

Mi norte tiene superpoderes: Construyendo modelos de conducta a partir de la cultura friki

Guided by superpowers: Building role models out of geek culture

Meu norte tem superpoderes: Construindo modelos a partir da cultura geek

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8416>

NADIEZHDA PALESTINA CAMACHO QUIROZ¹

<https://orcid.org/0000-0003-0085-0841>

Este artículo explica qué es la cultura friki en México, cuáles son las comunidades de fans que la integran, así como el proceso a través del cual los frikis construyen sus modelos de conducta a partir de las narrativas fantásticas que la conforman. Mediante el método etnográfico se pudo observar que la cultura friki está constituida por comunidades de fans de ciertas narrativas fantásticas (cómic, anime, videojuegos) y que los frikis construyen sus modelos de conducta inspirados por ellas en función de su etapa de vida y de las necesidades de guía que requieren en ese momento.

PALABRAS CLAVE: Cultura friki, comunidades de fans, modelos de conducta, narrativas fantásticas.

This paper addresses geek culture in Mexico and looks at how fandoms are integrated, as well as the processes through which role models are shaped out of the fantastic narratives at their center. Using ethnographic methods, it was observed that geek culture consists of fandoms grouped together around a variety of different fantastic narratives (comics, anime, videogames), and these, in turn, inspire specific behavioral models, according to their stage of life and specific needs at that time.

KEYWORDS: Geek culture, fandoms, behavioral models, fantastic narratives.

Este artigo explica o que é a cultura geek no México, quais são as comunidades de fãs que a compõem, bem como o processo pelo qual os geeks constroem seus modelos a partir das fantásticas narrativas que a compõem. Utilizando o método etnográfico, foi possível observar que a cultura geek é formada por comunidades de fãs de determinadas narrativas fantásticas (quadrinhos, anime, videogames) e que os geeks constroem seus modelos de comportamento inspirados nelas, com base em sua fase de vida e nas necessidades de orientação que eles exigem naquele momento.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura geek, comunidades de fãs, modelos, narrativas fantásticas.

Cómo citar este artículo:

Camacho Quiroz, N. P. (2023). Mi norte tiene superpoderes: Construyendo modelos de conducta a partir de la cultura friki. *Comunicación y Sociedad*, e8416. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8416>

¹ Universidad Nacional Autónoma de México, México.
nadusicaa@hotmail.com

Fecha de recepción: 07/04/2022. Aceptación: 19/01/2023. Publicado: 22/02/23.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, investigadores de diversas disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades, como la comunicación, la sociología, la antropología o los estudios literarios, se han interesado en estudiar un fenómeno denominado *culturas de fans de los medios de comunicación* por teóricos como Jenkins (2009) o Hills (2002). Ya sea que se enfoquen en el análisis de los productos culturales que generan este tipo de manifestaciones (tales como los cómics, las sagas literarias, las películas, las series de televisión o los videojuegos), o que busquen comprender la forma en que los fans se apropian, resignifican y comparten estas narrativas en comunidades de sentido, tanto físicas como virtuales. Entre este tipo de culturas de fans se encuentra la cultura friki,² entendida como un grupo de comunidades de fans o *fandoms*, conformada por los aficionados al anime o manga japonés (*otakus*), a los videojuegos (*gamers*), al *cosplay* (*cosplayers*), a los cómics y al cine, televisión y/o literatura fantástica, de ciencia ficción u horror, principalmente (Camacho Quiroz, 2021).

A pesar de que con el paso del tiempo esta cultura se ha ido consolidando en México, como lo refleja la existencia de “Frikiplazas” en distintos estados de la República Mexicana o la organización de convenciones de cómics, anime y videojuegos a lo largo y ancho del país, las investigaciones que existen sobre esta cultura, abordándola como la comunidad de *fandoms* que es, son muy pocas³ y, generalmente, se enfocan en un *fandom* en particular, ya sea el *otaku* o el *gamer*, dejando a un lado los lazos evidentes que existen entre uno y

² El término *cultura friki* se construye a partir de la propuesta teórica de la antropología simbólica, en particular, de la concepción de cultura de Giménez (2005), en donde esta “representa el conjunto de rasgos compartidos dentro de un grupo y presumiblemente no compartidos (o no enteramente compartidos) fuera del mismo” (p. 5); y una de sus funciones principales es la de dotar de identidades a los individuos que la integran, en este caso, los *frikis*.

³ Dos de los pocos ejemplos que podemos encontrar en la red son la tesis de Hernández Núñez (2015) y la ponencia de Valadez Tapia (2019).

otro, o entre estos fandoms y la comunidad cosplayer o comiquera, por dar un ejemplo.

Por otro lado, estas investigaciones están notablemente dispersas, aún no existe una línea de investigación que agrupe a todos estos trabajos en las escuelas de comunicación o ciencias sociales en México, como sí ocurre en otros países. Las razones son variadas y están relacionadas con el hecho de que prevalecen muchos prejuicios dentro de la academia para estudiar este tipo de fenómenos, considerándolos superfueros o de poca pertinencia social, a pesar de que la realidad empírica y el número de jóvenes que forman parte de esta cultura y/o que desean estudiarla nos demuestre lo contrario. Aunado a ello, el fenómeno de la cultura friki es muy complejo porque es una cultura nueva, con fronteras poco claras y en constante transformación, de tal suerte que asirla y tratar de delimitarla para poder estudiarla representa un reto constante.

