

***Fanatismos: prácticas de consumo de la cultura de masas***, compilado por Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi (2021)

Buenos Aires. Prometeo Libros, 322 páginas.

Reseña por Julio Alonso

Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Este libro es una compilación de suma importancia para entender las conversaciones, discusiones y acuerdos sobre la actualidad del campo de estudios sobre fanatismos en latinoamérica. La organización de los diversos autores logra plantear un panorama claro sobre temas diversos que confluyen y divergen en los fenómenos analógicos y digitales para entender cómo el fanatismo se ha convertido en un verdadero *fondo de recursos* diversos que contribuye en forma creciente a la creación de identidades individuales y colectivas.

**Entran tres fans a un bar...**

La situación que nos imaginamos a partir del típico chiste en el título será nuestra guía para organizar la lectura de este libro, que en principio no acepta linealidades y nos invita a zambullirnos en una ocupada taberna llena de conversaciones, discusiones y acuerdos sobre la actualidad del campo de estudios sobre fanatismos en latinoamérica. Como toda compilación, la primera dificultad es organizar esa coralidad de voces para generar un panorama sobre temas diversos que confluyen y divergen. Si tomáramos nuestro celular para sacar una foto panorámica de la situación en el bar, nos encontraríamos con una multiplicidad de mesas con los/as autores/as sentados/as en acalorados intercambios sobre qué entendemos hoy por la palabra fanatismos.

Quien nos recibe en el ingreso es Libertad Borda y nos recuerda que desde el comienzo de sus investigaciones, promediando la década del 1990 y al momento de la edición de este libro, hubo un cambio significativo en la representación en los discursos periodísticos sobre la palabra *fan*, de carga negativa entonces, y ahora más ligado al consumidor de un producto o mero *hobby*. Nos indica que el punto de partida que enmarca todos los capítulos es la confirmación de su hipótesis planteada en su tesis de doctorado en 2012, donde señala que el fanatismo se ha convertido en un verdadero *fondo de recursos* diversos (compuesto de actitudes, expectativas, prácticas y modos de relación entre pares e instituciones) que contribuye en forma creciente a la creación de identidades individuales y colectivas.

Si bien nos encantaría perdernos en este libro, respetamos la guía organizadora de los compiladores Borda y Álvarez Gandolfi y avanzamos sobre la barra para tomar posición y observar toda la escena. Allí se encuentran sentadas Malvina Silba y Carolina Spataro conversando sobre sus capítulos dedicados a la escena musical. Ambas ponen en común la necesidad de discutir el género y la gestión de la feminidad tanto en bandas de cumbia villera

como La Repandilla o en las fans del solista Ricardo Arjona. En el caso de Silba, analiza el fanatismo en términos de las transgresiones femeninas puestas en escena a partir del cuerpo y el placer en jóvenes para dar cuenta del lugar central que ocupa la música en su vida cotidiana. El trabajo de Spataro busca analizar al fanatismo en el club de Ricardo Arjona donde destaca también la edad y el lugar del placer (en este caso son principalmente mujeres de 30 a 70 años) y además se suma que el trabajo de campo se dió en las reuniones mensuales presenciales. Ambos capítulos nos permiten identificar formas más tradicionales y analógicas (cara a cara) de las reuniones, y nos habilitan a identificar tanto continuidades como rupturas con las novedades y posibilidades que las prácticas digitales presentan hoy. Pero en la barra está sentada a unos metros Marisol Silvera Basallo, quién en su capítulo interviene en los temas de género con su abordaje sobre las espectadoras de telenovelas y como lo cotidiano en su consumo organiza las estructuras de la educación sentimental.

Nos movemos entre las mesas y nos recibe el otro compilador de este libro, Federico Álvarez Gandolfi, que mira un partido de fútbol en el televisor junto a Nemesia Hijós. Sobre la mesa hay varios papeles, anotaciones y *Fútbol y Patria* de Pablo Alabarces (2002). Aprovechando el entretiem po, los autores nos comentan que su capítulo se dedica a trabajar el cruce, poco explorado, entre el campo de los fanatismos y la antropología del deporte. Su objeto de estudio son los seguidores del Club Atlético Boca Juniors, y luego se expanden hacia la gestión del resto de los equipos de fútbol dentro de un contexto de hiper mercantilización.

Levantamos la mirada y una mesa de la esquina nos llama la atención, son dos personas sentadas que visten atuendos llamativos y arriba de ellos cuelga una bandera que dice en letras mayúsculas “ESCOTE MATA ARMADURA”. Nos acercamos y quiénes conversan animadamente son Gerardo Del Vigo y Noelia Carpezano sobre su capítulo en relación al mundo del *Cosplay*. En este apartado veremos un recorrido sobre esta práctica como desvío y carnavalización. Y si bien es una de las prácticas más valoradas dentro de los espacios fans, ambos señalan que el *Cosplay* pertenece a una subcultura con sus reglas y prácticas específicas en donde el margen y lo opuesto a lo “original” (anclado en la propuesta DIY: *Do It Yourself*) nos permite conocer el funcionamiento de los concursos que comienzan en espacios físicos, pero continúan en las pantallas con una reinven ción cotidiana de la trama fan.

