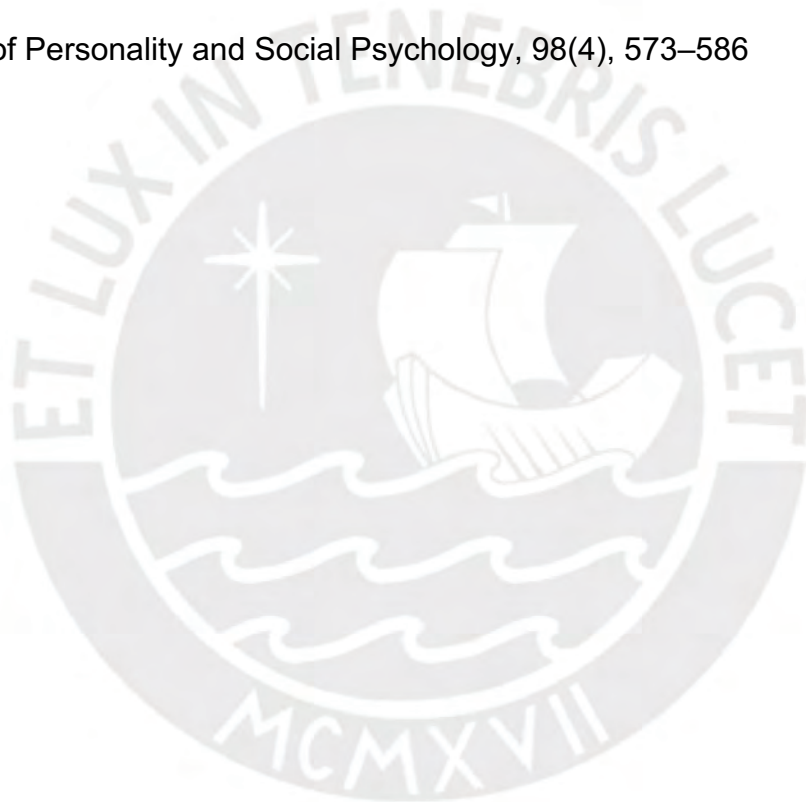
Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá - México: Ediciones de la U. Obtenido de https://www.academia.edu/59660793/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_5TA_EDICI%C3%93N

- Pardo, S. (2015). One Direction: Las claves del éxito de una boy band. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/78528183.pdf>
- Pérez Rufí, J.P y Gómez Pérez, F.J. (2009). "Internet celebrities: fama, estrellas fugaces y comunicación digital". Trípodos. Extra 2009, 1. Universitat Ramón Llul, Barcelona, 229-238.
- Romero, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2021). Metodología de la investigación (Primera ed.). Quito: Edicumbre Editorial Corporativa. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/356568692_Metodologia_de_la_investigacion_cientifica/link/61a164236b9a6f0967084306/download
- Thompson, J. (2011). The media and modernity. A social theory of the media (J. Colobrans, trad.). Paidós Ibérica, S. A. Recuperado de: https://www.academia.edu/59660793/METODOLOG%3A%8DA_DE_LA_INVESTIGACION%3A%93N_5TA_EDICION%3A%93N
- Tobal, M. (2009). Boy Bands, la industria cultural de los 80's y 90's. En Facultad de Diseño y Comunicación-Universidad de Palermo (Ed.), Creación y producción en diseño y comunicación, 117-119. Obtenido de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/138_libro.pdf
- Torti, Y. (2017) Productos culturales digitales argentinos: fics fanarts y fanvideos. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/68372/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vintimilla, L., Torres, T. (2021) TikTok: más allá de la hipermedialidad. Quito:

Editorial Abya-Yala, 2021, 155 p. ISBN: 978-9978-10-600-6. Obtenido de:
<https://books.scielo.org/id/47zrm/pdf/torres-9789978106815.pdf>

Wang, S. (2021) Análisis del modelo comercial de la plataforma de vídeos cortos de TikTok. Universitat Politècnica de Valencia. Obtenido de:
<http://hdl.handle.net/10251/172575>

Wildschut, T., Sedikides, C., Routledge, C., Arndt, J., & Cordaro, F. (2010). Nostalgia as a repository of social connectedness: The role of attachment-related avoidance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(4), 573–586



