

# Introducción

## El estudio de las culturas de aficionados y el valor popular de la cultura de masas

Álvaro David Hernández Hernández y Alejandro Gutiérrez Lizardi

La investigación en México sobre  
Cosplay, Anime y culturas de  
aficionados

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

La presente publicación reúne cinco artículos que fueron presentados en el *Primer Coloquio sobre Anime, Manga, Cosplay y Cultura Popular Japonesa*, que fue llevado a cabo el 3 de noviembre de 2016, en el auditorio de la Biblioteca Vasconcelos. Este evento fue organizado por Anime Latam y la Biblioteca Vasconcelos, en colaboración con el Círculo de Estudios sobre Subcultura Japonesa en México (CESJM) y el International Research Center for Japanese Studies (Nichibunken).

Han pasado ya varios años desde que los artículos aquí reunidos fueron escritos. De aquél momento a la fecha han surgido nuevos estudios, y más esfuerzos se han hecho para alimentar la bibliografía existente sobre el estudio del *cosplay*, el *anime*, y las culturas de aficionados en México. Sin embargo, consideramos que esta área de estudio está aún construyéndose en nuestro país. Era necesario iniciar la llamarada para que los estudios culturales relacionados a las culturas de fans tuviesen un espacio de reflexión y eso fue ANIMACO pues el estudio de culturas o de prácticas de aficionados al consumo de bienes de la cultura *popular*, en este caso japonesa, se ha caracterizado por un abandono, cuando no un rechazo, por parte de las disciplinas establecidas.

Entre las razones más conocidas por este abandono, se pueden encontrar versiones actualizadas de la antigua crítica hacia la cultura de masas del tipo que expresó el crítico Dwight Macdonald (1906-1982) cuando en 1960 popularizó los términos *masscult* y *midcult* para criticar lo que él consideró el decaimiento de la cultura en Estados Unidos, a favor de *las masas*, a las que él consideró siempre carentes de la autenticidad inherente a lo popular, y del refinamiento de lo que para él era cultura (Macdonald, 1983). La perspectiva que hereda la crítica marxista iniciada por Theodor W. Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1895-1973) hacia la industria cultural (en singular) en la que no se reconoce más valor que el engaño y la alienación (ver *Dialectic of Enlightenment*), es otra vieja vertiente imperante aún en la que se cristaliza un menosprecio a *las masas*, que en su carácter precisamente de masa, aparecen como despojadas de toda capacidad creativa por un sistema monopólico en el que la cultura se ha transformado en un engranaje más de la maquinaria capitalista.

El valor innegable de estas primeras críticas (ya sea por su análisis formal, ya sea por su denuncia del capital monopólico, o incluso sea ya simplemente por su carácter histórico) a lo que se suele llamar cultura *pop* y que aquí preferimos llamar simplemente *cultura popular*, queda por desgracia en segundo plano cuando una mirada negativa *a priori* impide emprender el estudio cercano, detallado y empático de las prácticas culturales de *las masas*, es decir de los sectores populares.

Dejando de lado importantes excepciones, es famoso el caso de los *Cultural Studies* en Inglaterra, a partir de los cuales, y tan solo después de que se reivindicaron los movimientos contraculturales de la década de 1960 y 1970 como un modo de resistencia, por fin se comenzó a dar legitimidad al estudio de la televisión, las revistas, o la música *pop* y *rock*, como fenómenos culturales de valor propio a través de los cuales, las masas podían recuperar su creatividad, capacidad de acción o crítica.

Dos décadas más le tomó a los estudios de aficionados (*fan studies*), que empezaron a consolidarse a finales de la década de 1980 como un área específica, inaugurando una línea de estudios culturales principalmente desarrollados en el mundo angloparlante. Estos estudios, aunque alejándose de la reivindicación de las masas *en general*, reivindicaron la capacidad creativa de los aficionados a la literatura fantástica, a los cómics, o a las series de televisión de ciencia ficción,

y proclamaron el valor de su estudio, no para denunciarlas (por ejemplo, por enajenar a los jóvenes), sino por sus dinámicas sociales positivas, tal como es la capacidad de reconstrucción del lazo social a partir del consumo. Este es el caso de la corriente iniciada por Henry Jenkins, enfocada en el consumo cultural y la formación de comunidades. Los estudios actuales de redes sociales y plataformas de contenidos en donde la participación de los usuarios es clave, deben mucho a esta línea que ya desde 1992 hablaba de “culturas participativas” como sinónimo de “culturas de aficionados” o *fandom*.

Menos conocido es el caso de Japón. Aquí podemos observar la existencia de una temprana crítica cultural comprometida con entender el valor de la cultura de masas, como es el cómic o *manga* de posguerra. Esta crítica cultural fue particularmente activa entre las décadas de 1960 y 1970. Por comodidad, llamaremos aquí a este interés en las *masas*, como un interés en lo *popular*, puesto que en japonés es la misma palabra (*taishū*) la que puede designar ambos vocablos que el español o el inglés separa. Representantes de esta corriente son el renombrado filósofo y crítico cultural y literario Shunsuke Tsurumi (1922-2015) y el quizá no tan famoso crítico cultural Junzō Ishiko (1928-1977), quienes entre otros, y en forma paralela a lo que Umberto Eco hizo en su famoso *Apocalípticos e Integrados* (1964), vieron en el *manga* una forma de expresión y creatividad de las masas. A la vista de estos autores, en el *manga* se reinventaba el idioma y modo de ver y expresar el mundo de las masas, después de una devastadora guerra que se había extendido por quince años (desde el Incidente de Manchuria en 1931 hasta el fin de la Guerra del Pacífico en 1945). Este primer esfuerzo de entender lo popular en el *manga*, formó la base para los primeros estudios de sus aficionados, realizados en gran parte en la década de 1980, y en gran medida con desconocimiento de lo que el mundo anglosajón decía en los mismos años sobre la cultura de *fans*. Así, el etnólogo y guionista de *manga* Eiji Otsuka, el sociólogo Shinji Miyadai, o el productor de *anime* y profesor universitario Okada Toshio, serían pioneros en el estudio del llamado *otaku*, y sus estudios publicados mayormente a partir de la década de 1990 abrirían a la academia la hoy nutrida rama de estudios sobre las culturas de aficionados en Japón. No deja de ser digno de mención, que el valor en lo popular que vieron los primeros estudios sobre el *manga* en Japón, y del que aún abrevan los primeros estudios del *otaku*, se ha ido abandonando para dar pie a una especie de culto a la personalidad, sea la del autor, sea la del consumidor, que ha dominado la tendencia en los estudios de la primera década del siglo XXI en Japón.