Estamos a punto de irnos de la mesa cuando se sienta nuevamente con nosotros Federico Álvarez Gandolfi para comentarnos sobre su capítulo dedicado al “Otakismo”. En su apartado el autor discute, relativiza y amplía la idealización de las prácticas fans, que aparecen en lo escrito por Del Vigo y Carpezano, al traer las dimensiones de edad y clase para dar cuenta de la producción de jerarquías que estructuran el orden social, que generan nuevas palabras como “Otacos poser”, “Wachiotakus” y “Weebs”. El apartado incluye un diagrama de las dinámicas identitarias que atraviesan al otakismo y un cierre que anticipa próximas re lecturas de este estudio bajo las hibridaciones de Nestor García Canclini.

En la mesa siguiente nos reciben Camila Longo y Adriana Verduga para conversar brevemente sobre la plataforma Tumblr y las imágenes de movimiento continuo (GIF) como punto de partida para analizar a los ciberfans y sus prácticas asociadas como la *fanfiction*, el *fanart* o el *vidding*.

Entre estas prácticas hacen un detallado análisis del uso de los GIF dentro de la plataforma que puede extrapolarse a otras plataformas.

En la última mesa nos espera Libertad Borda junto a Carla Trovarelli. El capítulo de Trovarelli busca explorar el vínculo entre género y monetización, en el caso específico de las producciones *fanfiction* en donde se evidencia una conversión del trabajo en dinero. Lo que en principio está mal visto dentro del universo del *fandom*, la autora logra encontrar diversas miradas que complejizan el caso más conocido de “Cincuentas Sombras de Grey” pero también encontrando validaciones desde la industria con George Lucas, quizá quién más aprecia (y nutre) de los fandoms. De este capítulo se establece una conversación con el siguiente escrito por Borda y Trovarelli en relación a las plataformas en donde se comparten las narrativas de los fans pero en detalle en la que se ha convertido en cita obligada para los escritores *amateurs*: Wattpad. El apartado incluye un necesario recorrido por la historia de la *fanfiction* y como la plataforma Wattpad contiene las características necesarias para las escritoras.

Antes de levantarnos, identificamos una publicación sobre la mesa: “Miles de corazones latiendo por una pasión’: los fans de *Crepúsculo* en las plataformas digitales.”, por Mariana Malagón. Este libro también incluye un resumen adecuado del capítulo 3 de la tesis de Maestría en Comunicación y Cultura de la autora. Si bien *Crepúsculo* es un objeto de estudio lejano, no deja de ser central en esta mesa en relación a los *fanatismos* por la gran producción hecha por sus seguidores más allá de lo propuesto por la industria. Además, este escrito es marca y recuerdo de esta autora para quiénes participamos de los estudios sobre fanatismos.

No logramos irnos del todo porque se sienta en esta mesa Ariana Atala y nos muestra su celular con la última subida de “Tiranos Temblad”, el objeto de estudio de su capítulo que cierra la compilación. Este apartado recorre un momento particular de los fans de la serie uruguaya basada en YouTube y extensible a cualquier grupo de fans: las expresiones frente al final del ciclo. Si bien el canal continúa subiendo videos en un formato anual (su versión original era semanal), este final no anunciado se dió a partir de la contratación de Agustín Trenchi, creador de Tiranos Temblad, por parte de la cadena de dibujos animados *Cartoon Network* que pone nuevamente en mesa de debate lo planteado por Borda y Trovarelli en relación a la monetización y/o conversión del trabajo fan a la industria.

Nos levantamos finalmente de la mesa acompañados por Borda, pero antes de llegar a la puerta nos detiene Alvarez Gandolfi con su epílogo en donde repasamos las bases y objetivos de este libro que busca contribuir en la consolidación de su campo de estudios en la academia nacional.

Saliendo del bar, es menester destacar que en este recorrido sobre las conversaciones - investigaciones que se dan entre los/as autores/as, logramos identificar una tensión que atraviesa a todas las publicaciones, sobre cómo se da el vínculo entre la industria y los *fans*. Podemos tomar de las palabras de Borda su señalamiento sobre el gran cambio que se da en la transformación de los *fans* como divulgadores entusiastas, cernidos en la marginalidad, a ser piezas claves mercantilizadas dentro de las estrategias propuestas por la industria. Pero sin

caer en banalidades, este cambio sobre la figura del fan es complejizado por la autora al recordar que Arjun Appadurai mencionaba que la mercantilización trae aparejada la tríada consumo, placer y agencia.

Poder acercarnos a la complejidad de las prácticas fans bajo un prisma como el planteado en este libro, nos dará mayor visibilidad e ideas para entender fenómenos como el de la banda surcoreana BTS que tiene un grupo de fans compuesto por millones de usuarios autodenominados #ARMY que se plantean “misiones” para viralizar su contenido en cuestión de horas de forma coordinada en diversas plataformas sociales, o sobre cómo el productor musical argentino Bizarrap logró 23 millones de comentarios en menos de 24 horas en su cuenta de Instagram para promocionar y liberar una de sus canciones. Entendemos que este libro lo logra con creces, siendo puerta de entrada y salida simultánea para atravesar estos entramados culturales tan cercanos a nuestro cotidiano analógico y digital.