Existe una amplia variedad de fenómenos que podrían estudiarse sobre la cultura friki en México, sin embargo, este artículo habrá de centrarse en un fenómeno en particular: el proceso de construcción de modelos de conducta que los frikis llevan a cabo a partir de las narrativas fantásticas que la constituyen, ya sea que hablemos de animes o mangas japoneses, de cómics estadounidenses, de videojuegos o de sagas de literatura fantástica, en el entendido de que todas estas narrativas pueden ser consideradas mitologías contemporáneas o nuevas mitologías porque les permiten a sus miembros explicarse ciertos aspectos de la realidad y encontrar, en los variados personajes que habitan estos mundos fantásticos, diversos modelos de conducta (Campbell, 2004) que los guíen en su vida cotidiana y les permitan enfrentar las vicisitudes que se les presentan día con día.

PERSPECTIVA TEÓRICA Y METODOLÓGICA

La perspectiva teórica desde la cual se aborda esta investigación se compone de tres pilares: a) los estudios de recepción con enfoque culturalista (López, 2017), porque se parte del supuesto de que los frikis son lectores-consumidores con agencia, con capacidad crítica, que analizan los contenidos mediáticos que consumen y conforman comunidades de interpretación donde, además de compartir sentidos y significados

comunes, debaten alrededor de dichos contenidos, proponen relecturas de los mismos e incluso elaboran nuevos textos a partir de estas narrativas transmedia (Jenkins, 2009, 2010); b) la concepción simbólica de la cultura y la identidad, porque a partir de la propuesta teórica de Giménez (2005, 2016) se puede comprender el proceso a través del cual se construyen las identidades en el seno de una cultura particular: la friki. Y finalmente, c) los estudios contemporáneos sobre el mito, en el entendido de que la función principal de toda mitología es la de proporcionar modelos de conducta a los seres humanos, y las narrativas que conforman la cultura friki pueden ser consideradas nuevas mitologías o mitologías contemporáneas y, por tanto, proveer de modelos de conducta a sus miembros (Campbell, 2004; Eliade, 1991).

En cuanto a la metodología empleada para aproximarse al objeto de estudio, se seleccionó el método etnográfico, en particular la observación participante y la entrevista semiestructurada, ya que lo que se buscaba comprender era un proceso de construcción simbólica desde la experiencia personal de los actores sociales (Ameigeiras, 2006; Guber, 2011). A partir de la observación participante se seleccionaron los sujetos de investigación que habrían de ser entrevistados y que conformarían la muestra significativa. Una vez construido el acervo se clasificó el corpus de trabajo, para luego construir e interpretar las categorías de análisis, siendo las más importantes: a) cultura friki, b) identidad friki, y c) construcción de modelos de conducta.

En ese sentido, es importante señalar que se realizó observación participante en cuatro espacios significativos para la comunidad friki en México: las convenciones de anime, cómics y videojuegos TNT, La Mole y Conque, así como en la Frikiplaza de la Ciudad de México. A partir de la observación participante, se seleccionaron a diez sujetos de investigación que habrían de conformar la muestra significativa⁴ y habrían de ser entrevistados. Estos tenían que cumplir con varios requisitos.

⁴ La muestra significativa estuvo conformada por diez sujetos de investigación porque la información obtenida durante las entrevistas semiestructuradas fue muy abundante y lograba responder a la pregunta eje de esta investigación. Además, la observación participante permitió identificar la muestra más apropiada para el estudio.

Primero, tenían que autoadscribirse como frikis; segundo, formar parte de alguno de los fandoms que conforman la cultura friki en México (ya fuera el fandom otaku, gamer, cosplayer, etc.); tercero, su rango de edad debía ser amplio, de tal suerte que la muestra significativa abarcara varias generaciones. Y, finalmente, con el afán de obtener cierto equilibrio de género, el número de mujeres y de hombres entrevistados tenía que ser lo más equitativo posible (seis mujeres y cuatro hombres).

TABLA 1
PERFIL DE LOS SUJETOS DE INVESTIGACIÓN

Nombre/ seudónimo	Identidad/ fandom	Edad	Género	Ocupación
Martín Arceo	Friki/ comiquero	65	M	Columnista de <i>La Jornada</i> y conductor de <i>¡Santos cómics!</i> (Rompeviento TV)
Gabriela Maya	Friki	49	F	Docente e historiadora, pionera de la difusión del anime y manga en México
Maik	Friki/ comiquero	34	M	Profesor de bachillerato
Alfredo	Friki/ otaku	33	M	Administrativo en el Centro Universitario de Teatro (UNAM)
Neko	Friki/ otaku	31	F	Maestra de secundaria
Hitomi	Friki/ cosplayer	28	F	Nutrióloga y cosplayer profesional
Carito	Friki/ otaku	22	F	Enfermera en estancia privada
Jorge	Friki/ otaku	20	M	Estudiante de enfermería
Bolis	Friki	16	F	Estudiante de preparatoria
Nisuka	Friki/ gamer	14	F	Estudiante de secundaria

Nota: El uso de nombres completos o sobrenombres fue autorizado por los sujetos de investigación.

Fuente: Elaboración propia.

CULTURA E IDENTIDAD FRIKI EN MÉXICO

La cultura friki en México es una cultura viva, abierta, contingente, es decir, en constante transformación. Además, es una comunidad de carácter heterogénea, transgeneracional y glocal, constituida por diversos fandoms entre los que destacan: los otakus, los gamers, los cosplayers, los comiqueros y los aficionados a la literatura, el cine y las series de televisión pertenecientes al género fantástico, de ciencia ficción u horror. Todas estas manifestaciones y productos culturales tienen en común que parten de narrativas fantásticas; son –en su mayoría– resultado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; y todas han trascendido su plataforma de expresión original y han expandido sus historias hacia otros medios de comunicación, por lo que pueden considerarse narrativas transmedia (Jenkins, 2009, 2010). La práctica de cada una de estas aficiones siempre está acompañada de un carácter lúdico y, finalmente, la gran mayoría de las historias que están detrás de los animes, mangas, cómics, etc. pueden considerarse actualizaciones de los viejos mitos originarios, como la mitología clásica griega, china, japonesa, entre otras.