ANEXOS

ANEXO 1: Matrices de los análisis de los fanvids de Harry Styles

Matriz 1.1: “Never recovering”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@nllzharry/video/7199212476272020741				
Never recovering #harrystyles #onedirection #1d		Vidder	Fecha	Duración
		@nllzharry	12/02/2023	15 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	950.8k	8527	151.8k	50k
Análisis				
Contexto	Contenido			Mensaje en torno a la nostalgia
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
En la premiación <i>The BRIT Awards 2023</i> , Harry Styles ganó la categoría Artista del año. Lo invitaron a subir al escenario a recibir su premio y a decir su discurso. Empezó haciendo un agradecimiento general a su familia, a su madre, sin embargo, nadie se esperó lo que pasaría después: agradecer a cada integrante de One Direction agregando que tampoco estaría donde está sin ellos.	<ul style="list-style-type: none"> Fragmento de discurso de agradecimiento en el que menciona a los chicos de One Direction. Clips de archivo de Harry Styles con cada integrante Marca de agua con el nombre del usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> Cancion “Evergreen” de Richy Mitch & The Coal Miners. 	Lo que se buscó fue generar un sentimiento de remembranza, pues se hizo una conexión más visual del pasado de Harry Styles con su presente.	

Matriz 1.2: “I am emotional”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@amdar584068i/video/7199030721187433774				
I am emotional #harrystyles #brits #onedirection #fanedit #asitwas #harryshouse #britawards #fyp		Vidder	Fecha	Duración
		@amdar584068i	11/02/2023	33 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	667.8k	3243	43k	48.9k
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
Premiación <i>The Brit Awards 2023</i> , Harry Styles da su discurso de agradecimiento por el premio a Artista del año. Agradece a su familia, equipo, y sorprendiendo, al público, a los integrantes de One Direction, quienes lo acompañaron por muchos años. En los premios <i>The Brit Awards 2014</i> , One Direction ganó a Video del año. Como discurso de agradecimiento, la banda esperó a Harry para dar sus palabras quedando como un momento anecdótico pues él estaba en el baño.	<ul style="list-style-type: none"> Fragmento de discurso de agradecimiento de One Direction en el que los chicos buscan a Harry para dar las palabras. Fragmento de discurso de agradecimiento en el que Harry Styles menciona a los chicos de One Direction. 	<ul style="list-style-type: none"> Canción “Fine Line” de Harry Styles modificada. 	Básicamente el uso de paralelismo de dos tiempos, genera un sentido de añoranza, pero también se observa cómo hubo una evolución y un crecimiento, trayendo así un sentido de aceptación al cambio.	

Matriz 1.3. "I cried while I edited"

Fanvid: https://www.tiktok.com/@otplths.vsp/video/7286886208263687456				
We'll be a fine line ...missing my boys <i>#onedirection #onedirectionreunion #onedirectionvideos #onedirectionedit #1d #1dedit #1dreunion #harrystyles #harrystylesedit #harries #directioner</i>		Vidder	Fecha	Duración
		@otplths.vsp	06/10/2023	38 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	12.2k	101	2795	310
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
Era el capítulo final de "The Late Night Show" con James Corden. Había rumores de que 1D iba a ser la banda invitada, y estos aumentan debido al teaser promocional del show en el que enfocan la puerta de un camerino con un letrero de One Direction. Se creía también, pues por la fuerte y gran amistad con los chicos quienes fueron parte del programa en varias oportunidades, sin embargo, el único invitado de la banda fue Harry Styles.	<ul style="list-style-type: none"> • Subtítulos • Clips de archivo de One Direction como banda. • Clip de entrevista de Harry Styles en "The Late Show". • Marca de agua con el nombre de usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Canción de fondo "Fine Line" de Harry Styles. 	<p>Sensación de esperanza a una posible reunión de la banda</p> <p>Rememoración de "los buenos tiempos"</p>	

ANEXO 2: Matrices de los análisis de los fanvids de Niall Horan

Matriz 2.1: “*physically i’m fine, mentally i’m bruised*”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@flickrniqll/video/7205070176759467269				
Physically I'm fine, mentally I'm bruised #niallhoran #flickrniqll #onedirection		Vidder	Fecha	Duración
		@flickrniqll	27/02/2023	08 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	163.2 k	1345	21.2 k	10.2k
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
Niall Horan fue entrevistado en un programa de radio “InterBRU”. El entrevistador le comenta sobre uno de sus versos favoritos de Niall y suena “Little Things”, una de las canciones más conocidas de One Direction. Niall empieza a cantarla, quedando ese momento memorable para los fans. A la par, se presenta uno de sus shows más grandes durante su trayectoria como banda.	<ul style="list-style-type: none"> Fragmento de entrevista de InterBRU 2023. Fragmento exacto de la canción en el concierto de San Siro 2014. Sobre impresión “<i>i did something</i>”. 	<ul style="list-style-type: none"> Sonido original de entrevista. Sonido original de concierto. 	Escucharlo cantar una de sus canciones más populares después de años, evoca recuerdos felices y sentimientos de añoranza por esa época.	

