



**VNiVERSiDAD  
DSALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

# **HISTORIA Y FOLCLORE VIVOS: LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LA CULTURA PARTICIPATIVA**

---

**Trabajo de Fin de Grado**

**Clara Rico Barraza**

**Tutor:**

**Prof. M<sup>a</sup> de la Peña Mónica Pérez Alaejos**

**Grado en Comunicación Audiovisual**

**Universidad de Salamanca,  
Salamanca, 22 de junio de 2016**

## **INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

La presente investigación surge del interés en los efectos que produce en un segmento de la población la exposición a productos audiovisuales ambientados e inspirados en temáticas de carácter folclórico e histórico. Otro hecho interesante a revisar a través de este trabajo se centra en el tipo de cambios que la exposición a estos contenidos ha producido en los intereses de su audiencia, así como en sus hábitos y costumbres.

La realización de este estudio parte de la idea de Cortázar, A. R. (1975) de que el folclore particular de una cultura nace a partir de los procesos de selección, adaptación a través de su abanico de experiencias, así como de la propia capacidad de asimilación y transmisión de los conocimientos de ciertos contenidos del propio patrimonio cultural; idea que es extrapolada por Jenkins, H. (2013) al hecho de que, en la actualidad, gran parte de la cultura popular contemporánea se genera a partir de los medios de comunicación.

Otro aspecto que funciona como pilar fundamental de este trabajo es la afirmación realizada por Cusak, C. y Norman, A. (2012) referente a la mitología pagana:

“La muestra de interés hacia la mitología pagana y la historia se establece como una alternativa romántica frente la sociedad moderna europea”. (Cusak, C. y Norman, A. 2012: 367)

Por lo tanto, este trabajo se estructura a partir de conceptos como el folclore, la cultura audiovisual y participativa y los efectos de la exposición a los medios de masas.

El principal objetivo de este trabajo es revisar hasta qué punto se ha estudiado en profundidad el tema y tratar de plantear las incógnitas a resolver en futuras investigaciones.

Para llevar a cabo este análisis se realizará una revisión bibliográfica de los estudios realizados hasta el momento, para así obtener una visión generalista de hasta qué punto se ha profundizado

en el tema y determinar cuáles podrían ser las siguientes líneas de investigación sobre el mismo. Tras este proceso se dará lugar a un planteamiento de los interrogantes surgidos en dicha revisión, así como la propuesta de las principales líneas de investigación que deberían ser ampliadas posteriormente.

El hecho de ahondar en esta cuestión se plantea como algo novedoso, puesto que, hasta el momento, se ha investigado sobre los efectos de la exposición a contenidos en la audiencia, cultura audiovisual y sociedad, cultura participativa, sociología cultural, identidad cultural, narrativa crossmedia, neomedievalismo y neopaganismo; pero apenas se han aglutinado estos distintos enfoques desde una sola perspectiva con el objetivo de comprender la búsqueda del conjunto de actividades y contenidos de temática folclórica e histórica derivados a partir del visionado de ciertos productos audiovisuales.

Para realizar este trabajo ha sido necesario adquirir e interiorizar los conocimientos y competencias adquiridos mediante la realización del Grado en Comunicación Audiovisual.

En primer lugar, el hecho de realizar un estudio sobre una temática sobre la que todavía no se ha trabajado en exceso académicamente evidencia la capacidad para definir temas de investigación o creación personal innovadora.

Por otro lado, a la hora de elegir y revisar las referencias científicas necesarias, se ha puesto en práctica el conocimiento de las distintas técnicas de comunicación interpersonal y colectiva adquiridas en el grado, así como de las nociones sobre sociedad y cultura de masas y el rol de la institución de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías. Además, también se han tenido en cuenta conocimientos sobre teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus lenguajes, así como el conocimiento sobre el uso y tratamiento de las fuentes, aptitudes presentes y adquiridas en materias básicas y obligatorias presentes en el Grado de Comunicación Audiovisual como en Teorías de la Comunicación, Cultura Digital,

Movimientos Estéticos Contemporáneos, Estructura Social Contemporánea, Procesos y Efectos Mediáticos, Estructura del Sistema Audiovisual, Géneros Audiovisuales, Industrias Culturales, Investigación de Audiencias; así como, en algunas de las asignaturas optativas cursadas, como Estructura del Ocio y Entretenimiento, Música y Sonido para la Imagen y Tendencias del Cine Contemporáneo.

Por supuesto, todo el proceso de revisión bibliográfica, búsqueda de fuentes e investigación se ha abordado desde un punto de vista estimulado por el interés en conocer más profundamente esta corriente cultural, así como los interrogantes y conclusiones que se plantean como una reflexión crítica sobre la importancia, las causas y las consecuencias de la cultura audiovisual y su relación con la sociedad desde la perspectiva de la sociología de la comunicación.

Asimismo, se han aplicado múltiples y diversos conocimientos relacionados con la interpretación de contenidos audiovisuales y su relación con la cultura y la sociedad, presentes en todo el plan de estudios del Grado; el conocimiento de los cambios culturales que implica el crecimiento y las decisiones tomadas por las industrias relacionadas con el sector; las tendencias y cambios que no solo afectan a la cultura, sino también a la estética, así como la capacidad para percibir críticamente los distintos paisajes audiovisuales y culturales, tanto, como la de analizar del mismo modo las distintas estructuras presentes y contenidos de la programación en distintos medios.

## **ESTADO DE LA CUESTIÓN. DEFINIR Y CLARIFICAR EL OBJETO DE ESTUDIO.**

El objeto de estudio e hipótesis de la presente investigación se centra en el hecho de que la exposición a ciertos contenidos audiovisuales de índole histórica y folclórica desemboca en un auge de intereses y búsqueda de actividades en la sociedad relacionadas con los mismos.

Para poder llevar a cabo el trabajo, primero se ha tratado de enfocar el concepto de cultura participativa frente a la exposición a los contenidos mencionados en el punto anterior. Para ello, partimos del concepto de Jenkins, H. (2009) que contempla la cultura participativa como aquella caracterizada por tener pocas barreras frente la expresión artística, que apoya incondicionalmente que haya una creación constante, así como que se comparta la misma.

