FRIKILOQUIO 2014

I Coloquio de Humanidades y Ciencias Sociales sobre Culturas y Consumos Freaks

Presentación

Durante los años '60, Frank Zappa dijo "el *Freaking Out* es un proceso mediante el cual una persona se despoja de las normas obsoletas y restringidas de pensar, de vestir y de la etiqueta social con el fin de expresar CREATIVAMENTE su relación con su medio ambiente y la estructura social en su conjunto." Es *freak* quien construye su identidad a través de la ruptura con los estándares socialmente aceptados. Sin embargo, aún cuando pudiera parecer en principio una perspectiva individualista, reviste un fuerte carácter colectivo.

La cultura *freak*, o friki, de acuerdo a su transliteración al español, se ha desarrollado a lo largo de todo el siglo XX. Pensada en el marco de la cultura de masas, nos remite a consumos culturales alternativos, marginales, poco comunes, pero con una activa y entusiasta participación de los/as consumidores/as culturales, que establecen relaciones y prácticas comunitarias e identitarias en torno a los bienes culturales vinculados a sus preferencias.

La globalización de la cultura, gracias a los nuevos medios de comunicación, ha ampliado las fronteras de estos grupos, antes reducidos, internacionalizándolos y dándoles una masividad de la que carecían, particularmente fuera de los países centrales. Por tanto, nuestra sociedad (como tantas otras) es testigo de la aparición constante de nuevos bienes culturales y nuevas prácticas sociales e identitarias relacionadas con ellos. Sin embargo, su recepción, fuera de su contexto espacial (y muchas veces temporal) de producción, nos exige reflexionar sobre sus contenidos.

Por su parte, el *fandom*, es decir, el mundo creado por y para fanáticos, no constituye un universo escindido de lo "real" sino que configura, para quienes lo conforman, nuevas visiones sobre su realidad cotidiana y contemporánea. Los fans, consumidores activos de obras de culto, configuran una cultura alternativa que permanece invisibilizada por su adherencia a la cultura hegemónica. Aún cuando un *fandom* particular se encuentre, quizás, centrado en un producto de la cultura hegemónica, se diferencia en tanto que excede el simple consumo para transformar su objeto en el eje de una forma de percibir y vivir el mundo. Tal como plantea Henry Jenkins, el *fandom* es una estrategia colectiva, una comunidad interpretativa estructurada a su vez en múltiples subculturas.

En este marco, la cultura de masas nos exige repensar las perspectivas para abordar los productos culturales. Existe una perspectiva de la transmisión de la cultura

vinculada a la geografía, basada en las relaciones de control ideológico. Pero también, tal como plantea James W. Carey, es necesario entender la transmisión cultural dentro del marco de la comunicación desde una perspectiva temporal, como mecanismos de preservación social. Este punto de vista nos invita a pensar la función de los productos de la cultura de masas (y, dentro de ésta, de las expresiones del entretenimiento popular) no solo como mecanismos de control, sino también como partes componentes de un espacio donde las sociedades construyen, debaten y reformulan las creencias comunes que le permiten mantener un universo cultural y simbólico que brinda un marco organizado para la acción humana.

Los productos de la cultura de masas ofrecen un discurso, que, como tal, se reconocen en una posible conversación con la sociedad y la cultura en la que están insertos, con el resto de los discursos de la esfera pública, con la historia del medio en que se desarrollan, entre otras cuestiones. Pero especialmente se definen en un diálogo con su público. El *fandom*, especialmente, tiene todos sus sentidos abiertos a este intercambio simbólico. Convocamos a estas jornadas con el objetivo de avanzar este diálogo posible que, en tanto fans y freaks, mantenemos con los objetos de nuestras preferencias estéticas y emotivas. Queremos poner en común las maneras en que nos sentimos interpelados por aquello que nos gusta, nos mueve, nos involucra, y configura nuestra realidad simbólica y alternativa.

