

apropos

[Perspektiven auf die Romania]

Sprache/Literatur/Kultur/Geschichte/Ideen/Politik/Gesellschaft

La piñata como meme, artesanía y objeto transcultural:
de las posadas, galerías de arte en Facebook hasta una *lootbox* en
Fortnite

Hans Bouchard

apropos [Perspektiven auf die Romania]

hosted by Hamburg University Press

2021, 7

pp. 78-100

ISSN: 2627-3446

Online

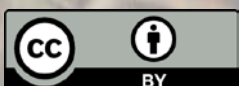
<https://journals.sub.uni-hamburg.de/apropos/article/view/1830>

Zitierweise

Bouchard, Hans. 2021. „La piñata como meme, artesanía y objeto transcultural:
de las posadas, galerías de arte en Facebook hasta una *lootbox* en *Fortnite*.“ *apropos*
[Perspektiven auf die Romania] 7/2021, 78-100.

doi: <https://doi.org/10.15460/apropos.7.1830>

Except where otherwise noted, this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license (CC BY 4.0)



Hans Bouchard

La piñata como meme, artesanía y objeto transcultural:
de las *posadas*, galerías de arte en Facebook hasta una *lootbox* en
Fortnite

Hans Bouchard

es docente e investigador de
literatura hispánica y ciencias
culturales y estudiante de doctorado
en la Universidad de Siegen.

Hans.Bouchard@uni-siegen.de

Palabras clave

Objetos culturales – prácticas – web – medios – cultura popular

Introducción

Los tejidos producidos como *textum* permiten enfoques culturales interesantes que fueron analizados y discutidos como discursos culturales en el contexto del *Nationbuilding*, p. ej. *La raza cósmica* de Vasconcelos o *Nuestra América* de José Martí. Pero incluso objetos de otras materialidades pueden fungir como texto e insertarse en diversos contextos transmediales. Para demostrar esas dinámicas quiero presentar el caso de las *piñatas*, desde mi punto de vista un objeto transcultural y transmedial que cuenta con formas de representación en ámbitos sumamente distintos. Las piñatas son parte de los rituales y las prácticas religiosas (*posadas*), pero también forman parte de la cultura popular, encontrando escenificaciones filmicas y mediáticas (*La madre buena*) y nuevos entornos socioeconómicos, como imágenes en la galería web de la Piñatería Ramírez (en *Facebook*), hasta terminar en el videojuego popular de *Fortnite* como objeto de monetización (*lootbox*).

El presente artículo trata de analizar de manera cualitativa y fenomenológica la piñata y sus transformaciones como objeto transcultural desde una perspectiva transmedial en un estudio ejemplar con enfoque en México¹, los espacios de la web y las plataformas sociales. Por lo tanto, las preguntas que guían mi investigación son: ¿Qué es un objeto transcultural? ¿Cuáles son las posibles características de un

¹ La recepción de la piñata se podría extender a varios países de Latinoamérica. El recorte mexicano presentado aquí se debe a los ejemplos peculiares del entorno mexicano, especialmente a la Piñatería Ramírez y el cortometraje *La madre buena*.

objeto transcultural que incluso lo pueden situar en un ambiente transmediático? ¿Qué tipo de miradas pueden ofrecer los objetos transculturales desde la cultura popular?

En primer lugar, propongo presentar y discutir el concepto de transculturalidad para ofrecer la perspectiva necesaria sobre el concepto de cultura(s) y poder incluir la vasta gama de ejemplos y formas de representaciones que ofrece la piñata. En segundo lugar, presento varias formas de la piñata y sus contextos respectivos. Por último, elaboro ciertas características para objetos culturales exitosos y propongo que un criterio fundamental para el éxito es su potencial de transformación de materialidades y contextos socioculturales y económicos.

Conceptos de transculturalidad: ¿desde la esfera (cultural) hasta las plataformas (sociales)?

[El concepto de] ‘transculturalidad’ debería [...] señalar que la conceptualización actual de las culturas está fuera del viejo concepto del objeto esférico y que ello se debe a que los determinantes culturales traspasan las sociedades, tal que las relaciones culturales actuales se puedan caracterizar más bien por conexiones y similitudes (Welsch 2017: 12; mi traducción).²

Welsch distingue su concepto de transculturalidad de la conceptualización de cultura nacional como objeto esférico propuesta por Herder, quien habla de un «centro de gravedad» y una «felicidad» interna (Herder en Welsch 2017: 10; mi traducción). Más bien, la transculturalidad ofrece un modo de ver lo otro y deshacer las relaciones culturales jerárquicas, mostrando los tejidos y las interrelaciones culturales como la norma, en vez de esferas herméticas y enfoques esencialistas.

Sin embargo, no se puede negar que los discursos nacionales y estereotipos sociales encarnan realidades políticas en distintas formas. Especialmente en la época de la infodemia³, así denominada por la Organización Mundial de la Salud, y un sinnúmero de conspiraciones (p. ej. *flat earth*) e informaciones falsas (*fake news*) de distintas índoles, es necesario aceptar ciertas *realidades* de las esferas culturales (y nacionales), sin negar también la realidad de un ámbito cultural diverso y pluralista. Ambas son *realidades culturales* que resultan de la complejidad de nuestras sociedades y del creciente número de espacios y dimensiones que trataré de visibilizar en este artículo.