Otro hecho que, según Jenkins, H. (2009), la identifica es que se crea una sensación de comunidad:

“Es una cultura en la que los miembros consideran que sus creaciones trascienden y en ella se sienten socialmente conectados entre ellos (por lo menos se interesan por saber cómo valoran sus creaciones los otros miembros)” (Jenkins, H., 2009: 5-6)

Por otro lado, Fischer, G. (2011) contempla el concepto de cultura participativa como una oportunidad para democratizar la sociedad, en la que todos los miembros de la misma tienen interés y participan en ella activamente; enterrando la idea de que las tendencias son determinadas por un número ínfimo de gurús culturales. Este concepto establece las bases del objeto a estudiar, puesto que contempla que se cree una especie de comunidad alrededor de una serie de creaciones en las que esta quiere participar, ya sea a modo de espectador, así como de co-creador de las mismas. Teniendo en cuenta que esta comunidad se establece a partir del visionado de dichos contenidos audiovisuales, podría considerarse como un efecto de la

exposición a los medios de comunicación de masas, es decir, en palabras de Bryant, J. y Zillman, D. (1986), el impacto social, cultural y psicológico que provoca en las distintas comunidades la exposición a los distintos mass media.

De esta manera, los estudios sobre efectos de la comunicación de masas, se han limitado a subdividir el campo en distintos aspectos a analizar de un modo generalmente cuantitativo, como son los análisis de audiencias y de contenido, los estudios de recepción comunicativa o el proceso de producción del mensaje. Sin embargo, teniendo en cuenta la naturaleza del objeto de este trabajo, podríamos tener en cuenta las teorías que investigan el papel de los contenidos históricos y mitológicos en la cultura popular contemporánea o porqué la audiencia tiene una presunta tendencia a reaccionar a estos introduciendo nuevos intereses y costumbres en su cotidianidad, desplazando los estudios orientados al cifrado y análisis impersonal para examinar su lado más social. Partiendo de este punto, es indispensable comprender, que todos los aspectos de una sociedad que se ven influenciados, modificados y afectados por la cultura, tanto propia como foránea, se estudian a través de la sociología cultural, cuya naturaleza e intereses han sido definidas como:

“(…) la sociología contemporánea de la cultura es, de hecho, un intento de reformular, desde un conjunto específico de intereses, aquellas ideas sociales y sociológicas dentro de las cuales ha sido posible considerar la comunicación, el lenguaje y el arte (...) como procesos sociales secundarios y derivados.” (Williams, R. 1994:10)

Williams, R. (1994) también indica la función investigadora de la sociología de la cultura a la hora de plantear nuevas cuestiones a estudiar, así como, la de aportar nuevas pruebas que respalden esos planteamientos. Partiendo de este concepto que relaciona sociología y cultura, también cobra trascendencia la identidad cultural propia de cada individuo y colectivo.

“El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continuada de la influencia exterior” (Molano, O. L., 2007:73)

La identidad cultural de cada individuo evoluciona continuamente debido a la creación de nuevos monumentos, obras de arte, el descubrimiento de nuevas costumbres y territorios... Este crecimiento se ha visto estimulado, a su vez, debido a las TIC, así como el uso diario de Internet, hecho que condiciona que se lleve a cabo una globalización o mestizaje de la misma (Vallejo, V. P. P. e Ibáñez, D. B. 2016).

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que esta cultura popular no nace solamente del visionado de dichos contenidos, sino también de la participación en actividades relacionadas con su temática. Por eso, es adecuado comprender en qué consiste el concepto de narrativa transmedia. Renó, L. y Renó, D. (2013) recogen el concepto como un lenguaje contemporáneo que responde a las necesidades sociales de participación, interactividad y retroalimentación. Un concepto que volvemos a enfocar hacia el objeto de estudio del trabajo, reorientándolo hacia la relación entre la audiencia y los mundos ficticios pertenecientes a productos culturales. Abellán, M. y Zamora, M. (2016) relacionan estos dos mundos (narrativa transmedia y productos culturales):

“Al igual que ocurre con un videojuego, cuya vida [la del consumidor] ya no queda limitada a la experiencia única de la partida, sino a la generación del mundo, a la experiencia compartida de los usuarios e incluso a la vinculación de otras marcas y franquicias dentro de la experiencia narrativa del juego.” (Abellán, M. y Zamora, M., 2016: 4)

De manera que, como indican las autoras, los consumidores ya no solo participan de la exhibición de los contenidos a través de los medios tradicionales, sino que se involucran. También disponen de una serie de novedosas plataformas a través de las cuales les es posible participar más en ellos. Sánchez, C. C., y Otero, T. P. (2012) proponen el concepto de narración crossmedia, que ejemplifica este proceso:

“La narración crossmedia difiere de la multiplataforma en el hecho de que no se trata de la adaptación del mismo relato a diversos soportes, sino que cada uno de ellos aportará información para la construcción de un relato unitario. El receptor debe experimentar el conjunto para entender el significado de cada uno de ellos.” (Sánchez, C. C. y Otero, T. P., 2012: 111)

En otro caso, tratándose de una serie de televisión, los seguidores pueden conocer detalles sobre los personajes que les interesen o los entresijos del proceso de grabación a través de su página web y realizar los procesos de participación y creación de la propia cultura audiovisual y participativa alrededor de esos contenidos mediante la utilización de hashtags durante la emisión del programa. Otros elementos que surgen gracias a la narrativa transmedia y las nuevas tecnologías son la creación de fan art, fan fictions y cosplays, de los cuales se hablará más adelante. Por supuesto todos estos puntos pueden aplicarse a distintos tipos de creaciones artísticas y culturales, como pueden ser la literatura, la música y los videojuegos considerados la expresión artística digital del siglo XXI, recordando siempre que sólo el background del videojuego puede ser considerado como tal y no la experiencia del jugador (Smuts, A., 2005).

De esta manera la comunidad participativa de esta cultura se convierte en un espectador-creador que comparte con el resto de miembros de la misma, tanto lo que llega a sus manos como lo que produce él mismo. Esto es posible gracias a las oportunidades de comunicación que brindan las nuevas tecnologías e internet. Sin embargo, Fischer, G. (2011) discrepa, puesto que



considera que, aunque el aporte de las nuevas tecnologías es importante, todavía no son capaces de satisfacer todas las necesidades sociales que lleva a cabo el individuo en un proceso de implicación personal en la cultura participativa.