Por ejemplo, Superman (DC Cómics) podría ser considerado una reelaboración del mito griego de Apolo, mientras que Flash lo sería del dios Hermes y Aquaman de Poseidón (Espino Martín, 2020). El Thor de Marvel Cómics sería una actualización del dios nórdico del mismo nombre. Por otro lado, en el caso de la animación japonesa, el personaje principal de *Dragon Ball* (Toei Animation, 1986), Son Gokú, está inspirado en el personaje mitológico Sun Wukong, uno de los protagonistas de la novela china clásica *Viaje al Oeste*. Ni qué decir de los personajes que habitan el universo fantástico de *Los Caballeros del Zodiaco* (*Saint Seiya*, Toei Animation, 1986), muchos de ellos encarnaciones directas de dioses, héroes y criaturas de la mitología clásica griega (Atenea, Poseidón, Hades), nórdica (Thor, Siegfried, Fenrir) y japonesa (Ryūjin, Marishi-Ten), por citar algunas.

En esta comunidad de comunidades de fans podemos identificar, cuando menos, tres generaciones de frikis:

FIGURA 1
MAPA CONCEPTUAL DE LA CULTURA FRIKI



Fuente: Elaboración propia.

- a) Los *Padres Fundadores*, aquellos aficionados que crecieron en la década de los setenta y disfrutaron en televisión abierta nacional de animes como: *Astro Boy* (*Tetsuwan Atomu*, Mushi Production, 1963-1966), *Ultraman* (TBS, 1966-1967) y/o *La princesa Caballero* (*Ribon no Kishi*, Tezuka Production/Mushi Production, 1967-1968). Fueron los primeros en lograr transformar una afición individual en un gusto colectivo.
- b) La *Generación del Boom Friki*, compuesta por los fans que crecieron en la década de los noventa con el “boom del anime en México” (de ahí el nombre), gracias a animaciones como *Los Caballeros del Zodiaco* (*Saint Seiya*, Toei Animation, 1986), *Sailor Moon* (Toei Animation, 1992) y/o *Dragon Ball* (Toei Animation, 1986). Fueron los primeros en identificarse como “otakus” cuando los primeros *fanzines* publicados por los Padres Fundadores (como *Animanga*, *Domo* o *Plan B*) popularizaron el término. También experimentaron

el “boom de los cómics de superhéroes” con la apertura de las primeras tiendas de cómics en el país y la llegada de los grandes títulos de Marvel y DC Cómics editados por Grupo Editorial Vid. Además, vivieron el nacimiento de la escena gamer con la transmisión del programa de televisión *Nintendomanía* (TV Azteca, 1995-2000) y la publicación de la revista *Club Nintendo* (Editorial Televisa, 1991-2019).

Finalmente, fueron los primeros fans que compartieron un espacio común de encuentro, consumo e intercambio de productos, conocimientos y significados a partir de la organización de las primeras convenciones de cómics, anime y videojuegos.

- c) Los *Frikis Centennials* o *nuevos frikis* son aquellos que crecieron en la primera década del nuevo milenio y tuvieron un acceso, casi ilimitado, a toda la oferta de animación japonesa, mangas, cómics, etc. que se estaban produciendo en el mundo, gracias a la masificación del Internet. Esta generación ha vivido, como ninguna otra, la popularización de algunos de los productos y manifestaciones propios de la cultura friki, como las películas y series sobre cómics de superhéroes, las sagas literarias de fantasía y ciencia ficción, los videojuegos de combate o deportes y/o las animaciones japonesas de corte épico.

Ahora bien, aunque no existe un consenso sobre el significado del término *friki* en México, se puede concluir que tiene tres acepciones principales a partir del trabajo empírico derivado de esta investigación: 1) se utiliza para designar a las personas que son “muy apasionadas”, en el sentido de que sienten una emoción profunda por algún objeto o actividad cultural; 2) se emplea como sinónimo del término “clavado” o “clavel”, utilizado para nombrar a los individuos que tienen un conocimiento profundo, casi erudito, sobre los objetos o actividades que más les interesan; y 3) se utiliza para nombrar a los aficionados de las narrativas y expresiones de carácter fantástico, pertenecientes a la cultura popular mediática, tales como: los cómics, el anime, los videojuegos y/o la literatura, el cine o las series de televisión de ciencia ficción, horror o fantasía heroica. Es en este sentido que nuestros sujetos de investigación habrán de identificarse como frikis.

El friki es un lector-consumidor activo, con agencia, que se ha apropiado de las diversas plataformas de consumo y comunicación actuales (como la Web 2.0 y las redes sociodigitales), tanto para obtener los contenidos que desea cuando no puede acceder a ellos de manera legal, como para crear comunidades de sentido e interpretación. En ellas, comparte, analiza y debate las narrativas fantásticas que tanto le apasionan, propone nuevas relecturas de las historias, los personajes, crea nuevos contenidos a partir de los mismos (memes, *fanart*,⁵ *fanfics*,⁶ *fanvids*,⁷ etc.), y se organiza con otros frikis para “presionar” a los creadores de contenidos o boicotear a las cadenas televisivas cuando siente que sus demandas no son escuchadas.