Matriz 2.2: “I’m actually so emotional over this right now”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@kristenacarey/video/7205036199344606510				
		Vidder	Fecha	Duración
<p><i>I’m actually so emotional over this right now</i> #niallhoran #niallhoranvids #littlethings1d #heaven #heavenwontbethesame #nh3 #onedirection #1dvids #niallhoranedit #onedirectionvids #niallhorantheshow #niallhoranmusic #niallhoranlive #greenscreenvideo</p>		@kristenacarey	27/02/2023	11 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	130.7k	432	7741	3903
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>Niall Horan fue entrevistado en un programa de radio “InterBRU”. El entrevistador le comenta sobre uno de sus versos favoritos de Niall y suena “Little Things”, una de las canciones más conocidas de One Direction, Niall empieza a cantarla, quedando ese momento memorable para los fans pues cuando se cantaba en los conciertos, usualmente hacía pausa después de “like i...” para incitar a los fans a cantar la siguiente parte con la frase “You sing!” al punto de quedar tan impregnada en los fans que hasta ellos mismos decían tal frase volviéndose parte de los lyrics en el fandom.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fragmento de entrevista de InterBRU 2023 Sobre impresión “the way he paused for us to say YOU SING” Animación de vidder como superposición 	<ul style="list-style-type: none"> Sonido original de entrevista 	<p>Esta anécdota muestra cómo un simple gesto en una canción puede convertirse en un símbolo de conexión y afecto entre la banda y los fans, generando una especie de lenguaje propio entre ellos.</p>	

Matriz 2.3: “A QUIÉN LE HICIERON TANTO DAÑO PA QUE HICIERA ESTO????!!!!”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@lamayasofia/video/7309301270987230469				
A QUIEN LE HICIERON TANTO DAÑO PA QUE HICIERA ESTO????!!!! #onedirectionreunion #onedirection #directioner #niallhoran #theshow #fyp シ #parati #viral #pinterest #collapse #clown		Vidder	Fecha	Duración
		@lamayasofia	05/12/2023	15 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	529.6 k	4336	40.7k	4841
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
El 9 de junio de 2023, Niall anunció su tercer álbum <i>The Show</i> . La portada de este disco es a Niall recostado en sus brazos sobre una ventana mirando ligeramente hacia arriba. En la parte superior dice el nombre del álbum y en la parte inferior su nombre Niall Horan. A raíz de su lanzamiento, es común que los fans hagan fanworks. En este caso, especialmente a su portada, incluyeron como parte del espacio a los integrantes de One Direction.	<ul style="list-style-type: none"> • Portada de álbum de Niall intervenida (fanwork) • Animación de vidder como superposición 	Canción “Right Now” de One Direction	Se sugiere el deseo de mantener aún la conexión de Niall con la banda en conjunto a pesar de que cada uno persigue proyectos individuales. Incluso, se puede tomar como una resistencia al cambio.	

ANEXO 3: Matrices de los análisis de los fanvids de Zayn Malik

Matriz 3.1: “Zayn págame la terapia”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@fanngril/video/7107838630957157637				
Zayn págame la terapia #zaynmalik #zayn #youandi #onedirection #highnote #1D		Vidder	Fecha	Duración
		@fanngril	12/06/2022	16 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	2316	17	186	29
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
El 9 de junio de 2022, Zayn sube a su cuenta de Instagram un video de él cantando una de las canciones más famosas de la banda “You and I”. Se encuentra en un espacio lleno de premios entre los cuales, también se observan los premios que ganó con la banda. Seguido, se incluye un video de la presentación en el <i>BBC Radio 1's Big Weekend 2014</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Video de instagram de Zayn Fragmento de presentación en el <i>BBC Radio 1's Big Weekend 2014</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Sonido original de video de instagram Sonido original de concierto de One Direction Fragmento de la canción “Deja Vu” de Olivia Rodrigo 	En este fanvid se está haciendo alusión a un flashback que conlleva a los fans a tener un sentimiento de añoranza hacia el pasado, más aún con el integrante que decidió salir primero de la banda.	