“Las culturas de participación no pueden estar arraigadas a la asunción de que los nuevos desarrollos de carácter tecnológico son necesarios para las mismas. Son necesarios, pero no suficientes” (Fischer, G., 2011: 45)

Fischer, G. (2011) apoya esta afirmación en el hecho de que la participación en esta cultura se realice generalmente a través de los medios tecnológicos de comunicación. Sin embargo, esta tendencia se entiende como un resultado de los cambios que se dan en el comportamiento social del individuo al convertirse en productor y modificador cultural, buscando una mayor dispersión para sus contenidos o los generados por otros, pero eso no lo convierte en el medio exclusivo por el que se transmiten.

Por lo tanto, la cultura participativa no se limita al mundo digital; si bien ya es tradicional en algunos países como Reino Unido y Estados Unidos realizar recreaciones de momentos históricos y batallas significativas, en la actualidad se han adaptado a contenidos ficticios como *Game of Thrones*, *The Lord of the Rings* y de los relatos escritos por H.P. Lovecraft. Estas recreaciones pueden limitarse a una representación clásica o funcionar como un rol en vivo, en el que los participantes adoptan la identidad de un personaje ficticio y toman decisiones en función de la personalidad del mismo, las cuales representan junto con sus compañeros.

Sin embargo, este fandom no es algo propio de este momento, ya sucedió en décadas anteriores con el auge de producciones audiovisuales relacionadas con el espacio, seres extraterrestres y naves intergalácticas y el gran éxito que tuvo entre su público más joven, que se vio intensamente atraído por la cultura trekkie iniciando este proceso de creación de una cultura participativa. El interés de las nuevas generaciones por estos programas televisivos supuso un

auge de profesionales formados en MIT (Media, Information and Technoculture), ingenieros aspirando a trabajar en la NASA y otros técnicos del sector, como señalan Jenkins, H. y Tulloc, J. (1995).

Sansweet, S. J. (2014) hace una reflexión sobre cómo ha evolucionado la percepción del fandom desde el punto de vista social, en la que recuerda cómo antes de que la cultura geek fuera algo del día a día, se trataba a los fans de obsesos, lunáticos y nerds. De hecho, menciona que el origen del propio término proviene del latín fanaticus que significa loco, obseso o poseído por los dioses, según el contexto. Sansweet, S. J. (2014) también señala que siempre ha existido algún tipo de fanatismo, si bien estaba mal considerado estar más interesado en la cultura popular que lo socialmente aceptable, no era así, si tus intereses se centraban más bien en deportistas de élite.

De esta manera, aun cuando se rechazaba el fenómeno fan en un principio por considerarlo obsesivo y absorbente, con el tiempo se asumió que todos los individuos de una sociedad tienen algún tipo de interés más o menos intenso en algún elemento de la cultura popular (Sansweet, S. J., 2014).

Por lo tanto, sería más adecuado considerarlo como una oportunidad cultural y social, como señala Jenkins, H. en una entrevista realizada para *Transformative Work and Cultures* (2008) en la que afirma que, gracias a la cultura digital, se ha ampliado el número de miembros de la comunidad que realiza procesos relacionados con la cultura participativa y que se pueden adivinar los pasos que va a seguir esta.

En la actualidad y como consecuencia, otra vez, de las nuevas tecnologías y su protagonismo en esta cultura participativa, ya no es tan sencillo determinar cuál es el fenómeno del momento como lo fue en los años 60 con *Star Trek*. Actualmente, y gracias a algunas mejoras en la oferta de contenidos al usuario, como son la televisión, radio y la prensa a la carta, cada individuo

busca los contenidos que le interesan y que más se ajustan a sus gustos, anulando el concepto de medios de masas, para pasar a ser medios ajustables a cada uno de los consumidores de los mismos.

De este modo, volvemos al objeto a investigar en este trabajo, puesto que hace unos años eran minorías los interesados en la mitología nórdica, germánica y grecorromana, la edad medieval y la literatura fantástica. Sin embargo, producciones audiovisuales de gran éxito lo han convertido en tendencia y ahora mismo no hay individuo, como indica Rodríguez, F. J. L. (2014), que no haya oído hablar de *Game of Thrones*, *The Lord of the Rings* o *Vikings*, tanto aquellos que se consideran seriéfilos como los que no; o los lectores de grandes sagas que no hayan tenido en sus manos un tomo de *Song of ice and fire*, alguna de las novelas de Tolkien (Chance, J., 2010). o que haya empezado a leer las aventuras de Gerald de Rivia que inspiraron otros tantos videojuegos de temática fantástica épica (*The Witcher*). También es habitual encontrarse en la biblioteca de aquellos interesados en estas temáticas, algunos juegos, como pueden ser *God of War*, *Skyrim* o *Dark Souls*, así como juegos de rol de mesa inspirados en los mismos mundos y/o personajes. Esto desemboca en la necesidad de analizar la existencia de dos tipos de fans subyacentes, entre los que se diferencia “fans” como el término popular y “fans de culto” (cult fans). Hills, M. (2002) los considera conceptos casi sinónimos, la principal divergencia entre las dos expresiones es que los fans de culto son aquellos que siguen admirando, produciendo y compartiendo material sobre aquellos contenidos que les interesan aun cuando ya han dejado de ser populares o cuando todavía no han llegado a serlo, hecho que puede llevar al fan de culto a ser rechazado socialmente. Para el caso a estudiar, se consideraría a los “fans” como aquellos que se limitan a la exposición de solo uno de los productos mencionados anteriormente (generalmente los de naturaleza audiovisual) y a los “fans de culto” como aquellos que buscan numeroso material y contenidos relacionados con la temática más allá de las plataformas de consumo habituales.

Centrándonos en este segundo tipo de fan, y para el desarrollo del presente estudio, partiendo del concepto de Jenkins, H. (2013), se establecerá al fan no sólo como audiencia, sino como participante activo en la construcción de significados. Asimismo, el autor también señala las actividades genéricas que llevan a cabo los fans, entre otras, él contempla la re-visión y el cotilleo.