Los frikis construyen comunidades de sentido e interpretación para interactuar socialmente y compartir sus aficiones, ya sea en espacios de carácter presencial o espacios virtuales. Entre los espacios presenciales más importantes están las convenciones de anime, cómics y videojuegos; las Frikiplazas; los clubs de fans, y/o cualquier otro espacio en donde los miembros de la cultura friki puedan reunirse y expresar con libertad su identidad. En cuanto a los espacios virtuales, imposibles de enumerar por la naturaleza del medio en el que fueron creados (el ciberespacio), podemos mencionar a los *fansites*,⁸ *fanpages*⁹ y los grupos de fans de Facebook, por ser de los más frecuentados.

⁵ Ilustraciones, imágenes, pinturas, etc. creados por los fans sobre algún personaje, escenario o universo perteneciente a algún producto cultural en particular, ya sea un cómic, manga, videojuego, serie de televisión, etc.

⁶ Relatos alternativos elaborados por los fans sobre una narrativa previa, denominada “canónica”, ya sea una obra literaria, cinematográfica, una serie de televisión, un cómic, etc.

⁷ Videos editados por los fans sobre un material audiovisual preexistente, ya sea una película, una serie de televisión, un video musical, un anime, etc.

⁸ Son páginas web no oficiales creadas por los fans de alguna celebridad, producto o fenómeno cultural en particular. Estos espacios, generalmente, ofrecen información relevante sobre el objeto de su interés, ya sean noticias, imágenes tomadas de diversas fuentes, descargas multimedia, enlaces a otros sitios de fans o un foro para que la comunidad pueda interactuar.

⁹ Una *fanpage* es una página de Facebook creada por los medios de comunicación oficiales de determinados productos culturales para establecer una

Finalmente, además de proveer a sus integrantes de una serie de atributos culturales que les permiten construir su identidad, la cultura friki les ofrece un marco mitológico desde el cual pueden construir los modelos de conducta que habrán de guiarlos en su vida cotidiana y que les permitirán enfrentar los diversos obstáculos que la vida les vaya presentando, como veremos en el siguiente apartado.

LA CONSTRUCCIÓN DE MODELOS DE CONDUCTA A PARTIR DE LA CULTURA FRIKI EN MÉXICO

De acuerdo con los expertos en mitología comparada, Eliade (1991) y Campbell (2004), la función principal de los mitos es proporcionar modelos de conducta a los seres humanos. Estos modelos habrán de ofrecerles una guía o brújula sobre cuál es el camino que deben seguir y cómo deben enfrentarse a las vicisitudes que la vida les depara. Para ambos investigadores, la cultura de masas, en particular ciertos productos mediáticos como los cómics o las novelas épicas pueden considerarse mitologías de nuestro tiempo o nuevas mitologías. Al respecto, Eliade (1991) señala:

Los personajes de los *comics strips* (historietas ilustradas) presentan la versión moderna de los héroes mitológicos o folklóricos. Encarnan hasta tal punto el ideal de una gran parte de la sociedad, que los eventuales retoques impuestos a su conducta o, peor aún, su muerte, provocan verdaderas crisis entre los lectores (p. 86).

Ahora bien, dentro de estas narrativas fantásticas, los frikis encuentran guías y, a su vez, alternativas de modelos de conducta en los personajes que los han marcado a lo largo de su vida, aquellos que consideran sus personajes favoritos, ya sea que estos pertenezcan a una saga de literatura épica fantástica, a un cómic de superhéroes o a una serie animada japonesa.

vía de comunicación directa con los fans o seguidores de dicho producto que también son usuarios de esta red sociodigital; en este tipo de páginas, los fans no solo pueden interactuar con los medios oficiales, sino también entre ellos, compartir información, imágenes, memes, etc.

Para facilitar nuestra comprensión del proceso a través del cual los frikis configuran sus modelos de conducta, primero se diseñó una tabla con los nombres de los personajes favoritos de nuestros sujetos de investigación, la plataforma en la que consumen sus historias, su año de lanzamiento y el país de origen de estos personajes, así como sus características generales. Después se tipificaron los principales modelos de conducta que los sujetos de investigación han construido a partir de ellos.

Como puede verse en la Tabla 2, el periodo en el que estos personajes fueron creados abarca más de un siglo, de 1905 (el más antiguo) a 2017 (el más reciente). Sin embargo, hay un segmento en esa línea de tiempo en donde se concentran la mayoría de los “nacimientos” de estos personajes: finales del siglo XX y principios del XXI. Esta concentración no es accidental, pues se ubica justo en una coyuntura que sería clave para la consolidación de la cultura friki en México: el boom de la animación japonesa, el nacimiento de la escena comiquera y la masificación de la Web 2.0, misma que permitiría un mayor acceso a diversas plataformas de consumo mediático.

Justo esta diversidad, tanto multimediática como transmediática, se manifiesta en la variedad de plataformas elegidas como receptáculos de las aventuras de sus personajes favoritos. Comenzando con libros impresos, seguido de cómics, hasta largometrajes animados, series de televisión (tanto analógicas como digitales) y videojuegos. Sin embargo, más allá de la variedad de plataformas, es evidente el predominio de ciertas industrias culturales sobre otras en la dieta cultural del friki en México.