² «‘Transkulturalität’ sollte, [...], darauf hinweisen, dass die zeitgenössische Verfassung der Kulturen *jenseits* der alten, kugelhaften Verfassung liegt und dass dies eben insofern der Fall ist, als die kulturellen Determinanten nunmehr *quer* durch die Gesellschaften *hindurchgehen*, so dass kulturellen [sic] Verhältnisse inzwischen durch Verflechtungen und Gemeinsamkeiten gekennzeichnet sind» (Welsch 2017, 12).

³ «Una infodemia es una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados por difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas» (OMS 2020).

Para ello es necesario repensar las esferas culturales⁴, sin enfocar un centro nacional y esencial, y tratar de insertarlas en un ámbito transcultural, destacando las implicaciones problemáticas del modelo esférico. En consecuencia, nuestro mundo como esfera también ofrece espacio para todas nuestras realidades cotidianas, sus contradicciones y tensiones que se pueden situar conceptualmente entre la omnipresencia del *globus* (y su concepto de globalización) o en las configuraciones localizadas (en estratos demográficos o socioculturales), no siempre de índole nacional.

Es importante destacar la crítica válida de las concepciones nacionalistas y las respectivas connotaciones y suposiciones que a la vez producen una diferencia productiva que permite plasmar los vacíos y puntos flacos de los conceptos culturales. ¿Qué pasaría si nos acercáramos a las materialidades concretas de esas esferas? ¿Qué ocurriría si pudiéramos localizar diferencias culturales de manera neutral, aceptando las contradicciones y divergencias, así como los discursos y conflictos? ¿Qué ganaríamos si nos acercáramos a las culturas sin definiciones normativas y esenciales, sino descripciones abiertas de prácticas y materialidades localizables?

La esfera, nuestro mundo, es tan nacional(ista) como transcultural, tan diversa como calculable mediante cifras y números. No importa si nos queremos referir a ello desde las distintas perspectivas y configuraciones: p. ej. mediante el concepto de globalización de Ritzer y Dean, que incluye entre otros los conceptos de «flujos» y «barreras» (cf. Ritzer & Dean 2019, 3-16) o la semiosfera y su interconectividad basada en la relacionalidad:

[...] ningún mecanismo puede funcionar como un sistema aislado, inmerso en un vacío. Una condición ineludible de su trabajo es el estar inmerso en la semiosfera –el espacio semiótico. Cada mónada semiótica, precisamente en virtud de su carácter aislado y su originalidad semiótica, puede entrar en relaciones de convergencia con otra(s) mónada(s), formando en un nivel más alto una unidad bipolar (Lotman 2000, 103).

Quizá se configuren esas representaciones esféricas de las piñatas como «originalidades semióticas» desde sus «mónadas» respectivas. Sin embargo, esas mónadas no solo se describen de manera semiótica, sino que forman también parte de distintas dimensiones materiales y socioculturales: plataformas web, economías mediáticas, cortometrajes y canciones, prácticas y rituales, así como videojuegos.

En vez de desechar el concepto de esferas, propongo fijar la mirada en los aspectos transculturales, transmediales y materiales mediante una esfera cultural (la piñata) y sus distintas formas de representación ya mencionadas. Pare ello es necesario indagar en:

- La descripción concreta de los espacios y las formas de representación

⁴ En este sentido, las esferas culturales se refieren por un lado al concepto de cultura de Herder, quien configura la cultura (nacional) como esfera y que resulta en implicaciones como la homogeneidad cultural y la delimitación hacia afuera (cf. Welsch 2017, 10-11). Por otro lado, la piñata –como esfera (trans-)cultural– se puede usar como objeto esférico para plasmar las relaciones transculturales plantadas por Welsch, pero que también es capaz de describir las contradicciones de otra esfera en la que vivimos: nuestro mundo.

- La consideración de las materialidades y relaciones de los sistemas
- La localización descriptiva de las prácticas
- La discusión de los conceptos utilizados

Los conceptos de alteridad, diferencia y demarcación describen realidades socioculturales innegables, que –como lo menciona Welsch– tienen que ser tratados de manera crítica y reflexiva. Se trata, por lo tanto, de destacar las materialidades de los espacios y actores, tal como su relacionalidad y las prácticas de producción y reducción de diferencias culturales. Ello implica –en el caso de las piñatas– una perspectiva transcultural, tal como procedimientos transmediales, sin alejar los productos y las prácticas culturales de las realidades de los diversos ámbitos y sistemas de producción, es decir, los que crean los espacios de interacción. Cabe destacar que no se trata únicamente de diferencias, sino también de similitudes y continuidades que suelen ser resultado de los procesos de diferenciación.