Como comentan Aranda, D., Roig, A. y Navarro, J. (2014) basándose en los pilares establecidos por Jenkins, H. (2013) anteriormente, la revisión consiste en la exposición a un contenido en más de una ocasión. La primera vez, el espectador se introduce al universo presentado por el autor-creador; la segunda, en cambio, el individuo en cuestión tiene la posibilidad de descifrar cuáles son los procesos y prácticas que se ocultan en el meta-texto y adentrarse un poco más en cómo se va construyendo la trama poco a poco. De este modo, el individuo ha tenido la posibilidad de implicarse emocionalmente en la primera exposición y de analizar de un modo desnaturalizado el mismo contenido. Como consecuencia de las distintas observaciones que ha llevado a cabo, el fan considera que conoce el producto a fondo y es capaz de argumentar en futuros debates.

Tras establecer las relaciones de proximidad fan-producto, este adopta la práctica del cotilleo como un método de relacionarse con los otros individuos interesados en esa temática. Asimismo, esta experiencia y el hecho de poseer cierta información de la que los demás carecen, aporta al fan una sensación de estar en cierto estatus como consumidor de ese producto audiovisual frente la cultura del momento.

Internet ha ofrecido a los fans la posibilidad de establecer una serie de relaciones sociales mediante las cuales pueden llevar a cabo estas dos prácticas junto a otras tantas. Estas actividades vienen desarrolladas por las posibilidades de creación, modificación, intercambio de contenidos culturales y de ideas que estas nuevas tecnologías proporcionan. Asimismo,

como Jenkins, H. (2009) lo identifica, se trata de una comunidad en la que, según Durán, J. B. (2012), los miembros se implican de un modo personal y hasta emocional. La aparición de las redes sociales también ha sido clave en este proceso de crecimiento de la difusión cultural, así como de la sensación de unidad social por parte de los fans de un producto, indiferentemente que sea de carácter audiovisual o no.

De este modo, la existencia de redes sociales ha cumplido una función de establecedora de relaciones entre aquellos individuos que buscaban intercambiar contenidos y opiniones sobre contenidos no popularizados y no tenían con quién en su círculo de amistades (Larsen, K. y Zubernis, L. S. (2013). El hecho de que esta comunidad en línea haya ido creciendo, también ha condicionado que lo haga el vocabulario con el que sus miembros se comunican y se refieren a los distintos conceptos u actividades relacionados con sus intereses comunes. Este también varía o se amplía según la tipología de gustos; por ejemplo, el vocabulario-fan de alguien atraído por el anime y el k-pop, no será el mismo que use un seguidor de Star Wars, aunque siempre existirán términos comunes.

Para afrontar este punto, Larsen, K. y Zubernis, L. S. (2013) redactaron un glosario al final de su libro. En el presente trabajo se señalarán los términos más comunes y asequibles, así como los que se vayan a desarrollar en puntos posteriores. Los conceptos definidos a continuación hacen referencia, en general, a tendencias, comportamientos y reacciones emocionales del fan frente a un producto audiovisual o literario, así como, brevemente, a algunas de las prácticas que lleva a cabo un fan de culto.

Los conceptos son los siguientes:

- **Newbie.** Un individuo que acaba de entrar a formar parte del fandom y que todavía no acaba de comprender la cultura y normas implícitas.

- **OTP.** En inglés One True Pairing, es decir, la única pareja (sentimental) posible según el criterio del fan. Que la trama lleve a uno de los miembros de la OTP a formar pareja con otro personaje es inconcebible por el fan. Es un término que suele utilizar un fan muy implicado emocionalmente.
- **Shipping.** Unir a dos personajes en una relación amorosa. El shippeo suele acabar en discusión cuando otro fan considera que esa unión no es válida.

Aunque son miles los términos existentes en el mundo del fandom, estos son los más genéricos y utilizados. Asimismo, se han rechazado todos aquellos que no puedan tener relación con el objetivo de la investigación.

Cuando un fan toma las riendas de productor de contenidos, puede hacerlo ya en forma de literatura, fan-art, una web o un vídeo. De esta manera, como indica Roig, A. (2009), asegura su estatus como miembro de esa comunidad y hasta puede lograr hacer llegar su contenido a un público ajeno al fandom.

Es en estos contenidos en los que podemos encontrar los distintos procesos emocionales a los que se enfrentan los fans. Las expresiones artísticas más comunes son, como apunta Guerrero, M. (2014), en primer lugar, los fanfiction o fanfic, historias escritas por los fans en los que aparecen personajes conocidos de los libros, películas, series etc, que interesan al autor. En estas historias se reinterpretan los personajes o se centran en los secundarios, se rellenan los huecos que el autor ha encontrado en la trama o se crean nuevas. Aquí es donde el fan-creador plasma sus impresiones e incluso desarrolla líneas argumentales en las que su OTP o el shippeo cobra vida.

Otra de las creaciones en línea más populares, (Jenkins, H. 2008) son los fanvideos. Suelen consistir en mashups de escenas de una película o una serie de televisión con una canción popular de fondo.

Como explica Aragón, A. G. (2012), otra actividad que llevan a cabo los fans es el cosplay, que empezó como una forma de expresión única de los otaku, es decir, los aficionados al manga y anime japoneses. La práctica del cosplay (del inglés costume play) se reduce a la caracterización más realista posible de un personaje, comprendido por el disfraz hecho a mano y por una representación o performance característica del mismo. Esto se lleva a la práctica, habitualmente, en eventos sobre anime o manga, en los que suelen realizarse concursos que premian al más preciso. Con el paso de los años, se ha ampliado tanto el abanico de personajes como el de convenciones en las que se celebran estas competiciones, de manera que ahora se contempla el ámbito de los videojuegos, los libros y las películas y las series; y, por lo tanto, de los productos audiovisuales de naturaleza histórica y folclórica que motivan el desarrollo del presente escrito.

Como se ha mencionado anteriormente, existe otra práctica parecida al cosplay y también ligada al tema tratado, el recreacionismo medieval. Así como el proceso del desarrollo y creación de la vestimenta en el cosplay, se hace manualmente, esto no sólo es así en el recreacionismo medieval, sino que, para hacerlo, se llevan a cabo las técnicas de confección utilizadas en el periodo que se está intentando recrear, para así aportarle más veracidad histórica a la vestimenta. Asimismo, el personaje escogido no siempre tiene que ser real, (Kohan, A. E. 2015) simplemente tiene que mantener una coherencia con el periodo histórico escogido, puesto que, en esta ocasión también se representa y exhibe en público. Busca crear una experiencia realista y educativa que logre conectar, mediante la identificación psicológica, tanto al recreacionista como a su público con esa época pasada (Guha, S. 2009).