Como se puede observar en la Tabla 2, de los 21 personajes seleccionados, 14 fueron creados en Japón, seis en Estados Unidos y uno en Reino Unido. Y de los personajes a los que se les ha asignado una nacionalidad terrestre: nueve son japoneses, seis son estadounidenses, uno es británico, uno es griego, y el resto corresponden a reinos, países y ciudades ficticias. Este dato nos permite comprender con mayor profundidad los elementos culturales, identitarios e incluso filosóficos, que configuran sus conductas. Si bien analizar a profundidad los códigos éticos que rigen a cada uno de estos personajes y su relación con la cultura de la que provienen va más allá de los objetivos de este trabajo,

TABLA 2
PERSONAJES FAVORITOS

Nombre	Plataforma de consumo	Año de lanzamiento	País de origen	Nacionalidad	Especie	Género	Habilidades especiales
Sara Crewe	Novela <i>A Little Princess</i> (<i>La princesita</i>)	1905	Estados Unidos	Británica	Humana	Femenino	Ninguna en particular
Kal-El (original), Clark Joseph Kent (terrestre)/ Superman	Cómic	1938	Estados Unidos	Estadounidense	Kryptoniana	Masculino	Posee fuerza sobrehumana, supervelocidad, superresistencia, entre otras
Richard John “Dick” Grayson	Cómic	1940	Estados Unidos	Estadounidense	Humana	Masculino	Es detective, acróbata, artista marcial, entre otras
Frodo Baggins	Saga literaria <i>The Lord of the Rings</i> (<i>El Señor de los Anillos</i>)	1954	Reino Unido	Habitante de la comunidad ficticia de “La Comarca”	Hobbit	Masculino	Maneja la espada

Nombre	Plataforma de consumo	Año de lanzamiento	País de origen	Nacionalidad	Especie	Género	Habilidades especiales
Peter Benjamin Parker/ Spiderman	Cómic	1962	Estados Unidos	Estadounidense	Humana (con poderes mutantes)	Masculino	Es un genio, posee fuerza sobrehumana, superagilidad, entre otras
Zafiro	Serie animada <i>Ribon no Kishi (La princesa caballero)</i>	1967	Japón	Habitante del reino ficticio de “Valle Plateado”	Humana	Femenino	Domina la espada
Lynn Minmay	Largometraje animado <i>The Super Dimension Fortress Macross: Do You Remember Love?</i>	1984	Japón	China-japonesa	Humana	Femenino	Posee talento vocal
Kanon de Géminis	Serie animada <i>Saint Seiya (Los caballeros del Zodiaco)</i>	1986	Japón	Griega	Semi-divina	Masculino	Puede crear portales hacia otras dimensiones, controlar la mente de sus oponentes, entre otras

Nombre	Plataforma de consumo	Año de lanzamiento	País de origen	Nacionalidad	Especie	Género	Habilidades especiales
Link	Serie de videojuegos	1986	Japón	Habitante del reino ficticio de “Hyrule”	Hyliano	Masculino	Es portador de la Trifuerza del Valor
Asuka Langley Sohryu	Serie de anime <i>Neon Genesis Evangelion</i>	1995	Japón	Estadounidense (de ascendencia alemana y japonesa)	Humana	Femenino	Es una niña prodigio
Kenshin Himura	Serie animada <i>Rurōni Kenshin: Meiji Kenkaku Romantan</i>	1996	Japón	Japonesa	Humana	Masculino	Domina el <i>kenjutsu</i> (esgrima japonés)
Sakura Kinomoto	Serie animada <i>Cardcaptor Sakura</i>	1998	Japón	Japonesa	Humana	Femenino	Puede sentir y utilizar magia
Tomoyo Daidouji	Serie animada <i>Cardcaptor Sakura</i>	1998	Japón	Japonesa	Humana	Femenino	Ninguna en particular

Nombre	Plataforma de consumo	Año de lanzamiento	País de origen	Nacionalidad	Especie	Género	Habilidades especiales
Inuyasha	Serie animada <i>Sengoku</i> <i>Otogizōshi</i> <i>InuYasha</i>	2000	Japón	Japonesa	<i>Hanyō</i> (mitad demonio, mitad humano)	Masculino	Domina varias técnicas de combate
Nana Osaki	Serie animada <i>Nana</i>	2006	Japón	Japonesa	Humana	Femenino	Posee talento vocal
Gintoki Sakata	Serie animada <i>Gintama</i>	2006	Japón	Japonesa	Humana	Masculino	Domina el <i>kenjutsu</i> , posee fuerza sobrehumana
Hiroki Kamijou	Serie animada <i>Junjo</i> <i>Romantica</i>	2008	Japón	Japonesa	Humana	Masculino	Ninguna en particular
Hyoudou Issei	Serie animada <i>High School</i> <i>DxD</i>	2012	Japón	Japonesa	Humano-demonio	Masculino	Posee múltiples poderes porque tiene al “Legendario Dragón Escarlata” atrapado en su brazo izquierdo

Nombre	Plataforma de consumo	Año de lanzamiento	País de origen	Nacionalidad	Especie	Género	Habilidades especiales
Meliodas	Serie animada <i>Nanatsu no Taizai</i>	2014	Japón	Habitante del continente ficticio de “Britannia”	Demonio	Masculino	Es inmortal y tiene poderes mágicos
Jim Hopper	Serie de televisión <i>Stranger Things</i>	2016	Estados Unidos	Estadounidense	Humana	Masculino	Ninguna en particular
Forsythe Pendleton “Jughead” Jones III	Serie televisiva basada en los personajes de <i>Archie Comics</i>	2017	Estados Unidos	Estadounidense	Humana	Masculino	Tiene alta capacidad deductiva

Fuente: Elaboración propia.

conocer dicho origen sí nos ayuda a comprender e identificar con mayor facilidad las posibles influencias culturales detrás de los modelos de comportamiento que nuestros sujetos investigados construyen a partir de ellos. Por ejemplo, en el caso de Superman, es notable la influencia del protestantismo anglosajón en su código de conducta; de igual forma, podemos reconocer elementos del sintoísmo y del budismo japones en la brújula moral de Kenshin Himura.