Las prácticas culturales pueden trasgredir fronteras y limitaciones. Las plataformas sociales⁵ –siendo también un espacio donde las piñatas se pueden encontrar– producen condiciones espaciales interesantes, dado que crean fronteras y demarcaciones abiertas, así como nuevos espacios y formas de representación. Ellas permiten una cierta diversificación y heterogeneidad –que de acuerdo con los modelos de negocio⁶ se basan en la personalización y construcción de modelos de usuarios (cf. Alaimo & Kallinikos 2019)– para y mediante los procesos de distribución. En este sentido, cumpliríamos con los requisitos para una utopía transcultural en las plataformas. No existen fronteras nacionales⁷, sino categorías de relevancia (p. ej. «tendencias») basadas en países (u otras localizaciones y lenguajes); tampoco existen redacciones, sino recomendaciones y métricas sociales adaptadas a nuestro comportamiento y gustos, que rigen por otra parte los procesos de distribución mediante *algoritmos*. Las plataformas producen, transforman y gobiernan sociedades y las utopías y promesas de esos espacios crean estímulos para ser deseados. De todos modos, nuestros cuerpos forman parte de contextos socioculturales fuera de las plataformas. Ello no establece una demarcación esencialista entre los pares *online/offline* o analógico-digital, sino un continuo de posibilidades⁸ por explorar, pero que, a la vez, requieren condiciones distintas. Eso se puede destacar para las formas de representación

⁵ En este trabajo se tratarán las plataformas Facebook y YouTube. Para una distinción terminológica de las plataformas, cf. Van Dijck (2013, 8). Para una terminología de enfoque económico, cf. Srnicek (2017, 43, 49). Desde mi planteamiento, quiero enfocar la perspectiva de las plataformas como espacios sociales.

⁶ Véase Van Dijck y sus dimensiones analíticas que tratan de deconstruir las plataformas como microsistemas en las dimensiones como *techno-cultural constructs* y *socioeconomic structures*, tal como las relaciones que configuran esos sistemas (cf. Van Dijck 2013, 28).

⁷ Aunque en realidad sí existen ciertas fronteras nacionales, porque esa información se puede extraer de las direcciones de IP (*Internet Protocol*). Ello puede generar casos como la así denominada *Great Firewall* en China, que según Vaidhyathan describe un sistema fluido y situacional de acceso y control, comparable con el sistema en *Brave New World* de Aldous Huxley (cf. Vaidhyathan 2011, 125).

⁸ Ese continuo no parece ser incluido por Nassehi cuando se refiere a las dicotomías y los códigos binarios de la sociedad y su digitalidad inherente (cf. Nassehi 2019, cap. 4).

correspondientes en los ámbitos de educación (*en línea*), política (*infodemia, bots*), sociedad (*plataformas sociales, scammer* (cf. Bouchard 2021)), cultura y entretenimiento (*streaming, memes*) etc.

Los espacios de las plataformas sociales posibilitan por lo tanto también la ampliación de nuestros espacios y prácticas en los ámbitos políticos, sociales, económicos y culturales e interactúan de manera recíproca. Las pluralidades de existencias en las plataformas conviven junto a las prácticas explotadoras de comercialización cultural y es el logro de las ciencias culturales poder tratar esas resistencias y contradicciones desde distintas perspectivas en sus contextos respectivos, afirmando o desafiando concepciones y representaciones normativas de las sociedades.

La piñata en México: ¿una esfera (trans-)cultural?

La historia de las piñatas se puede describir como un proceso funcional (evangelizador) además de ser transcultural, para el ámbito mexicano. Se puede decir que ese aspecto transcultural se puede observar, sin situar el origen de la piñata en China (*Da Chun Niu*; fiesta de año nuevo)⁹ o en Italia (*pignatta*; tradición en Cuaresma), al llegar a México con la Conquista española y su previa aplicación en el *Domingo de Piñata* en España.¹⁰ Hoy día en México es parte integral de las fiestas de cumpleaños para niños, al mismo tiempo que aún perdura su función religiosa en las *posadas decembrinas*¹¹ (desde 1587 en el *Convento de San Agustín*, Acolman, Estado de México). Con la codificación musical en 1995 por Tatiana, «la reina de los niños», una famosa actriz y cantante, de una versión pop de la canción *Dale, dale, dale* (en el CD *¡Brinca!*, 1995), se puede mostrar claramente que la piñata ha encontrado su camino en la cultura popular mexicana como elemento indispensable. Con el tiempo, la presentación física de la piñata ha evolucionado:

Earthen pots with decorated cones have been replaced by a sturdier bamboo frame and papier-mâché construction. The seven horned star is often replaced by a beer bottle, a local politician, Dora the Explorer, Spider Man, or some other popular figure. What began as spiritual practice to explain and commemorate the birth of Christ at Advent and Christmas has become a festive practice to celebrate a child's birthday or some other joyful life event (Cavazos-González 2016: A3-4).¹²

La figura clásica de la piñata, que podemos encontrar en forma de esfera de papel maché colorida (antiguamente de barro) en época de las posadas, se caracteriza por siete picos que simbolizan los pecados mortales que deberían ser destruidos con una fe ciega (a los *fieles* se les pone una venda) y con un palo, siendo

⁹ Cf. Chen (2015: 109-124), quien critica la adopción poco crítica del origen chino, dado que no existen fuentes para mostrar que la tradición China *Da Chun Niu* haya sido importada por Marco Polo en Italia.