Matriz 3.2: “First You & I and NOW THIS?!”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@justcallmedanny/video/7132288940509236506				
		Vidder	Fecha	Duración
		First You & I and NOW THIS?! #zaynmalik #nightchanges #onedirection		@justcallmedanny
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	36k	259	2258	563
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
El 15 de agosto de 2022, Zayn sube a su cuenta de Instagram un video de él cantando a capela una de las canciones que ha tomado mucha importancia en el fandom directioner “Night Changes”. Cabe resaltar que no fue un acto que ha pasado desapercibido pues Zayn fue quien tomó la decisión de salir de la banda en primera instancia, para casi 10 años después, subir un video en relación con One Direction.	<ul style="list-style-type: none"> • Captura de pantalla de video de Instagram de Zayn • Video reacción del vidder 	<ul style="list-style-type: none"> • Sonido original de video de intagram • Canción “Night Changes” de One Direction 	El shock, la sorpresa que causa ver a Zayn por 2da vez en un año a los fans es indescriptible, esto más allá de generar una añoranza, genera una ilusión pues desde que salió de la bnada, su interacción con One Direction ha sido mínima.	

Matriz 3.3: “I miss them so badly”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@zayneditsz/video/7132296504680779050				
<i>I miss them so badly</i> #zay #zquad #zaynmalik #zaynedit #nightchanges #onedirection #fyp #foryoupage		Vidder	Fecha	Duración
		@zayneditsz	15/08/2022	23 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	1308	17	131	19
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>El 15 de agosto de 2022, Zayn sube a su cuenta de Instagram un video de él cantando a capela una de las canciones que ha tomado mucha importancia en el fandom directioner “Night Changes”. A la par, se presenta una presentación de la banda cantando la misma canción en versión acústica del 2014.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video de Instagram de Zayn • Fragmento de presentación acústica de One Direction • Marca de agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Sonido original de video de intagram • Canción “Night Changes” de One Direction 	<p>El contraste entre ambos videos más la canción en ambos tiempos, refiere al paso del tiempo, a la nostalgia por los momentos vividos. Se continúa con una añoranza por el pasado, mas que una emoción por un posible regreso, aunque también es un punto válido.</p>	

ANEXO 4: Matrices de los análisis de los fanvids de Louis Tomlinson

Matriz 4.1: “I was literally crying while making this”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@toointou/video/7286896175637187841				
		Vidder	Fecha	Duración
<i>i was literally crying while making this</i> #louistomlinson#edit#edits#songs#aotv#allofthosevoices#faithinthefuture#fitftour		@toointou	06/10/2023	24 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	11.1k	84	3501	467
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
El 13 de marzo del 2023, Louis Tomlinson estrena su documental “All of those voices” en el que el eje principal es su carrera musical, verlo desde un lado más íntimo, pero también su paso por One Direction. Este último punto fue el que desató muchos comentarios, mucha reacción en los y las fans. En el Perú, fueron constantes salas de cine agotadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Subtítulos • Clips de archivo de la banda 	<ul style="list-style-type: none"> • Voz en off de fragmento del documental • Cancion “Evergreen” de Richy Mitch & The Coal Miners 	Es evidente que la añoranza por el pasado está presente en cada segundo de este fanvid. Sin embargo, también se rescata cierta resistencia al cambio, el aferrarse al pasado.	

Matriz 4.2: “Disfruté cada segundo”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@its_carolineeeee_/video/7213613322808200454				
Disfruté cada segundo #allofthosevoices #louistomlinson #onedirection #directioner #fangirl #fyp #parati #1D		Vidder	Fecha	Duración
		@its_carolineeeee_	23/03/2023	11 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	48.7k	210	2304	1697
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>El 13 de marzo del 2023, Louis Tomlinson estrena su documental “All lof those voices” en el que el eje principal es su carrera musical, verlo desde un lado más íntimo, pero también su paso por One Direction.</p> <p>En el 2013, One Direction estrenó su documental <i>This Is Us</i> resaltando los tours y momentos íntimos dentro de la banda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sobreimpresión • Foto del fan con poster de AOTV 2023 • Foto del fan con poster de <i>This is Us</i> 2013 	<ul style="list-style-type: none"> • Canción <i>Story of My Life</i> de One Direction 	<p>En este fanvid, el paso del tiempo ha sido clave para su creación. Sin embargo también se observa cierta resistencia al cambio, a la realidad en la que no existe más una banda.</p>	