En México vimos nacer y morir (o si se prefiere, entrar en larga agonía) a la cultura popular de la historieta, que aún en sus años de salud, fue analizada o criticada desde una perspectiva marxista como es el caso de Herner (1978), o de Dorfman y Mattelart (1972) en Argentina. Pese a las virtudes de estos estudios, sólo en contadas ocasiones despertaron mayor interés académico. Entre las notables excepciones que reivindicaban el interés por entender esta cultura de la historieta está la atención que por algunas expresiones de ella tuvo el crítico cultural Carlos Monsiváis (1938-2010), o publicaciones como el recuento histórico que de ella hicieron en 1988 el antropólogo y sociólogo Armando Bartra y el historiador Juan Manuel Aurrecochea. Pero de estos estudios no nació ninguna corriente interesada en el valor de la cultura mediática, de masas, o industrial en México, y menos por sus aficionados. Solo valiosísimos cabos sueltos o estudios fuera de la academia se ocuparon del tema.

La paradoja es que en México lo popular ha sido objeto predilecto de estudio; y sin embargo, las culturas de aficionados no fueron, y muy probablemente siguen sin ser, reconocidas como parte de lo popular. Como señaló Néstor García Canclini hace ya tiempo, en México lo popular se ha reducido a lo tradicional, y se ha descontextualizado de la vida cotidiana de los sectores populares (1983).

Hoy en día una parte de la cultura popular en México, pasa por las prácticas de los aficionados, en este caso, al *anime* o al *cosplay*, o a otras tendencias de la cultura de masas. Es en este contexto de descuido en el que se tiene este importante vector de lo popular en México, que fue organizado el *Primer Coloquio sobre Anime, Manga, Cosplay y Cultura Popular Japonesa*. El interés principal, fue alentar y dar a conocer algunos de los trabajos que investigadores mexicanos están realizando en este campo. Tras algunos años de espera, por fin podemos presentar en este volumen algunos artículos derivados de las pláticas dadas en el Coloquio.

La construcción de los estudios de este tipo de cultura popular se han visto rescatados a través de los esfuerzos de varias iniciativas, algunas de las cuales fueron surgidas a través de este coloquio que permitió la visibilidad del trabajo de distintos investigadores. Así también, se ha contado con el apoyo de distintos actores sociales como: la ENAH, el Museo Nacional de

las Culturas del Mundo, quienes han abierto espacios con talleristas y especialistas y la propia Biblioteca Vasconcelos. Todo lo anterior sin dejar de lado el apoyo recibido por la Embajada del Japón en México, la Fundación Japón, el Seminario de Nuevos Líderes México-Japón y a nivel federal de la Comisión Asia-Pacífico de la Cámara de Diputados y el Fondo de Cultura Económica en México, así como instituciones educativas como: La UNAM, la UAM, el IPN, la IBERO Ciudad de México, y el Tec de Monterrey. Esperamos que esta publicación sirva de referencia y contribuya al estudio en México de las culturas de aficionados y mantengamos el debate abierto a estos temas.

## Bibliografía

- Aurrecochea, J., Bartra, A. (1988). *Puros cuentos: la historia de la historieta en México*. Vol. 1 y Vol. 2. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Publicaciones.
- Canclini, N. (1983 / 2004). “¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?”, en *Antología sobre cultura popular e indígena. Lecturas del Seminario Diálogos en la Acción Primera Etapa*. CONACULTA Dirección General de Culturas Populares e Indígenas.
- Dorfman, A., Mattelart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald: comunicación de masa y capitalismo*. Siglo XXI Editores Argentina.
- Dwight, M. (1983). *Against the American Grain*. Da Capo Press, Inc.
- Eco, U. (1964 / 1965). *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen.
- Herner, I. (1978). *Mitos y monitos: Historietas y fotonovelas en México*. Editorial Nueva Imagen.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947 / 2020). *Dialectic of enlightenment*. Stanford University Press.
- Ishiko, J. (1970). *Gendai manga no shisō*. Taihei Shuppansha.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Miyadai, S., Ishihara, H., Otsuka, M. (1993). *Sabukaruchā shinwa kaitai. Shōjo, ongaku, manga, sei no 30-nen to komyunikēshon no genzai*. Paruko Shuppan-kyoku.
- Okada, T. (1996). *Otaku-gaku Nyumon*. Ōta Shuppan.
- Otsuka, E. (1989). *Monogatari shōhi-ron — 'Bikkuriman' no shinwa-gaku*. Shin Yōsha.
- Tsurumi, S. (1973). *Manga no sengo shisō*. Bungei Shunjū.