¹⁰ Cf. Weckmann (1994: 210) y Foster (1962: 305) en Chen (2015: 113s.).

¹¹ Con el término de las *posadas* se refiere a las fiestas populares antes de Navidad (del 16 al 24 de diciembre) que se celebran no solo como misas en un ámbito religioso, sino también en un contexto familiar-popular (cf. Pastrana Santos 2019, 167-171).

¹² Cf. Cavazos-González (2016: A3ff.), que habla de lo «historical cotidiano» en un contexto espiritual-religioso. Estoy de acuerdo de que se trate de una práctica cultural, pero no me parece necesario enfocar lo religioso y espiritual en las representaciones populares.

gratificados con los dulces y frutos guardados en las entrañas de esa esfera: naranjas, cacahuates, jícama, mandarina, caña de azúcar, lima, tejocote, a lo que se añade hoy en día también un surtido de dulces mexicanos.



1 | Piñata de estética clásica en una tienda artesanal en Metepec, Estado de México 2013 (Foto de Martha P. Monroy).



2 | Una ceremonia menos colorida en la fábrica de Sopa en Sobre de la empresa mexicana *La Moderna* (Foto de Fabiola Reyes, 20.12.2012).

La teoría, historia y el simbolismo de la piñata clásica solo caben en un cierto contexto religioso de las *posadas*. En consecuencia, han sido apropiadas por la cultura popular en distintas formas: desde el Chapulín Colorado hasta Superman, o en el caso de la Piñatería Ramírez en función cronista-memética, por ejemplo, en forma de «los rateros de la combi»¹³, «el avión presidencial» o «el coronavirus». Las piñatas se lucen en fiestas de cumpleaños como objeto destinado a su destrucción para conseguir los tesoros escondidos, alegrando no solo a los jóvenes sino también a todos los participantes.



3 | Piñata del coronavirus y el presidente Putin con su vacuna Sputnik V (Piñatería Ramírez 14.08.2020).

La piñata en la figura 3 recurre a los potenciales meméticos de las imágenes del presidente ruso, Vladimir Putin, p. ej. montando un caballo con torso desnudo. En la piñata, Putin está mostrado con la jeringa de la vacuna rusa, Sputnik V, que se anunció en agosto de 2020. Se puede notar el juego y la reciprocidad de los distintos sistemas mediales. Los medios *clásicos* que distribuyen p. ej. noticias suelen servir luego como muestras para la producción de memes¹⁴, así como para

¹³ Se refiere a un video viral, en el cual un robo en transporte público fue frustrado por los pasajeros que a continuación golpearon a los presuntos ladrones (cf. además nota 19).

¹⁴ Los memes no simplemente consisten en una combinación de elementos textuales, imágenes, o videos, sino que configuran en sí un sistema de prácticas culturales en un contexto localizado. El concepto del meme deriva de Dawkins en su libro *The Selfish Gene*, que habla de «a unit of cultural transmisión, or a unit of imitation» (Dawkins 2006, 192). Para otras discusiones del concepto de meme, véanse las definiciones de Shifman (2014: 39-42) y el poder discursivo de los memes según Wiggins (2019: 21-35). En lo siguiente, voy a utilizar el concepto de meme para referirme a objetos que son expresiones de relaciones de contigüidad y semejanzas. Ello conlleva que los memes pueden crear espacios culturales y constructos de identidad, pero que dependen también de su materialidad y formas de representación respectivas, sean textuales, visuales o audiovisuales.

facilitar las prácticas y transformaciones mediante comentarios humorísticos de los usuarios de la web y de las plataformas.

No importa si se trata de propaganda rusa en la web, si se discuten políticas de vacunación mediante exageraciones mediáticas o si se utilizan otras fuentes clásicas televisivas: todas esas diferentes representaciones son productos de relacionamientos entre distintos sistemas y dimensiones, sean de producción, sociales, culturales etc. Lo especial se puede encontrar en la potencialidad de los memes, o sea en la multiplicidad de distintas posibilidades de contextualizar, que puede ser similar o muy diferente de la forma de representación aquí mostrada en la figura 3. Esa potencialidad puede resultar en una conexión difusa de semejanzas y contigüidades que solo pueden ser captadas en su relación medial como imagen, video o combinaciones de textos. Las variaciones, recontextualizaciones y reproducciones son testigo de ese potencial fugaz y su rigidez al momento de ser mediatizado/formalizado.