Matriz 4.3: “Cute boy”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@rusleei/video/7220776060953103643				
cute boy #onedirection #louistomlinson #xfactor #nathanbockstahler #storyofmylife		Vidder	Fecha	Duración
		@rusleei	11/04/2023	22 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	403.1k	1273	55k	12.1k
Análisis				
Contexto	Contenido			Mensaje en torno a la nostalgia
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>Louis Tomlinson fue parte del jurado del programa The X Factor. Programa de donde Louis salió al estrellato junto con One Direction al igual que los demás miembros. Entre tantos participantes, entra un niño al escenario, se dirige a Louis y le dice que One Direction es asombroso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fragmento de casting de The X Factor Videos y fotos en blanco y negro de la banda Video de Harry Styles de fondo cantando 	<ul style="list-style-type: none"> Canción “Story of my Life” de One Direction 	<p>El vid sugiere un homenaje nostálgico a la trayectoria de One Direction, la conexión con sus fans y la reflexión sobre el paso del tiempo.</p>	

ANEXO 5: Matrices de los análisis de los fanvids de Liam Payne

Matriz 5.1: “No puedo más gente, te amo tanto Liam”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@moncerrx/video/7211300679502056710				
		Vidder	Fecha	Duración
<p>No puedo mas gente, te amo tanto Liam #liam #allofthevoices #louistomlinson #onedirection #directioner</p>		@moncerrx	16/03/2023	10 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	35.7k	148	2830	2298
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>Durante la premiere del documental de Louis, <i>All of those voices</i>, Liam Payne hace su aparición. Fue una sorpresa inesperada por muchos fans, aunque en el fondo querían que en realidad haya una interacción, esta se cumplió al tener al menos a uno de la banda junto a Louis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Video de Liam en la premiere de <i>All of those Voices</i> Sobreimpresión en texto Video en superposición de la vidder 	<ul style="list-style-type: none"> Canción “Walking in the wind” 	<p>En este punto, se encuentra la aceptación al crecimiento, la aceptación a la evolución de la banda, en este caso de Liam. La nostalgia no va por un lado de tristeza, sino de alegría al ver el constante apoyo uno entre otro.</p>	

Matriz 5.2: "Brothers <3"

Fanvid: https://www.tiktok.com/@lucy_1d_vashappenin/video/7211278619383975174				
		Vidder	Fecha	Duración
Brothers <3 #fyp #foryoupage #liampayne #louistomlinson #allofthosevoicespremier #premier #viral #goviral #btu #blowthisup #brothers #FYP #fypage #fyp シ #lilo		@lucy_1d_vashappenin	16/03/2023	48 segundos
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	30.4k	228	4186	1332
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>Durante la premiere del documental de Louis, <i>All of those voices</i>, entrevistan a Liam Payne pues su aparición causó mucho que hablar al haber sido de una misma banda ambos. De igual manera, se le hace una entrevista a Louis por separado. A ambos le preguntan sobre su relación con el otro y ambos concluyen en agradecimiento y orgullo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Video entrevista a Liam en la premiere de <i>All of those voices</i> • Video entrevista a Louis en la premiere <i>All of those voices</i> • Clip de archivo de Liam y Louis abrazados • Sobreimpresión • Marca de agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Canción "Chicago" de Louis Tomlinson 	<p>A pesar del tiempo transcurrido y de las diferentes etapas de sus vidas, ambos encuentran en la nostalgia un puente que los conecta. El documental se convierte en un catalizador para revivir experiencias compartidas, recuerdos y emociones que los marcaron profundamente.</p>	

Matriz 5.3: “them forever and ever”

Fanvid: https://www.tiktok.com/@8tonl/video/7294798983547981062				
		Vidder	Fecha	Duración
		them forever and ever #louistomlinson #louistomlinsonedit #liampayne #liampayneedit #viral #fy		@8tonl
Alcance	Likes	Comentarios	Guardado	Compartido
	41.1k	230	9567	653
Análisis				
Contexto	Contenido		Mensaje en torno a la nostalgia	
	Recursos visuales	Recursos sonoros		
<p>En la premiere del documental de Louis, Liam fue parte del público asistente, claramente no pasó desapercibido, fue entrevistado por la prensa, fue grabado en distintas ocasiones, pero al mismo tiempo, pudo reunirse con Louis, siendo protagonistas de grandes fotos juntos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Foto de Liam y Louis en la premiere Clips de stock de Louis y Liam durante su etapa en One Direction Sobreimpresión 	<ul style="list-style-type: none"> Canción “You and I” de One Direction 	<p>La aceptación a la madurez y crecimiento de Liam y Louis, no hay un retroceso emocional, pero sí una remembranza de todos los momentos juntos durante la banda.</p>	