Otro dato importante se encuentra en el hecho de que, teniendo universos fantásticos tan vastos, habitados por especies casi infinitas, la mayoría de los personajes seleccionados son humanos. Tan solo una pequeña parte son seres fantásticos (semidioses, demonios, etc.) o extraterrestres. Aunado a esto, poco más de la mitad tienen poderes sobrehumanos (superfuerza, supervelocidad, supervista, etc.) o habilidades extraordinarias (son niños prodigio, brillantes estrategias militares, maestros en diversas artes marciales), mientras que otros no poseen ninguna habilidad fuera de lo normal (por ejemplo, son simples estudiantes de secundaria, aspirantes a cantantes o profesores universitarios).

¿Qué podemos concluir de estos datos? Primero, que más allá de la generación a la que pertenecen nuestros informantes (Padres Fundadores, Generación del Boom Friki o Frikis Centennials), los personajes que más los inspiran tienen algo en común con ellos que resulta fundamental: son humanos. Pertenecen a la misma especie: *homo sapiens*. Sin embargo, a pesar de tener habilidades extraordinarias o superpoderes —cuando los tienen— no son seres humanos perfectos, todo lo contrario, están llenos de inseguridades, de claudicaciones, de “demonios”, por lo que muchos de ellos bien podrían entrar en la categoría de “antihéroes”, en el entendido de que un antihéroe es un personaje de ficción “cuyas características y comportamiento no corresponden a los del héroe tradicional” (Real Academia de la Lengua Española, 2021) porque, lejos de poseer cualidades admirables, es, en palabras de Leibrandt (2019):

...antisocial... enajenado, cruel, desagradable, pasivo, lamentable, obtuso o simplemente ordinario, pero, ante todo, es un protagonista que vive por la guía de su propia brújula moral, esforzándose por definir y construir sus propios valores, opuestos a aquellos reconocidos por la sociedad en la que vive (p. 103).

¿Vivimos en tiempos antiheroicos? Es difícil responder esta pregunta, lo cierto es que los héroes son hijos de su tiempo, representan los valores y virtudes imperantes en una sociedad determinada. De igual forma, los antihéroes son el reflejo de una sociedad fallida, desencantada, de un sistema de valores cuestionable, que no se corresponde con la realidad. En ese sentido, los antihéroes también son una crítica al maniqueísmo y unidimensionalidad de los héroes, a su falta de “gradación” (o son blancos o son negros). Por ello, se caracterizan por tener múltiples defectos, claudicaciones, poseen una brújula moral ambigua, un código de ética por momentos individualista, pero, al mismo tiempo, son los personajes más humanos y realistas que podemos encontrar en cualquier narrativa.

Otro dato interesante que se puede desprender de esta selección y que habla mucho de los roles hegemónicos que aún se imponen en las narrativas transmedia que se consumen (sean estadounidenses o japonesas) es que la mayoría de los personajes seleccionados son hombres, de apariencia caucásica y explícitamente heterosexuales, aun cuando la mitad de la muestra significativa está compuesta por mujeres. Una de las posibles razones de esta selección estriba en el protagonismo y la capacidad de agencia que se le suele atribuir a los personajes masculinos (en contraste con los personajes femeninos) en las narrativas escritas a lo largo del siglo XX y aún en lo que va del XXI, a pesar de todos los esfuerzos y avances por incluir y desarrollar personajes femeninos protagónicos, más activos y dinámicos.

En este punto, vale la pena destacar que dos de los personajes seleccionados pertenecen a la comunidad LGBT: Tomoyo Daidouji (de *Card-captor Sakura*) y Hiroki Kamijou (de *Junjo Romantica*), un dato que en apariencia es menor (por ser minoría), pero que resulta sumamente significativo si consideramos que nos habla de la modificación paulatina de los modelos de conducta tradicionales (el héroe o heroína siempre eran heterosexuales) así como de la normalización de las preferencias sexuales diversas en las generaciones más jóvenes, puesto que aquellos que seleccionaron a estos personajes como sus favoritos corresponden a la Generación del Boom Friki y a los Frikis Centennials, respectivamente.

Después de este bosquejo sobre los personajes seleccionados y sus características generales, se presentará una tipificación de los mode-

los de conducta que se pudieron identificar a partir de los discursos de nuestros sujetos de investigación sobre estos mismos personajes. ¿Qué es lo que les inspira de ellos?

MODELOS DE CONDUCTA

El primer modelo de conducta que sobresale del resto, por ser el de mayor consenso, es el *modelo de heroicidad*. De acuerdo con los sujetos entrevistados, un héroe es aquel que utiliza sus talentos, cualidades y privilegios para servir a los demás, para servir a su comunidad.

La constante que yo encuentro en las sagas de la cultura friki que a mí me gustan es la idea de heroísmo, lo que dice el tío Ben Parker (de *Spiderman*): “Con un gran poder viene una gran responsabilidad”. La idea de que tus talentos y tus fortalezas, todo lo que seas capaz de hacer, es para que los pongas al servicio de los otros (Maik, 34 años).

En segundo lugar, destaca el *modelo de resiliencia*. Es decir, la capacidad del ser humano de resistir los embates de la vida y no desistir, de encontrar la fuerza necesaria para ponerse nuevamente de pie, a pesar del dolor y de las heridas, y seguir adelante.

Mis personajes favoritos me han enseñado que, a pesar de todo, debo levantarme, que puedo hacerlo... Y esa postura de levantarte, a pesar de que la vida te golpea una y otra vez, me parece maravillosa... Al final, por eso te levantas de la cama al día siguiente, aunque la vida no sea siempre como quisieras (Alfredo, 33 años).

En tercer lugar está el *modelo de la compasión*. Esa cualidad que nos permite encontrarnos en la mirada del otro, sentir su dolor como propio, ponernos en sus zapatos y tratar de ayudarlo a levantarse.

