

¿HACIA UNA POPIFICACIÓN CULTURAL?

Apuntes sobre los alcances y límites de los estudios sobre fans para la comprensión de consumos mediáticos contemporáneos

FEDERICO ÁLVAREZ GANDOLFI¹
UBA – CONICET

RESUMEN | Esta propuesta busca articular los estudios sobre cultura pop y sobre fans para identificar posibilidades y vacancias de sus conceptualizaciones, sistematizando líneas interpretativas de los consumos en las sociedades contemporáneas. Se revisarán estados de la cuestión con técnicas cualitativas de búsqueda bibliográfica, problematizando los términos de hibridación y performance para comprender la popificación y la fanificación de la cultura.

PALABRAS CLAVE | Popificación; Fanificación; Hibridación; Performance.

PROPUESTA

En esta presentación se propone avanzar en un diálogo todavía incipiente dentro de la academia latinoamericana entre dos campos desde los que se abordan objetos y prácticas que les son comunes: los estudios sobre cultura pop y los fan studies o estudios sobre fans. A partir de un enfoque transdisciplinario, se revisarán los diversos marcos teórico-metodológicos y los conceptos centrales que aplican las investigaciones inscriptas en ambos campos para interpretar las formas actuales que adoptan los consumos mediáticos y culturales. Dicho estado de la cuestión constituye el corpus construido mediante técnicas cualitativas de búsqueda bibliográfica, sobre el cual se indagarán tanto las palabras clave como las principales conclusiones de análisis que toman a la cultura pop y al fanatismo como fenómenos fundamentales en pos de comprender dinámicas de las sociedades contemporáneas (SOARES, 2014; PREGO-NIETO, 2020; MUROLO; DEL POZZO, 2021; AMARAL ET AL., 2022; GÓMEZ PONCE, 2024).

El valor de apostar por empezar a delinear la articulación aquí propuesta reside en que la aprehensión de las dinámicas y de los sentidos de las representaciones y de las

¹ Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA) – Investigador Asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); federicoalvarezg@gmail.com

práticas que atañen a lo popular y al fanatismo en toda su complejidad requiere de atender distintas dimensiones al mismo tiempo, tanto teóricamente como metodológicamente: no perderse en una focalización que haga poner entre paréntesis otras facetas y terminar olvidándolas, interrogar sus múltiples aristas.

Respecto de la estructura de la exposición, en primer lugar se desarrollará una síntesis de las investigaciones nucleadas en torno de los problemas de lo popular, los medios y los fans. Luego, se identificarán las posibilidades y las limitaciones heurísticas de los planteos generalizados que, en cada uno de los dos campos en relación, se ponen en juego para reflexionar sobre la expansión global de contenidos mediáticos y digitales popificados, así como sobre las relaciones entre las industrias culturales y los públicos fanificados. Por último, se revisará cómo se piensa a las audiencias de tales contenidos y sus comportamientos, según se las interpele como “masas homogeneizadas” espectadoras de medios tradicionales o “usuarios individualizados” de redes sociales.

En términos teórico-conceptuales, se problematizarán ideas que postulan un supuesto gusto extendido por los objetos de la cultura pop, en el marco de una “hibridación posmoderna” (GARCÍA CANCLINI, 2001), y que caracterizan a los fandoms en general como “comunidades horizontales” de consumidores estigmatizados y especializados (LEWIS, 1992; ABERCROMBIE; LONGHURST, 1998), configuradas por lazos solidarios entre pares con intereses compartidos y sin jerarquías. Aquí se planteará que en los sentidos y en las prácticas implicadas en el fanatismo siguen vigentes tensiones y estratificaciones que no solo responden a aspectos identitarios de edad, género, raza y clase (STANFILL, 2020), sino que también responden justamente a las diferentes posturas que se adoptan frente a la creciente popularización de los consumos vinculados con la cultura pop, más allá de su aparente celebración.

En efecto, se insistirá en la necesidad de matizar cierta mirada optimista sobre los fandoms configurados alrededor de diversos objetos de la cultura pop, desde la cual se sugiere que existiría una aparente continuidad entre consumos, adscripciones identitarias y apreciaciones valorativas por la cual los fandoms conformarían colectivos homogéneos, descentralizados, solidarios y productivos (JENKINS, 2011; BOOTH; WILLIAMS, 2021). Así se postulará la importancia de pensar al fanatismo por productos transnacionales, transgeneracionales y transclasistas como un caso que para analizar de



modo crítico el cruce entre consumos de contenidos de la cultura de masas, usos de plataformas digitales, procesos de construcción de identidades, marcación de diferenciaciones y reproducción de desigualdades. La amplia mirada analítica que se propone pretende abarcar las múltiples, complejas y conflictivas implicaciones de las representaciones, prácticas, sentidos y relaciones asociadas con estos fenómenos.

A partir de tal enfoque, se reflexionará sobre los alcances y los límites que implica la teorización alrededor de la cultura pop y de los fandoms en términos de fenómenos híbridos propios de la posmodernidad (DUFFET, 2013). En la medida en que se caracterice al contexto contemporáneo como uno de explosión de múltiples referentes identitarios posibles, potenciado por la digitalización, la globalización económica y la mundialización cultural (ORTIZ, 2004), se corre el riesgo de presuponer que no ya habría legitimidades ni jerarquías, por lo que supuestamente carecería de sentido distinguir entre “lo dominante” y “lo popular”.

