

Hasta que el hashtag os separe: Un análisis de las implicaciones de la creación de shippeos de candidates políticas en el estado español

Cómo citar/How to cite: Serna Arranz, Paula (2025). Hasta que el hashtag os separe: Un análisis de las implicaciones de la creación de shippeos de candidates políticas en el estado español. *MariCorners: Revista de Estudios Interdisciplinarios LGTBIA+ y Queer* 2(2), 342. DOI: <https://doi.org/10.24197/mcreilq.2.2025.342>

Artículo de acceso abierto distribuido bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional \(CC-BY 4.0\)](#). / Open access article under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](#).

Paula Serna Arranz, Universidad Complutense de Madrid
pserna@ucm.es
ORCID: 0009-0007-4827-7629
Fecha de recepción: 27 de diciembre de 2024
Fecha de aceptación: 18 de enero de 2025
Infografía de acceso abierto distribuido bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC-BY 4.0). / Open access article under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0).

HASTA QUE EL HASHTAG OS SEPRE

Un análisis de las implicaciones de la creación de shippeos de candidates políticas en el estado español

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la política institucional se ha visto inmersa en lo que Gianpietro Mazzoleni y Anna Stardini (2009) denominan **política pop**, entendida como una forma de comunicación política basada en la espectacularización, personificación y exposición de la intimidad de los candidates. Esta percepción de los políticos como **celebrities** ha sido la condición de posibilidad para que surja un **fenómeno fan** alrededor de ellos, cuya audiencia es mayoritariamente LGTBIA+ (Duggan, 2023).

Una práctica habitual del fandom es el **shippeo**, término derivado de *relationship*, palabra inglesa para referirse a relación. El shippeo se centra en la narrativa romántica entre dos personajes, ficticios o reales, formando una pareja sobre la que la audiencia proyecta un anhelo de unión (Almeida y Cavalcanti, 2020). En este sentido, que la identidad de estas comunidades sea mayoritariamente LGTBIA+ nos permite hablar de los shippeos como una búsqueda de crear imaginario queer sobre una política cishegemonizadora.

OBJETIVOS

Conocer las motivaciones de la población LGTBIA+ al aproximarse a la política institucional a través del shippeo.

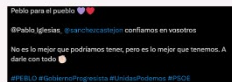
Analizar la recepción de estos shippeos por parte de los partidos.

ÉTICA DE INVESTIGACIÓN

En base a las entrevistas realizadas por Dym y Fiesler (2018, 2020) a comunidades fandom:

- La perspectiva de *aca fan* permite cumplir con lo que las comunidades de fans solicitan: que las personas que investiguen tengan una relación con la comunidad.
- Establecimiento de un motor de investigación basado en la búsqueda de poner una mirada crítica sobre la instrumentalización del fandom desde la política institucional.
- Las personas entrevistadas han podido firmar el consentimiento con su nombre de usuario de Twitter para mantener su anonimato.

TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA

Revisión bibliográfica del fenómeno fan de candidates políticas. Base esencial la revista <i>Transformative Works and Culture</i>	Productividad y consumo Mazzoleni y Stardini, 2009	Comunidad Van Zoelen, 2013 Hinck y Davison, 2020	Afecto y emoción Holton y Wohl, 1956	Carácter contestatario Duggan, 2023 Jenkins, 2010
Análisis de <i>fanarts</i> de #Peblo extraídos de Twitter (actual X). De 96 tweets visualizados, 16 contaban con <i>fanarts</i> adjuntos	 Peblo para el pueblo 🏳️💜 @PebloGénitas, @sarcocastellan confiamos en vosotros No es lo mejor que podríamos tener, pero es lo mejor que tenemos. A ella con todo 🏳️💜 #PebloGénitas #PebloGénitas #PebloGénitas #PebloGénitas			
Tres entrevistas 1. Prof. Ona Anglada, experta en shippeos 2. Alejo Sanz, jefe de comunicación en la campaña de Alberto García 2015 3. Persona tras las redes de Mr Handsome @pdnsnche	 "La gente se acaba involucrando en temas políticos gracias a participar en un <i>fanfic</i> y acaba adquiriendo cierta conciencia política. Es que claro (...) que tiene ese impacto mas allá de: "pues me gusta mucho y me lo paso bien" o hay distintos grados, ¿no? Se empieza mirando que guapo el presidente de España, pero se acaba sabiendo que hay en la agenda de Pedro Sánchez y claro, esto puede tener mucha relevancia cuando se capitaliza desde las propias campañas o partidos políticos." Ona Anglada.			

RESULTADOS

Los fandoms manifiestan, a través de la creación de narrativas no normativas, la disconformidad con la realidad social y pueden ser importantes espacios de resistencia frente a las normas de género y sexualidad dominantes.

Por otro lado, los partidos recibieron el fenómeno fan en un principio desde una posición de incompreensión, siendo percibidos solo como una medida desesperada de cambiar su comunicación política. Sin embargo, el caso de Mr. Handsome denota que estamos ante un cambio de esa visión.

En este sentido, el acercamiento de un fenómeno queer a la comunicación política puede entenderse como esta reproduciendo el proceso de asimilación LGTBIA+ que ya está teniendo lugar en otros ámbitos del capital, es decir, una comunicación política rosa.

CONCLUSIONES

Tras la investigación realizada queda patente la carencia de producción académica en este ámbito, que es aún más reseñable por la profunda falta de estudios en español.

Además, la lectura de estos fenómenos desde la mirada heterosexual invisibiliza la fuerte presencia de personas LGTBIA+ en estos espacios, llevando a poner sobre la mesa la necesidad constante de entender que nuestras investigaciones son un conocimiento situado social e históricamente que afecta de forma directa a la producción académica.

BIBLIOGRAFÍA

Almeida Rodrigues Lima, Clelia y Cavalcanti, Que K. (2020). La sexualidad en los fan arts: género, cultura y política. En: *Revista de Estudios Interdisciplinarios LGTBIA+ y Queer*, 1(2), 215-238. En: <https://doi.org/10.24197/mcreilq.1.2020.215>

Duggan, Jennifer (2023). *Queer Nation and Mr. Handsome: Transgressive Works and Culture*. In: *Transformative Works and Culture*, 20. <https://doi.org/10.1080/10439862.2023.2240000>

Hinck, Ashley and Davison, Andrew (2020). *Fandom and Politics: Transformative Works and Culture*, 20. <https://doi.org/10.1080/10439862.2020.1847510>

Holton, Stanley y Wohl, Richard (1956). *Mass Communication and Political Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*. *Publicity*, 14(2), 215-238. En: <https://doi.org/10.24197/mcreilq.1.2020.215>

Mazzoleni, Gianpietro y Stardini, Anna (2009). *Politics Pop: From "Peblo a Peto"*. In: *Revista de Estudios Interdisciplinarios LGTBIA+ y Queer*, 1(2), 215-238. En: <https://doi.org/10.24197/mcreilq.1.2020.215>

Van Zoelen, Lúcia (2013). *Imagining the Fan: Democratic Symbolism and the Production of Community*. 1911. 2013. <https://doi.org/10.1111/1468-2389.12000>