Recuerdo que, cuando era adolescente y leí la saga de *El Señor de los Anillos* por primera vez y luego vi las películas, pensé: ¡Qué aburrido es Frodo! ¡Yo quería ver a Légolas y a Aragorn peleando contra los orcos! Pero, ya que he vivido más, que he aprendido más, me doy cuenta de que uno de los

puntos más hermosos de la saga es cuando Galadriel dice: “Hasta la persona más pequeña puede cambiar el curso del futuro”. Por eso, Frodo es el héroe, porque sin ser de una raza cuasi-mágica, sin ser el heredero legítimo del trono, nada más es un chavito, de una raza pequeñita, que tiene una vida super sencilla... De pronto ¡todo el destino del mundo está en sus manos! Nada de lo que haga Aragorn, ninguna de sus batallas, tiene sentido si Frodo no destruye el anillo. Y, entonces, al final, cuando Frodo no puede matar a Golum, recuerdo haber pensado: ¡Qué pendejo es Frodo! Y luego me di cuenta de que lo que hacía heroico a Frodo era su inmensa compasión... Cuando se niega a matar a Golum es porque ve en Golum lo que él podía llegar a convertirse... Por eso le dice a Sam: “No puedo matarlo, porque tengo que creer que hay un camino de vuelta” Y eso, al final, es lo que lo salva, y salva a todo el mundo (Maik, 34 años).

En cuarto sitio está el *modelo de la prudencia*. Esa voz interior que nos avisa del peligro, que nos previene de actuar de manera imprudente, la voz de la conciencia, como suele llamársele.

De mis personajes favoritos he aprendido muchas cosas. Por ejemplo, Kenshin (Rurouni Kenshin) me enseñó que tengo que pensar las cosas antes de hacerlas, sobre todo en las redes sociales, porque uno nunca sabe quién te está observando... Como cosplayer tienes que ser muy cuidadosa porque, desafortunadamente, a la primera que falles te lo van a reprochar... Si yo no pensara las cosas detenidamente, ya habría tenido muchos problemas (Hitomi, 28 años).

En quinto lugar está el *modelo del amor ideal*, que sintetiza la forma como nos gustaría amar y ser amados, y también, la importancia del desapego, de dejar ir a aquellos que no pueden amarnos como deseáramos que lo hicieran.

Tomoyo me gusta por la forma como ama. Cuando le preguntan si está enamorada de Sakura, ella responde: “Sí, pero si ella se encuentra feliz con otra persona, nada podría hacerme más dichosa”. Si un día yo amo a alguien, quiero que sea así (Alfredo, 33 años).

Cuando vi *Junjo Romantica* mi relación amorosa estaba llegando a su fin... Entonces, el personaje de Hiroki me enseñó a dejar ir, porque él no era correspondido. Me hizo preguntarme: ¿Me debería aferrar a esto? ¡Realmente, no! Y ahorita que Hiroki está feliz con el personaje de Nowaki, quisiera que mi próxima relación sea como la de ellos dos (Carito, 22 años).

En sexto sitio está el *modelo de la madurez*, ese estado que debemos alcanzar cuando dejamos la infancia atrás y nos convertimos en adultos, con todas las dificultades y retos que esto implica.

Yo admiraba a Link desde que era pequeño, porque es un niño que tiene que enfrentarse a mil y un cosas para aprender a crecer (Jorge, 20 años).

En séptimo, está el *modelo de la autonomía*, la capacidad de tomar nuestras propias decisiones, al margen de lo que los demás piensen que debemos hacer, y también la capacidad de decidir quiénes somos y quiénes queremos ser, más allá de cualquier expectativa ajena.

Creo que en mi vida cotidiana aplico mucho las enseñanzas de Jughead (*Riverdale*), de no permitir que me moldeen los demás, si mis amigos son una cosa, yo no voy a ser igual que ellos... O si en mi familia quieren que yo sea de cierta manera, simplemente seré lo que yo quiera ser, no para complacerlos a ellos (Bolis, 16 años).

Finalmente, está el *modelo de la vocación*. Ese llamado que nos indica cuál es el camino que nos conducirá hacia la realización personal o a la potencialización de nuestras virtudes y habilidades, así como a los espacios en donde podemos ser más útiles a los demás.

Yo creo que mis personajes favoritos me inspiraron a estudiar mi carrera, que es enfermería... donde buscamos ayudar a las demás personas cuando se puede, intervenir si necesitan algo, si están en una urgencia, siempre buscar el bienestar de esa persona... Esos personajes me inspiraron a ayudar a otros sin mirar a quién (Jorge, 20 años).

CONCLUSIONES

Como podemos observar, los personajes favoritos de los sujetos investigados representan un modelo particular de conducta que los inspira a ser una mejor versión de sí mismos. Sin embargo, ese modelo no es casual, está íntimamente relacionado con la etapa de la vida que están atravesando. Por ejemplo, para Maik (34 años), Frodo se convirtió en un modelo de conducta hasta que llegó a la vida adulta y pudo comprender la importancia de la compasión para ganar cualquier batalla, sobre todo, aquella que tenemos que sostener, tarde o temprano, con nosotros mismos. De igual forma, para Alfredo (33 años) y todos aquellos que señalaron el *modelo de resiliencia* como un principio fundamental en sus vidas, esta cualidad no sería igual de relevante si no tuvieran la experiencia suficiente para saber lo que significa “resistir los embates de la vida” o “caerse y aprender a levantarse”.

Por otro lado, para Jorge (20 años), sus personajes favoritos pueden ser modelos vocacionales porque justamente está en el proceso de elegir una carrera. Y, finalmente, para Bolis (16 años), el personaje que más la inspira (Jughead) es un *modelo de autonomía* porque esa es la cualidad que necesita aprender en este momento de su vida. Por tanto, se puede concluir que los modelos de conducta que los sujetos investigados construyen a partir de sus personajes favoritos están íntimamente ligados con la etapa de la vida que están atravesando y se adecuan a las necesidades específicas de guía que requieren en ese momento.