Sin embargo, puede observarse que los entre los fandoms estructurados alrededor de objetos de la cultura pop existen criterios, normas, mecanismos y formas de distinción que siguen funcionando tanto en instancias presenciales como virtuales, lo que no debería resultar extraño pues, en un nivel más amplio, las fronteras materiales y simbólicas continúan organizando la vida social en general (ALABARCES, 2021). Al abordar la cultura mediática es preciso moverse dentro de las negociaciones y contradicciones que la atraviesan (KELLNER, 2011) como lugar de producción de sentidos tanto dominantes como alternativos, tanto afirmativos como transformativos.

Desde estos lineamientos, se diseccionarán los sentidos otorgados a lo popular (HALL, 1984), la cultura de masas, lo digital y la cultura pop (RINCÓN, 2021), nociones usualmente tomadas como sinónimos o equiparadas con las “culturas nerd, geek y friki” (SOIFER, 2012). Asimismo, se matizarán desarrollos argumentativos según los cuales la expansión de la cultura pop y del fanatismo, consideradas a priori, sería potenciada por procesos de globalización e hibridación que habilitan el acceso a productos mediáticos transnacionales y las mezclas entre simbolismos diversos.

Esa es la idea detrás de las lógicas aparentemente imperantes del “cosmopolitismo pop” (JENKINS ET AL., 2016) que sería característico de la época actual, considerado como posibilidad de construir identidades alternativas y resistentes a las tendencias



homogeneizadoras de lo local. En contraposición, las identidades fan deben ser leídas como performances situadas e históricas, tanto individuales como colectivas, no exentas de relaciones de poder (BORDA, 2015; FERRARI NUNES, 2015; HILLS, 2017).

Por último, cabe destacar que las problematizaciones teóricas a desplegar en esta presentación toman como base una empiria relevada a partir de observaciones y entrevistas realizadas durante una década en el marco del desarrollo de un doble trabajo de campo presencial y virtual, tanto en eventos presenciales de fans como en redes sociales afines, cuyos detalles pueden consultarse en publicaciones anteriores (ÁLVAREZ GANDOLFI, 2021; 2023).

REFERENCIAS

ABERCROMBIE, Nicholas y LONGHURST, Brian. **Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination**. Londres: Sage Publications Ltd, 1998.

ALABARCES, Pablo. **Pospopulares. Las culturas populares después de la hibridación**. Bielefeld: BUP-CALAS, 2021.

ÁLVAREZ GANDOLFI, Federico. **Otakus. Por qué nos fascina tanto la cultura de masas japonesa**. Buenos Aires: Prometeo, 2023.

ÁLVAREZ GANDOLFI, Federico y BORDA, Libertad (Comp.). **Fanatismos. Prácticas de consumo de la cultura de masas**. Buenos Aires: Prometeo, 2021.

AMARAL, Adriana, MOMBACH, Bruna y MULLER, Stephanie. Estudos de fãs no Brasil: levantamento de artigos publicados em periódicos na área de Comunicação. In. **Revista Temática**, Vol. 18, Nº 12, pp. 192-207, 2022.

BOOTH, Paul y WILLIAMS, Rebecca (Eds.). **A Fan Studies Primer: Method, Research, Ethics**. University of Iowa Press, 2021.

BORDA, Libertad. Fanatismo y redes de reciprocidade. In. **La trama de la comunicación**, Vol. 19, pp. 67-87, 2015.

DUFFET, Mark. **Understanding Fandom. An Introduction to the Study of Media Fan Culture**. Nueva York: Bloomsbury, 2013.

FERRARI NUNES, Mônica Rebecca (Org.). **Cena cosplay. Comunicação, consumo, memória nas culturas juvenis**. Puerto Alegre: Sulina, 2015.



GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.** México: Grijalbo, 2001.

GÓMEZ PONCE, Ariel, Everything you always wanted to know about Bakhtin (but were afraid to ask Groys): Pop culture and the persistence of hieratic senses. In. **Arts & Communication**, Vol. 2, 2024.

HALL, Stuart. Notas sobre la deconstrucción de lo popular. In. SAMUEL, Raphael (Ed.). **Historia popular y teoría socialista.** Barcelona: Crítica, 1984.

HILLS, Matt. From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. In. **Palabra Clave**, Vol. 20, N° 4, pp. 856-883, 2017.

JENKINS, Henry, BOYD, Danah e ITO, Mizuko. **Participatory Culture in a Networked Era.** Cambridge: Polity Press, 2016.

JENKINS, Henry. Why Fiske Still Matters. In. FISKE, John. **Understanding Popular Culture.** Londres: Routledge, 2011.

KELLNER, Douglas. **Cultura mediática.** Madrid: Akal, 2011.

LEWIS, Lisa (Ed.). **The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media.** Londres: Routledge, 1992.

MUROLO, Leonardo y DEL PIZZO, Ignacio. **Cultura Pop. Resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el Siglo XXI.** Buenos Aires: Prometeo, 2021.

ORTIZ, Renato. **Mundialización y cultura.** Bogotá: CAB, 2004.

PREGO-NIETO, Marta. Tendencias epistemológicas de los fan studies en la investigación en comunicación: una propuesta de clasificación. In. **Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura**, N° 63, pp. 1-14, 2020.

RINCÓN, Omar (Ed.). **Culturas bastardas. Entre lo popular y lo coolture.** Buenos Aires: Prometeo, 2021.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. In. **Logos: Comunicação e Univerisdade**, Vol. 2, N° 24, 2014.

SOIFER, Alejandro. **Que la fuerza te acompañe. La invasión de las culturas nerd, geek y friki.** Buenos Aires: Marea, 2012.

STANFILL, Mel. Introduction. The Reactionary in the Fan and the Fan in the Reactionary. In. **Television & New Media**, Vol. 21, N° 2, pp. 123-134, 2020.