Como apunta Kohan, A. E. (2015), existen subgéneros de ambas prácticas:

- Cosplay medieval.
- Recreacionismo fantástico.

En estos subgéneros encontramos las distintas representaciones inspiradas en los mundos fantásticos creados por autores como Tolkien, George R.R. Martin, H.P. Lovecraft o J.K. Rowling, muchos de los cuales popularizados mediante la adaptación audiovisual.

Una consecuencia del interés generado por esta cultura son los RPG (Role-Playing Games) o juegos de rol, en los que estos mundos y personajes cobran vida. Esta práctica se popularizó con la comercialización de Dungeons and Dragons en 1974; con el tiempo se han ampliado los distintos productos que, en la actualidad, contemplan prácticamente todos los mundos ficticios literarios, televisivos o cinematográficos. Los RPG son, esencialmente, juegos de mesa en el que cada participante toma la identidad de un personaje en un mundo ficticio concreto y toma decisiones, que le afectan tanto a él mismo como a los demás jugadores, a medida que surgen distintas situaciones propuestas por un máster, nombre que recibe el jugador que describe el mundo y narra los distintos sucesos (Copier, M. 2005). El dramatismo y realismo buscado por los jugadores han acabado desarrollando la aparición de los juegos de rol en vivo o LARP (Live Action Role Playing), en los que la actividad es la misma, pero se lleva a cabo en un espacio abierto y hay un proceso de recreacionismo fantástico, tanto por parte de la vestimenta de los participantes, como por la escenografía. Una de las empresas españolas con más presencia en el sector es WRG (World Real Games) que, tal y como como ellos describen, empezaron buscando ofrecer una alternativa de ocio que contemplara actividades como el paintball o el airsoft fusionadas con temáticas como los zombies, Predator, GTA (Grand Theft Auto) y combates simulados. Todo esto es posible gracias a la ayuda económica de productores como VodafoneYu, Codan, Creaciones Japy y Vive Fiestas. Actualmente realizan eventos ambientados en distintos mundos, además de los organizados por convenciones, ferias medievales o fiestas de ayuntamientos. Algunos de los universos alternativos que plantean son “Desembarco del Rey” (Game of Thrones), “La caza del Predator” (Predator) o “Lovecraft World” (relatos de Howard Phillip Lovecraft).



Otras actividades similares a las que plantea WRG, pero que se realizan sin la necesidad de estar participando en un LARP, serían el softcombat o la celebración de ferias medievales.

Por lo tanto, podemos considerar que, debido al impacto que causa la exposición a estos mundos en el individuo (Rodríguez, F. J. L., (2014), se ha ido creando un culto a lo fantástico, medieval y/o nórdico o germánico que el individuo extrapola a otros aspectos de su vida. Respecto a la aparición de este supuesto movimiento, Copier, M. (2005) señala:

“La subcultura fantástica ha emergido como una convergencia que toma lugar entre la fantasía popular de los medios de comunicación, la vestimenta, el recreacionismo y la espiritualidad (neo-pagana). Esta subcultura fantástica se ha desarrollado en distintos climas culturales” (Copier, M. 2005:2)

Selling, K. (2004) recoge la definición de esta subcultura bajo el término “neomedievalismo fantástico” y lo comprende como la intersección que se encuentra entre el campo de lo fantástico y el de lo medieval. También puntualiza que este interés en la Edad Media siempre ha permanecido en el imaginario popular y coincide con la premisa de que, a lo largo de los últimos años, ha habido un resurgimiento destacable del interés popular hacia el medievalismo. Ketterer, D. (2004) opina que este interés por la edad medieval fantástica y no la estrictamente histórica, puede deberse a que se trata de una época reconocible por la importancia que se daba al mito y al simbolismo, que se han ido transmitiendo popularmente mediante los cuentos de hadas y las tradiciones. De este modo, las espadas, los dragones y los unicornios conviven, en este neomedievalismo fantástico, junto con las princesas y los caballeros de brillante armadura.

Los posibles motivos del interés para integrar esta cultura y mundo en la identidad cultural propia, son, según Cawelti, J. G (2014):

“La búsqueda de momentos emocionantes, así como el interés por huir del aburrimiento que está de un modo particularmente prevalente en las, relativamente seguras, rutinas y

vidas organizadas de la mayoría de americanos y europeos de la época contemporánea”  
(Cawelti, J. G., 2014:15)

Siguiendo con sus argumentos, el mundo medieval fantástico se vuelve admirable y se convierte en un modo de evasión de la realidad, que el individuo realizaría construyendo un mundo ideal que quedaría fuera de las premisas, presiones y normas que engloba la realidad que le rodea. Por supuesto, estos puntos no se limitan solo a justificar el interés por el neomedievalismo, sino que también pueden aplicarse a las otras realidades que cobran interés en los usuarios expuestos a contenidos audiovisuales de esa tipología, y que realizan los procesos y actividades mencionados a lo largo de la presente revisión bibliográfica.

Camilleri, J. A. y Falk, J. (1992) sugieren que este rechazo hacia el mundo contemporáneo - materialista, se puede deber, más bien, a un intento de la gente por intentar llenar un hueco espiritual. Para ello se centran en los modelos pasados de conexión espiritual.

Otra expresión artística que a la larga también ha acabado desarrollando tendencias de variación en la identidad cultural (Ashby, S. P. y Schofield, J. 2015) y en la que tienden a interesarse los individuos expuestos a estos contenidos audiovisuales es la unión musical entre el mundo contemporáneo y las raíces del imaginario popular. La música neomedieval no consiste solamente en la interpretación de piezas medievales con instrumentos actuales, sino que crea nuevas melodías, siempre manteniéndose fiel a algunos de los instrumentos originales, así como el idioma, en algunas ocasiones. (Young, H. 2015) y, aunque no siempre es precisa en lo que a sucesos históricos se refiere, puesto que los mezcla con contenidos mitológicos, tiene un lugar importante en el mercado de la música actual.