A diferencia de la biblioteca de Babel de Borges, en cuyos paseos infinitos ya se encuentra todo a la espera de ser descubierto, las prácticas meméticas describen más bien la actitud de las sectas blasfemas en el cuento: «Una secta blasfema sugirió que cesaran las buscas y que todos los hombres bajaran letras y símbolos, hasta construir, mediante un improbable don del azar esos libros canónicos» (Borges 2011: 95-96). Ese improbable don del azar se encuentra en las configuraciones a distintos niveles, fuera de las relaciones esencialistas e inmanentes del objeto cultural en la relación con sus usuarios, consumidores y productores. Pero existe también otro aspecto en relación con el cuento de Borges que denominaría bajo el concepto de localización y contextualización que no se da en la búsqueda del libro perfecto, sino en las prácticas socioculturales de combinar, experimentar, producir y compartir, creando así una cierta universalidad y potencialidad fuera del objeto.

Por lo tanto, los memes no solo deberían ser vistos como objetos o artefactos, sino como procesos y prácticas. Esa potencialidad relacional conlleva otros efectos, por ejemplo, la posibilidad de no poder identificar todas las referencias respectivas en la articulación en contextos muy distintos del objeto, debido a su distribución masiva, pero también a la facilidad de cruzar fronteras y espacios. Esto coincide, posiblemente, porque la relación se establece en un contexto diferente a la dinámica de autor-lector. El autor y la autoría quedan fragmentados y únicamente se establecen relaciones entre el texto (o imagen), el contexto en donde aparece, y su función comunicativa en ese contexto. Los distribuidores y enunciadores, que pueden ser usuarios y procesos de distribución algorítmicos de tendencias y preferencias, confinan la autoría a distintas dimensiones: derechos de autor, cuando se basan en material fílmico o las marcas de agua de algunos sitios o canales de meme, que dejan ver el capital de la originalidad del meme en los sistemas de producción y distribución en las plataformas. Además, existe la dimensión

económica, que se mide en términos de las visualizaciones y reproducciones, pero también en forma del capital social y simbólico que se puede generar.¹⁵

Por lo tanto, la piñata en la figura 3 puede cumplir la función de una esfera cultural en el sentido de Herder, tal como permite una perspectiva diversificada que puede identificar los distintos entre-espacios¹⁶ y dimensiones: la estética web y sus formas de representación popularizadas del presidente ruso en su traducción *mexicana* en piñata; la crónica y noticia sobre el coronavirus y la vacuna Sputnik V; los sistemas de monetización y ámbitos de producción desde la venta de la piñata como artesanía hasta la publicación de su imagen en la plataforma de Facebook, ya sea como galería de arte, cronista popular o plataforma de publicidad para la venta. Esas dimensiones operan en un nivel mediático-discursivo, que incluso se puede pensar a escala global, pero localizado por medios locales y así difundido en los distintos espacios de las sociedades mexicanas, para ser traducido y reproducido de manera productiva con contenido y relaciones.

En el caso de la piñata, se puede situar ese potencial adaptivo en México mediante la tradición católica de las posadas en distintos espacios (fábricas, puesto de trabajo, jardines, casas, calles etc.) y en las prácticas idiosincráticas que adaptaron el objeto de la piñata a distintos contextos de celebraciones familiares (cumpleaños, fiestas etc.) y lo abrieron así como un referente y un objeto adaptado a la práctica cultural y popular. Esto permitió que la piñata se utilizara fuera del contexto mexicano como elemento transcultural y transmedial: como artesanía y símbolo de tradiciones y prácticas religiosas o nacionales, como contenedor memético, que permite relaciones transmediales, nacionales y culturales o como función en un videojuego, que inscribe relaciones transculturales y transmediales.

En nuestro caso, ello incluye conceptos *tradicionales*¹⁷ de una cultura nacional y diferencia cultural desde la dicotomía adentro-afuera, pero a la misma vez espacios de contacto adaptivos para la articulación de diferencias culturales y distintos procesos de transformación de índole transmedial: del cine, comic, libro o noticiero hacia la forma de piñata (p. ej. Spiderman, Batman, Putin), de la piñata hacia la *lootbox* en videojuego (monetización en *Fortnite*) y de regreso como juguete en forma de piñata llama (con copyright) para los aficionados del videojuego.

Desde la artesanía sacra hasta sus representaciones populares: las piñatas y el pragmatismo cultural

Desgraciadamente pocas veces tuve la oportunidad de visitar a mi familia en México en las navidades y por lo tanto carezco de experiencias propias de las

¹⁵ Véase las distinciones de capital y sus transformaciones en Bourdieu (1983). Justo esas transformaciones se pueden describir también para el ámbito de las plataformas sociales, sus métricas sociales de interacción y sus objetos respectivos.

¹⁶ Cf. Borsò (2021) para una discusión detallada de ese concepto.