Finalmente, vale mencionar que en diversos ámbitos académicos nacionales se han desarrollado investigaciones individuales vinculada a estas temáticas. Nos proponemos entonces realizar un encuentro que ponga en común las diversas perspectivas y las visiones innovadoras con respecto a estos objetos de estudio, abordados a partir de diversos marcos teóricos y campos disciplinarios, con el objetivo de establecer un fértil campo de estudio que involucre los consumos culturales masivos y alternativos, a la vez, y la manera en que éstos reflejan y construyen nuestra experiencia cotidiana como sujetos y como intelectuales.

Ejes temáticos tentativos:

- Diversas configuraciones de criaturas sobrenaturales
- Nuevas versiones de lo fantástico y maravilloso
- Distopías, ucronías, mundos futuros
- Metatextualidad y realidades alternativas
- Perspectivas históricas en la representación de mundos ficcionales
- Construcciones lingüísticas y textuales
- Identidades y género en el consumo de culto
- Discurso político en los productos de la cultura de masas

Objetos de estudio propuestos:

Juegos

- Juegos de rol
- Videojuegos
- Juegos de cartas
- Juegos de mesa

Medios (cine, TV y radio)
- Sitcoms
- Series y películas de ciencia ficción
- Series y películas de terror
- Series y películas de mundos fantásticos
- Series y películas de acción y artes marciales
- Radioteatros y dramatizaciones radiales
- Anime
- Clip culture
- Webseries

Literatura y gráfica
- Cómics e historietas
- Manga
- Novelas gráficas
- Literatura de culto
- Literatura alternativa
- Sagas
- Fanfiction

Corporalidades
- Recreacionismo
- Performance y danzas
- Representaciones teatrales
- Cosplay

Música y sonido
- Bandas sonoras originales
- Fanmusic
- Covers
- Musicalizaciones

- Pautas para la presentación de trabajos

Las **propuestas de ponencias individuales** deberán incluir un resumen del trabajo de no más de 250 palabras, junto con una presentación académica de cada ponente, de hasta 200 palabras, con el objeto de permitir la selección de los trabajos.

Se invita también a **propuestas de mesas**, integradas por 4 ponencias y una coordinación, mediante un texto presentación de 500 palabras que incluya, junto con la descripción general de la mesa, una breve descripción de los trabajos de cada ponente. Deberán incluir también las presentaciones académicas, al igual que las ponencias individuales, de 200 palabras cada uno/a.

A partir de la aceptación de las ponencias y mesas se solicitará la presentación de **resúmenes extendidos**, de hasta 1500 palabras, previamente a la presentación de los trabajos en el Frikiloquio. Estos resúmenes extendidos consistirán en la presentación del tema, la hipótesis principal y el marco teórico-metodológico con el que se abordará la cuestión. Se contempla también la publicación del texto completo de las ponencias, cuyos requisitos de presentación se enviarán en una fecha posterior a los ponentes seleccionados, pero que en ningún caso deberán exceder las 6000 palabras.

Asimismo, se convoca a la **presentación de pósters académicos**, particularmente aquellos que se diseñen en el marco de un proyecto de investigación individual o colectivo, que expongan gráficamente las pesquisas, problemáticas e ideas en torno a dicha investigación. Los pósters se exhibirán públicamente durante la realización del encuentro y se promoverá el intercambio entre los expositores y los participantes. La propuesta de pósters debe incluir un texto de 250 palabras como máximo que describa el tema y modo de la representación gráfica, así como una presentación académica del/de la autor/a de no más de 200 palabras. Los pósters seleccionados deben presentarse en tamaño A1, impresos en material y color que permita la mejor legibilidad y comprensión.

Todos los textos deben enviarse en el cuerpo del mail a la siguiente dirección:
frikiloquio@gmail.com

El asunto del mail debe consignar el tipo de texto enviado (resumen, mesa o póster) y las iniciales de quienes realicen la presentación. Ejemplo de asunto: “Resumen JR”.

- Fechas importantes:

Frikiloquio: 21, 22 y 23 de agosto

Propuesta de mesas: 15 de abril
Confirmación de aceptación de mesas: 5 de mayo

Propuestas de ponencias individuales: 30 de mayo
Confirmación de aceptación de ponencias: 20 de junio

- Contacto:

frikiloquio@gmail.com