“Los sonidos históricos evocan una imagen del pasado perdido en la mente del oyente. (...)  
Uniendo emocionalmente a la audiencia con la Edad Media, la música neo-medieval tiene

la intención de inspirar el interés en el pasado y motivar la participación en la profunda subcultura medieval y fantástica” (Young, H., 2015:24)

Young, H. (2015), también indica que, debido al interés que se ha generado en los últimos años por los productos audiovisuales y literarios de naturaleza medieval fantástica, ha crecido la presencia de festivales musicales, eventos de recreación y mercados medievales, así como el desarrollo de un nuevo subgénero en el mundo de la música que acoge distintos elementos provenientes de estilos tan dispares como son las piezas musicales medievales, las del género Folk y aquellas más características del Metal. Algunos de los géneros principales surgidos de este movimiento musical y que mantienen esta relación con las raíces del hombre, así como por la fantasía y el folclore, se concentran, esencialmente en variantes de la música Metal (Ashby, S. P. y Schofield, J., 2015), como el Power Metal:

“Un subgénero que combina características del Metal tradicional con el Speed Metal en un contexto sinfónico. (...) Las letras de las canciones de este género normalmente se centran en la fantasía, la mitología, la camaradería y la esperanza, debates internos, guerras y la muerte.” (Kegan, Y., 2015: 241)

Algunas de las bandas de este género escriben desde temática fantástica, historias épicas nacionales, relatos de Tolkien o Fausto de Goethe, mundos que aparecen en múltiples ocasiones en los contenidos audiovisuales estudiados para la presente investigación, hasta guerras históricas como la Primera y la Segunda Guerra Mundial, entre otros (Kegan, Y. 2015). Además y en paralelo, también existe el Folk Metal,

“El Folk Metal es un subgénero (...) [que consiste en] la fusión del Heavy Metal con música folk tradicional. Esto incluye una gran variedad del uso de instrumentos folk y de estilo de cantos tradicionales. (...) Las letras de este género suelen tratar sobre mitología, historia y naturaleza” (Kegan, Y. 2015:27)

El propio Folk Metal tiene varios subgéneros aunque para el tema en el que se centra este estudio, sólo vamos a mencionar el Celtic Metal, que mantiene los instrumentos, melodía e idiomas originales, y el Pagan Metal, que suele ir de la mano del Viking Metal, ambos géneros inspirados por las tradiciones y cultos pre-cristianos, unos basados en la mitología nórdica y germánica y por los demás ritos y creencias paganas. Los intérpretes de la música que comprenden estos géneros, suelen hacerlo llevando vestimentas, pinturas de guerra, abalorios y hasta armaduras propias del momento histórico (Ashby, S. P. y Schofield, J. 2015), realizando un proceso de recreacionismo histórico o fantástico, según el caso.

Es habitual que los fans de un movimiento (musical, urbano, cultural...) busquen una estética identificativa e imiten lo que ven, forma parte de su identidad cultural y les hace partícipes de una misma comunidad, como proponía Fischer, G. (2011). Estos pueden llegar a su culmen de unión miscelánea de motivos de esta subcultura cuando se reúnen en otro tipo de eventos, como pueden ser algunos festivales o celebraciones. En España, por ejemplo, existe la posibilidad de asistir a La Hispania de los Vikingos, Spanish Olav Festival o al Torneo de Caballeros del Alarde y Mercado Medieval en Ciudad Rodrigo, así como el reconocido Middelalder Festival en Horsens (Dinamarca).

Por otro lado, los autores del artículo explican que:

“Las viejas historias se cuentan una y otra vez, se inventan, toman otra forma y se recrean. Y esas son las historias que nos unen a todos nosotros. En el contexto del europeo común, (...) el ‘ideal vikingo’ es uno con el que quizás todo el mundo puede identificarse (...) y que paradójicamente crea un tipo de espíritu unitario europeo” (Ashby, S. P. y Schofield, J., 2015:509)

Von Helden, I. (2012), corrobora la existencia de este vínculo entre el mundo nórdico y la música y señala que hay dos caminos por los que se desarrolla: El primero es la búsqueda, mediante la música, de cultivar una imagen de fuerza y barbarismo, que se lleva a cabo mediante

la cita de fragmentos de poemas y sagas épicas en las canciones compuestas. Esta vía desemboca, como resultado, en un proceso de escape de la realidad (Cawelti, J. G., 2014). El segundo método le pone mucho más énfasis al hecho de ser históricamente preciso y trata la mitología nórdica como el único punto de vista para generar las letras de los temas y como marca de su identidad propia (Von Helden, I., 2012).

De este modo, se podría considerar que, existe un vínculo entre los contenidos audiovisuales objeto de nuestro estudio, los géneros musicales mencionados anteriormente y la práctica de tradiciones y/o cultos paganos. Aunque Von Helden, I. (2012) señala que las religiones paganas, como el odinismo, nunca han constituido una parte vital de la escena del Viking o del Pagan Metal, la propia Comunidad Odinista Española (COE) explica que el interés por cierto tipo de música, productos audiovisuales, videojuegos o la cultura y mitología nórdicas puede funcionar como llamada a ese culto. Si bien, como ocurre en muchas ocasiones, esto se limita a ser una moda pasajera para algunos, otros encuentran en ello una senda espiritual. (Visigodo, J., 2016).

La práctica de estos cultos se ha recogido bajo el concepto de neopaganismo, un movimiento amplio que comprende distintas religiones.

“El neopaganismo es un conjunto de religiones contemporáneas distintas que encuentran sus raíces en tradiciones autóctonas o son inspiradas por ellas; creen en la interdependencia de todas las formas de vida, la individualidad personal y en divinidades naturales” (Meenee, H., 2010:12)

El paganismo moderno (o neopaganismo), se ha definido, en ocasiones, como una religión fundada en la adoración de la naturaleza y de las antiguas tradiciones indígenas; concretamente aquellas con raíces germánicas y escandinavas, es decir las celtas y nórdicas (Morris, B y Muñoz, A. B., 2009). Se considera que se trata de un movimiento que busca reafirmar las tradiciones antiguas y llevar a cabo una función “revitalizadora”.

Chaves, J. R. (2008) al igual que Visigodo, J. (2016), también señala la relación existente entre el consumo de ciertos productos culturales y el crecimiento progresivo del neopaganismo:

“Buena parte de la conexión literaria entre ocultismo y romanticismo se da en el ámbito de lo fantástico, un género muy propicio a tratar los asuntos misteriosos e inciertos, pues permite (...) una exploración imaginaria de la otredad.” (Chaves, J. R. 2008:106)

A esta puntualización podría añadirse que los neopaganos no buscan solo escenificar las antiguas religiones, sino que conocen su historia, folclore, mitología, arte... e incluso llegan a inspirarse en los productos de ciencia ficción para recrear su esencia lo más verosímil posible para satisfacer los intereses y necesidades espirituales contemporáneas, como indica Fernández, A. (2015).