¹⁷ El concepto de tradición debería ser distinguido de la «invención de tradición» descrita por Hobsbawm y Ranger (1991). No importa si es construida o imaginada, lo importante son las formas de representación y los distintos sistemas y dimensiones que se pueden observar.

tradicionales posadas y piñatas¹⁸. No obstante, mis parientes respetaron mis súplicas infantiles al introducir las piñatas fuera del contexto tradicional, mostrando un aspecto significativo de apertura para poder introducir ciertos objetos y prácticas en contextos y con actores diferentes: difundir una práctica cultural a un familiar que no puede acceder a ella. Mis experiencias con las piñatas se entrelazaron con mis encuentros transculturales en México, o en palabras de Pastrana Santos: «[las piñatas] son hoy seña de identidad de la población hispana en el mundo en el que trata de hallar acogida» (Pastrana Santos 2019: 170). ¿Pero cuáles son los criterios que establecen esa práctica cultural y que inhiben su reproducción en otros contextos (alemanes)?

El contexto religioso-cultural ofrece un criterio supuestamente irreproducible, dado que describe un espacio (temporal y cultural) en el que se normalizan ciertas prácticas en dadas épocas. En mi caso, ese espacio fue sustituido por un espacio familiar, que incluye otras dimensiones temporales y culturales (mi presencia). He aquí un proceso de transformación y de apertura que incluso deshace el simbolismo del objeto y lo transforma en mero juego y entretenimiento en familia. El mercado de piñatas populares señala que mi evidencia anecdótica no es el único caso en el que se abrieron los contextos y se creó incluso un nuevo mercado. Esto se basa en procesos de contigüidad y semejanzas y describe un cierto pragmatismo cultural: de las fiestas religiosas a las fiestas familiares.

Todo aquello que se pudo utilizar por ejemplo como objetos y prácticas para la evangelización, sean las *saturnalia* o el nacimiento de Huitzilopochtli que se transformaron en fiestas navideñas (cf. Pastrana Santos 2019, 164), también pueden aparecer en un contexto *bottom-up*: como una diferencia idiosincrática alrededor de una esfera cultural, o en una doble relación como práctica mexicana, familiar o religiosa. La tradición religiosa, localizada en los días festivos de la posada y sus ritos y símbolos religiosos pueden ceder a un cierto pragmatismo, que a la vez describe una apertura que posibilita diferentes formas de representación en contextos distintos, pero también similares. Los pecados mortales son substituidos por Elsa, Spiderman, el Chapulín Colorado u otros personajes relevantes en México.

Su función simbólica, por otro lado, puede ser retenida de distintas formas mediante las relaciones de contigüidad y semejanza, por ejemplo, en el contexto de la impunidad en México. En este caso, un ladrón quedó atrapado en una iglesia, tras huir después de haber robado una camioneta con una niña adentro. El delincuente cae y queda colgando como una piñata desde la azotea del templo, mientras que un «jugador» al canto de la gente («Dale, dale, dale»), lo golpea como si se tratase de una piñata. El suceso fue filmado. Se puede mirar la secuencia en YouTube, en el canal de AM Noticias 2019, <<https://www.youtube.com/watch?v=xOKKb5bInaM>>.¹⁹

La coincidencia de que lo acontecido ocurra en un templo no es lo único que plasma lo simbólico en esta práctica supuestamente descontextualizada. La fe ciega se

¹⁸ Para una contextualización histórica detallada, cf. Pastrana Santos (2019).

¹⁹ Ello recuerda al popular meme de «los rateros de la combi», que incluso se hizo viral con una cumbia que narró lo acontecido («17 mil putazos» de Salvatore Zamorini).

transforma en una pena social colectiva, en un raro festejo de justicia en un contexto de alta percepción de injusticia e impunidad en el país.²⁰ El dulce, que suelen obtener los niños tras destruir la piñata se transforma en el aparente restablecimiento de la justicia por parte de los adultos, no obstante, de manera violenta, aunque en un contexto humorístico-lúdico mediante el «juego» y canto. Esto conduce a pensar en el concepto de *failed state* y una cierta inmunización en contra de esos discursos de violencia e impunidad mediante las prácticas culturales.

Las fronteras fluidas entre un juego familiar y una práctica sociopolítica se pueden ilustrar mediante las demandas musicales («dale, dale, dale») y si se imagina el final del juego, en este caso sangriento, al destruir la piñata humana. ¿De qué manera se reestablece la justicia? ¿De qué sirve ese ritual colectivo de justicia, que es transformado por las semejanzas simbólicas en las prácticas del juego de la piñata?

Afortunadamente, también se puede ver a las autoridades presentes (policía y militares), que supuestamente intervendrán en ese juego peligroso, aunque parezca que también forman parte de las actividades. De todos modos, parece un ejemplo peculiar que ilustra las tensiones y contradicciones de las prácticas culturales que incluso pueden marcar la situación mexicana mediante las narrativas de un *failed state*²¹ o una sociedad democrática disfuncional. En las palabras de Monsiváis ya se puede notar esa oscilación entre ocurrencias y sus mediatizaciones, que dan la impresión de una omnipresencia de la violencia: «Se acentúa la impresión fatídica: aquí a nadie lo asaltan por vez primera, de tanto oír o leer o ver al respecto a todos nos han capturado en un taxi [...] La delincuencia procede por grupos que el miedo revalora como legiones» (Monsiváis 2011, 277, 280).