Otro elemento importante que se puede observar en los modelos de conducta identificados es que pareciera que ninguno de ellos se contradice con los postulados básicos de los códigos morales propuestos por instituciones más tradicionales en México, como la familia, la iglesia o la escuela; al contrario, se complementan. Sin embargo, eso no significa que algunos de los elementos que configuran la brújula moral de los sujetos de investigación y que provienen de la cultura friki, en general, no de sus personajes favoritos, sí entren en contradicción con los códigos que sostienen la iglesia y algunas familias en México. Por ejemplo, para Hitomi (28 años) la cultura friki le ha ayudado a tener una mayor apertura mental, a ser más tolerante y a vencer los prejuicios que se encuentran tanto en su núcleo familiar como en la institución religiosa a la que pertenece: la católica.

Mi brújula moral es que, si no estás dañando a nadie, no tiene nada de malo lo que estás haciendo... Y creo que la fuente principal de este pensamiento es la cultura friki. Porque, tanto mis padres como mi religión, la católica, todavía son muy cerrados, muy cuadrados... Por ejemplo, yo tengo amigas que hacen cosplay de lencería, y hay gente que las critica diciendo: “¿Por qué hacen eso?” “¿Cómo pueden mostrar su cuerpo?” Yo no creo que tenga nada de malo, es un tipo de arte... y esa forma de pensar tan abierta es de la cultura friki (Hitomi, 28 años).

Este ejemplo particular nos ayuda a comprender, con mayor profundidad, cuál es el rol de la cultura friki en la configuración de los modelos de conducta de los sujetos investigados en comparación con el papel que juegan otras instituciones más tradicionales. Y es que, gracias a la naturaleza contingente, heterogénea, glocal y transmediática de la cultura friki, sus narrativas tienden a ser más abiertas, progresistas y actuales y, como se ha visto hasta ahora, la participación de los frikis en el proceso de reelaboración de textos mediáticos es mucho más activa que la que pudiera darse en la actualización de los discursos hegemónicos provenientes de las instituciones antes señaladas, porque sus estructuras son más verticales, mientras que las que conforman la cultura friki son mucho más horizontales y, por tanto, es más fácil participar activamente en ellas.

La cultura friki llena, de alguna manera, “los huecos” que dejan estas otras instituciones por su apertura y flexibilidad, por su capacidad de adaptarse a los nuevos tiempos, y también porque permite que sus miembros tengan una participación más activa en la transformación de sus narrativas. Los frikis, como prosumidores (Scolari, 2013), tienen mayores posibilidades de reescribir las características de sus héroes (o, en algunos casos, antihéroes), de reelaborar sus propios mitos, a partir de sus fanfictions, de su fanart o de sus fanvids, de sus campañas en las redes sociodigitales para “cancelar” ciertos personajes, modificar el rumbo de una historia e incluir personajes más diversos.

Referencias bibliográficas

Ameigeiras, A. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social. En I. Vasilachis (Ed.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 107-151). Gedisa.

- Camacho Quiroz, N. P. (2021). *Los frikis y su construcción de modelos de conducta a partir de los discursos de la cultura friki en México* [Tesis doctoral]. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ptd2021/septiembre/0815502/Index.html>
- Campbell, J. (2004). *En busca de la felicidad. Mitología y transformación personal*. Kairós.
- Eliade, M. (1991). *Mito y realidad*. Labor.
- Espino Martín, J. (2020). *El mito y el cómic: Un recorrido de la mitología clásica por las distintas manifestaciones del noveno arte* [curso online]. Instituto de Investigaciones Filológicas, Educación Continua y Educación a Distancia, UNAM.
- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. <http://medioexpresivoscampos.org/wp-content/uploads/2012/04/LA-CULTURA-COMO-IDENTIDAD-Y-LA-IDENTIDAD-COMO-CULTURA1.pdf>
- Giménez, G. (2016). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Secretaría de Cultura/ITESO/Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana/Universidad Veracruzana.
- Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Norma.
- Hernández Núñez, S. (2015). *Análisis del consumo de bienes culturales como formadores de identidad en los jóvenes de 15 a 29 años que asisten a la Frikis Plaza de la Ciudad de México* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. Routledge.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Paidós.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Paidós.
- López, L. (2017). *Seminario de Recepción de Medios y Productos Culturales*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Leibrandt, I. (2019). Los contornos estéticos de Narciso: Reflexiones sobre la actualización de un anti-héroe y su transmisión a través de sus imágenes, valores y problemas. En R. Gutiérrez Delgado (Coord.), *El renacer del mito. Héroe y mitologización en las narrativas* (pp. 95-115). Comunicación Social.

- Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). Antihéroe. <https://dle.rae.es/antih%C3%A9roe>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Valadez Tapia, F. (2019). *Los frikis en México: ejemplo de un novísimo movimiento social* [Ponencia]. X Congreso Latinoamericano de Ciencia Política (ALACIP). Asociación Mexicana de Ciencia Política / Tecnológico de Monterrey.

SEMBLANZA

Nadieżhda Palestina Camacho Quiroz

Es Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con especialidad en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Comunicación por la misma institución y Licenciada en Comunicación por la Universidad Modelo. Ha centrado su formación académica en el área de Comunicación y Cultura, particularmente en la investigación social. Se ha desempeñado profesionalmente como docente a nivel de estudios superiores y como ayudante de investigación. Ha sido facilitadora en proyectos sociales y ha participado en la organización y difusión de eventos culturales.