Si bien el odinismo es el único caso de religión legal (en España) que ha crecido en membresía en los últimos años gracias, según la COE, a ese interés generado por otras actividades o la exposición a ciertos medios; existen otros cultos, creencias y tradiciones no practicados, pero popularizados por el fandom y los medios. Algunos aparecen en los relatos de H.P. Lovecraft, como la devoción a Cthulhu; o en Canción de Hielo y Fuego o Game of Thrones donde, según la zona geográfica que habiten los personajes, profesan una religión u otra o la fuerza de la saga Star Wars.

## **FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Llegados a este punto, puede confirmarse que, si bien sí existe una relación entre el planteamiento inicial del trabajo, que contemplaba la existencia de un movimiento cultural participativo desencadenado por el consumo de material audiovisual inspirado por la historia

y por el folclore popular que acaba llevándose a un punto más allá, llegando a influir en el día a día, las costumbres los hobbies, y las creencias de los espectadores.

Se trata de un campo que apenas se ha estudiado en conjunto con las distintas circunstancias que intervienen en él, como se puntualizó en la introducción de esta revisión bibliográfica.

De esta manera, como cualquier estudio desarrollado con un mínimo de interés e implicación, se ha realizado el proceso inicial de plantear la situación y la intencionalidad de despejar, de forma simultánea, algunas pequeñas incógnitas que han ido surgiendo durante ese proceso. Por lo tanto, en este apartado se señalarán cuáles podrían ser las líneas de investigación y la metodología que puedan ser objeto de interés y, por lo tanto, debieran contemplarse, desde un punto de vista científico, en el futuro.

En primer lugar, sería adecuado realizar un proceso de planteamiento de distintas hipótesis en relación a este tipo de comportamientos sociales. Por lo tanto, también debería profundizarse en la relación que se pueda llegar a desarrollar entre los siguientes campos de estudio ya planteados a lo largo de este trabajo, como son la sociología de la cultura, los efectos de la exposición a los medios de comunicación, la cultura audiovisual y la sociedad, la identidad cultural, la cultura participativa, la narrativa crossmedia, el neomedievalismo, el neopaganismo y la antropología.

Por otro lado, también sería interesante ahondar, recolectar e incluso crear nuevos escritos que contemplen aquellos parámetros que ahora quedan cortos en contenidos y que pueden llegar a relacionarse directamente con el objeto de estudio y los productos culturales. De este modo, volvemos a mencionar el neomedievalismo y el neopaganismo .

Asimismo, también sería necesario una búsqueda bibliográfica de más autores que publicaran sobre conceptos como la cultura participativa, puesto que la mayoría de los escritos existentes sobre el tema hasta el momento provienen de Jenkins, H. (2009); lo

mismo sucede con el recreacionismo fantástico o cosplay medieval, sobre los cuales solo ha publicado Kohan, A. E. (2015) y son contenidos de gran interés para el desarrollo de una investigación motivada por esta temática.

Otro aspecto a considerar son los conceptos que necesitarían un trabajo de estudio más intenso, como la narración crossmedia, que se ha introducido en este escrito a partir de los planteamientos propuestos por Sanchez, C. C., Otero, T. P. (2012). En lo referente al fandom, está presente la diferencia entre fans y fans de culto planteada por Hills, M. (2002), así como los puntos defendidos por Aranda, D., Roig, A. y Navarro, J. (2014) y Jenkins, H. (2013) que contemplaban el proceso seguido por el individuo-espectador/lector para conocer e introducirse en un mundo ficticio; y, finalmente, un punto significativamente importante en el tema escogido, las motivaciones que llevan a un individuo a participar en esta subcultura (Ketterer, D. 2004; Cawelti, J. G., 2014; Young, H., 2015).

En futuras líneas de investigación, podría ampliarse el objeto de estudio para que dejara de estar supeditado simplemente a los contenidos audiovisuales y se contemplaran ampliamente otros productos relacionados con el mismo, como la cultura y el ocio, la literatura, la música, los videojuegos y otras expresiones artísticas. Igualmente, habría que considerar otras actividades realizadas por los partícipes de esta cultura, en las que no se haya profundizado, así como las que no han sido mencionadas. Por último, también habría que identificar cuáles serían los puntos en común localizables en los distintos fandoms nacidos a raíz de contenidos completamente opuestos, así como las actividades que comparten sus fans.

Asimismo, también cobra necesidad el hecho de determinar cuál es el negocio económico que crece y se mueve alrededor de este movimiento cultural suburbano.

Para completar la teoría propuesta, así como para demostrar las posibles hipótesis planteadas, sería adecuado llevar a cabo un trabajo de campo que analizara los niveles de



consumo de los contenidos audiovisuales, videojuegos, libros y música mencionados anteriormente y establecer una relación con los intereses y actividades llevados al terreno social. Paralelamente, sería conveniente establecer unos parámetros que conecten los puntos en común entre el consumo de cuántos de estos productos contempla cada individuo y los niveles de influencia de este fandom en su día a día.

## CONCLUSIONES

La presente investigación sobre los efectos que produce en un segmento de la población la exposición a productos audiovisuales ambientados e inspirados en temáticas de carácter folclórico e histórico, ha aportado una serie de conclusiones útiles para dilucidar cuáles pueden ser las futuras tendencias de este movimiento, así como sus características actuales.

En primer lugar, se puede confirmar, a partir de esta revisión bibliográfica, que la relación propuesta como objeto de estudio es existente. Al tratarse de un tema que recoge distintos campos de estudio apenas investigados en conjunto, este trabajo hace las veces de introductor al mismo, así como plantea la necesidad de profundizar, realizar un análisis científico y metodológico que aporte datos y, por último, establece las bases de las futuras líneas de trabajo.