La variabilidad y contextualidad de la piñata se puede ver en el ejemplo dado. El papel maché se vuelve carne y hueso; el palo se mantiene en ambos contextos; en vez de niños «juegan» adultos y la piñata se vuelve un elemento central frente a un público que canta y alienta a los jugadores.

Hay lugar para violencia y justicia en el imaginario cultural, así como para formas de representación populares de la piñata que convergen de manera rara en lo anteriormente dicho. Además, es paradigmático para el éxito de la piñata que mediante su apertura formal y simbólica se logra adaptar a las realidades cotidianas de la gente.

²⁰ Esa percepción se puede corroborar en el *Índice global de impunidad*, que lista a México en lugar 60 de 69 países (cf. Le Clercq Ortega & Sánchez Lara 2020). Otro indicador similar puede ser el *Índice de percepción de corrupción* (véase Transparency International 2020). Para más información sobre las distintas dimensiones de la corrupción en México remito a la edición de Ferrer Calle (2021).

²¹ En otro sentido, aquella percepción se puede expresar en una gama de conceptos: *narcoestado*, *violencia*, *impunidad*, *pobreza*, *corrupción*, etc. En sus formas mediatizadas se pueden mencionar el narcotráfico y la violencia (feminicidios) en forma de movimientos sociopolíticos (#niunamenos) o productos mercantilizados (narcoliteratura, series y películas como *Chapo* o *Narcos*). Según Grayson: «The U.S. Joint Forces Command recommended that Mexico be monitored alongside Pakistan as a 'weak and failing' state that could crumble swiftly under relentless assault by violent drug cartels» (Grayson 2011, 267).

Las piñatas entre simbolismo y cultura popular: *La madre buena* de Sarah Clift

Las prácticas en la web no se pueden pensar sin los espacios de los usuarios y sin importar las dicotomías o diferencias de lo digital o los estados *online/offline*. Como podemos ver, se trata de procesos de transformación y representación a base de contigüidades y semejanzas de categorías y acontecimientos. Ellos pueden provenir de los espacios de la web, debido a la doble función como espacio de distribución y social. Pero incluso fuera de las representaciones en la web se puede ver como se transforma ese simbolismo religioso analizando el cortometraje *La madre buena* de Sarah Clift.

Mientras que la piñata clásica vive del simbolismo religioso y sus invariables códigos y temas (pecados mortales, fe, salvación/dulces) hay elementos que se dejan adaptar a un nuevo contexto. En *La madre buena* se muestra como las formas populares de la piñata pueden ser dotadas de simbolismo e incluso formular una crítica política, jugando con la ambivalencia que contraen las representaciones populares: destruir el propio superhéroe o ídolo durante el juego de piñata.

La trama trata de una madre mexicana que se propone cumplir el deseo de su hijo, quien quiere una piñata de Donald Trump para su fiesta de cumpleaños. El cortometraje insinúa por lo tanto una idolatría que conocemos de los superhéroes y personajes populares, algo que se amplifica por los discursos mediáticos televisivos de Trump y las conductas del hijo (cf. figura 4). Al final vemos la resolución de esas tensiones y contradicciones al ver el deleitoso juego de las piñatas y la cara de papel maché destrozada del presidente de EE. UU. (cf. figura 5). He aquí también un ejemplo de cierto pragmatismo cultural: cumplir el deseo del hijo (que configura el personaje del título como *madre buena*) y tener fe en él, aunque parezca que su idolatría podría ser peligrosa. Vemos también la inclusión de prácticas chamanes, p. ej. en lo que parece una limpia en una cueva (¿o infierno?) para poder procurar la piñata de Trump que anteriormente no se ha podido conseguir en venta. Se puede comprobar que el cortometraje oscila entre el simbolismo religioso (Trump como pecado mortal/diablo) y las representaciones populares modernas en forma de superhéroes del niño y la contradicción de tener que destruir al ídolo.



4 | Hijo en pose de Trump en frente del espejo (en Clift 2016: 02:31, <<https://vimeo.com/184271108>>; © Sarah Clift).



5 | La piñata de Trump se destruye (en Clift 2016: 04:21, <<https://vimeo.com/184271108>>; © Sarah Clift).

La traslación del simbolismo religioso abre nuevos espacios empresariales de promoción y venta de las piñatas, aun tratándose de productos y objetos culturales en contextos diversificados, pero semejantes (en este caso las fiestas) (cf. García Canclini 1993). Esa apertura posibilita una coexistencia de las formas tradicionales en su contexto respectivo de las posadas, pero también describe una tradición festiva nueva mediante las representaciones populares. El aspecto de la artesanía se mantiene en muchos casos, dado que las representaciones populares aún siguen siendo producidas de manera manual, sin necesariamente contar con los permisos

y licencias de las grandes compañías que poseen los derechos de las propiedades intelectuales de los superhéroes respectivos (cf. Nájjar 2010)²².