De este modo, hasta el momento, y a partir de la realización de este escrito, se ha podido encontrar los lazos existentes entre los productos audiovisuales, musicales, literarios y videojuegos junto con un movimiento social y cultural. Esto ha sido posible tras el estudio de distintos campos que prueban que el *fandom* puede llevar a este tipo de tendencias. Por lo tanto, la exposición a múltiples contenidos de naturaleza histórica y folclórica sí ha desarrollado una comunidad que se comunica y participa de ello creando contenidos y compartiéndolos, así como nuevos modelos de negocio que se lucran de ello, e incluso ha producido un auge en la práctica de cultos paganos en sociedades modernas como búsqueda

de la unión del hombre con sus raíces y la naturaleza, rechazando el mundo y la sociedad modernos estrictamente tecnologizado, lleno de normas y protocolos sociales.

También es importante tener en cuenta que, es un campo de estudio muy joven, amplio y complejo, que está en continuo cambio y crecimiento, por lo que, que evoluciona continuamente y se desarrolla incesantemente en múltiples campos.

Por último, desde aquí se insta y motiva a los investigadores a que desarrollen y ayuden a crecer los estudios relacionados con la influencia que tiene el fandom en el día a día y la vida de sus consumidores, así como los estímulos de carácter sociológico que les puedan llevar a ello.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Cortázar, A. R. (1975). Los fenómenos folklóricos y su contexto humano y cultural. Teorías de Folklore en América Latina. Editorial Caracas.
- Cusack, C. y Norman, A. (2012). Handbook of new religions and cultural production. Leiden: BRILL.
- Jenkins, H. (2009). Confronting the challenges of participatory culture. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Bryant, J. y Zillmann, D. (1996). Los efectos de los medios de comunicación: Investigaciones y teorías. Barcelona: PAIDÓS.
- Williams, R. (1994). Sociología de la cultura. Barcelona: PAIDÓS.
- Cook, (2004). The Use and Abuse of Historical Reenactment: Thoughts on Recent Trends in Public History, Criticism, vol. 46, no. 3, pg. 487-496.

- Tulloch, J. y Jenkins, H. (1995). *Science fiction audiences*. London: Routledge.
- Fischer, G. (2011). *Understanding, Fostering, and Supporting Cultures of Participation*. *Interactions*, XVIII.3, pp.42 - 45.
- Renó, L. and Renó, D. (2013). *Narrativa transmedia y mapas interactivos: Periodismo contemporáneo*. *Razón y palabra*, 83.
- Abellán Hernández, M. y de Miguel Zamora, M. (2016): *Narrativa transmedia: resignificando el consumo mediático*. *Presentación*, volumen (14), pp. 1 – 7.
- Smuts, A. (2005). *Are Video Games Art? Contemporary Aesthetics*, Volume 3.
- Barton, K. Michael, Lampley, J. Malcolm, & Sansweet, S. J. (2014). *Fan CULTure : essays on participatory fandom in the 21st century*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, Inc., Publishers, pp. 1 – 4.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2013). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Aranda, D., Roig, A., & Navarro Sánchez, J. (2014). *Fanáticos. La cultura fan*. UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- Durán, J. B. (2012). *El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica*. *Revista de estudios de juventud*, (96), 26-27.
- Larsen, K., & Zubernis, L. S. (2013). *Fangasm: Supernatural Fangirls*. University of Iowa Press. *Glossary*, 241-245.
- Roig, A. (2009). *Cine en Conexión: Producción industrial y social en la era ‘cross-media’.*, Barcelona: UOC Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. New York: New York University Press.

- Aragón, A. G. (2012). Otakus y Cosplayers. El reconocimiento social del universo manga en España. *Puertas a la lectura*, (24), 58-70.
- 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*, (21), 239-267.
- Rodríguez, F. J. L. (2014). "Juego de tronos": en la nueva era dorada del drama televisivo, o ganas o mueres. *Frame: revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, (10), 144-149.
- Kohan, A. E. (2015). Entre cosplayers y recreacionistas medievales: dos perspectivas sobre la realización de la fantasía. *Gente de Mente*, Buenos Aires.
- Guha, S. (2009). Motivational push factors for visiting reenactment sites.
- Copier, M. (2005). Connecting worlds. Fantasy role-playing games, ritual acts and the magic circle.
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84.
- Vallejo, V. P. P., Ibáñez, D. B. (2016). La influencia de las TIC en la construcción del mestizaje cultural: el otakismo como un fenómeno emergente de la sociedad en red. *Revista ComHumanitas*, 6(1), 13-21.
- Selling, K. (2004). "Fantastic neomedievalism": The image of the middle ages in popular fantasy. *Flashes of the fantastic*, 211-218.
- Cawelti, J. G. (2014). *Adventure, mystery, and romance: Formula stories as art and popular culture*. University of Chicago Press.
- Camilleri, J. A., y Falk, J. (1992). *The end of sovereignty: The politics of a shrinking and fragmenting world*.

- Young, H. (2015). *The Middle Ages in Popular Culture: Medievalism and Genre*. Amherst, NY: Cambria Press.
- Chance, J. (2010). *Lord of the Rings: The Mythology of Power*. University Press of Kentucky.
- Ashby, S. P., Schofield, J. (2015). 'Hold the Heathen Hammer High': representation, re-enactment and the construction of 'Pagan' heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 21(5), 493-511.
- Kegan, Y. (2015). *Subgenres of the Beast: A Heavy Metal Guide*, LULU Press.
- Chaves, J. R. (2008). El ocultismo y su expresión romántica. *Acta Poetica*, 29(2), 101-115.
- Visigodo, J. (2016). *Odinistas, no vikingos. Renacimiento Gótico*.
- Sanchez, C. C., Otero, T. P. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de *Águila Roja (RTVE)*. *Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(2), 102-125.
- Von Helden, I. (2012). *Barbarians and Literature: Viking Metal and its Links to Old Norse Mythology*. Scott, N.W. (Ed.), *Reflections in the Metal Void*. (pp. 257-264). Inter-Disciplinary Press.
- Meenee, H. (2010). *Neopaganismo: el renacimiento de la antigua religión*, Castellón: Ellago Ediciones.
- Morris, B. y A. B. Muñoz (2009). *Religión y antropología*, Ediciones Akal.
- Fernández, A. (2015). *Mujeres, sexualidad, y rituales de magia erótica y magia amorosa. Comparativa entre el Neopaganismo y la Grecia Antigua*.
- Ketterer, D. (2004). *Flashes of the Fantastic: Selected Essays from the War of the Worlds Centennial, Nineteenth International Conference on the Fantastic in the Arts*, Praeger.