Piñatería Ramírez: cronistas modernos, artesanos y empresarios

Las piñatas, por lo menos en los casos que hemos visto hasta ahora, mantienen el estatus de un producto adaptado a un cierto mercado local, aunque también globalizado, por lo que se aprovechan de la variabilidad de las formas del objeto y los contextos festivos-lúdicos que permiten su uso en distintos ámbitos. Con ello, esta dimensión popular y su apertura abren el camino a otros destinatarios de este juego lúdico que también pueden llegar a identificarse con los superhéroes: los adultos²³. Esto nos lleva a la Piñatería Ramírez, de la cual ya hemos visto aquí la piñata de Putin y del coronavirus. En el caso de la Piñatería Ramírez se cambia el simbolismo religioso-cultural por una artesanía popular y una empresa transmedial distintiva, gracias a la combinación de la apertura popular de la piñata y las posibilidades de representación en las plataformas sociales.

La Piñatería Ramírez del artista mexicano Dalton Javier Ávalos Ramírez se encuentra en Reynosa, Tamaulipas, a unos metros de la Frontera Norte. La presencia virtual en Facebook se estableció el primero de diciembre de 2014 y se autodenomina como «galería de arte» y «museo de arte moderno» con un texto de información llamativo, que hace también hincapié en las transformaciones transculturales: «EL MUNDO EN PIÑATA». Más bien se puede observar una dinámica que sitúa México en el mundo y el mundo en México, o sea una esfera en la esfera, aunque relacionada también con las distintas redes y dimensiones. Por supuesto se habla y configura el mundo en las notas mexicanas o incluso en las estéticas de la web, como lo vemos con la piñata de Putin. Incluso la propia topología fronteriza de la piñatería no solo la sitúa en una perspectiva transcultural causada por los sistemas mediáticos, sino también en términos materiales, en carne y hueso o papel maché, de las piñatas como expresiones fronterizas, mexicanas, pero también globalizadas.

La piñatería atrae por sus controvertidas e incluso vulgares piñatas, que no solo pueden figurar como mercancía, sino también como objetos invendibles, parte de una exposición artística en Facebook y en las instalaciones (virtuales) de la piñatería como galería de arte. Así lo expresa el propietario, Dalton Javier Ávalos, en relación con la utilización controvertida de la imagen de un actor (Gabriel Soto) para una piñata suya: «Primero, no hemos vendido la piñata. Para empezar como la piñata está desnuda, no la podemos exhibir en nuestro local, pero en sí, la piñata no está a la venta. En este rollo de las piñatas polémicas hacemos solo una pieza, una pieza para redes sociales [...]» (Ventaneando 2021, 1:26-1:42).

²² No hay que olvidar que esa apropiación puede ser recíproca, como en el caso de Disney que quería apropiarse del *Día de los muertos* como marca ya desde el 2013, para nombrar y acompañar el lanzamiento de su película *Coco* con mercancía y productos (cf. Redacción Aristegui Noticias 2013).

²³ Véase Scolari sobre *Shrek* y como la película se abre para destinatarios distintos (cf. Scolari 2009: 592).

Más aun, ese artículo es exclusivamente producido para el espacio de las plataformas sociales, añadiendo otra dimensión de producción, distribución y monetización, otro espacio lúdico-ritual de acuerdo con los sistemas mediales, que se configuran por actores e instituciones «clásicas» (actores, prensa, televisión etc.) pero también por los nuevos medios y sus dinámicas. La piñatería como galería de arte es por lo tanto un espacio exclusivo en Facebook²⁴, que se inserta en las crónicas periodísticas, los chismes y las notas amarillistas del sistema mediático mexicano, en contraste con las reglas y barreras del negocio local, que impide la exhibición y venta de tal piñata.

Las piñatas siguen siendo artesanales, aunque infinitamente reproducibles, y se insertan en un contexto localizado de la prensa y los sistemas mediáticos mexicanos, pero también de manera globalizada. Esa localización permite diversificar las formas de representación: personas públicas, temas de las crónicas y eventos importantes en México pueden y son transformados en piñatas. Otro aspecto interesante es la materialidad efímera, no solo por la construcción en papel maché, sino también por su destrucción intuida en el juego de la piñata. La multiplicación de materiales y dimensiones mediales permiten la perspectiva cronística y duradera, pero no como medios alternativos, sino como ratificación sociocultural de lo acontecido. Coloquialmente se puede escuchar que a alguien «le hicieron piñata/cumbia/canción» cuando se refiere a un acontecimiento o una persona que luego es retomada y transformada por los sistemas mediáticos y culturales. Las prácticas y formas culturales, por lo tanto, se pueden insertar en cierta memoria cultural (cf. Assmann 2000).²⁵

En este caso, la memoria cultural se basa en la economía mediática mexicana (y global), que en si se amplía por los espacios de Facebook, el sitio primario donde la piñatería cultiva su presencia virtual. Pero no hay que olvidar los medios «clásicos» que producen y formulan las notas, que luego se reproducen en forma de piñata e imagen de piñata en Facebook. Se puede tratar de una nota, columna, o artículo en publicaciones como *Hoy*, *TV* y *Novelas* etc. que luego se discuten y se ratifican en las prácticas socioculturales, mediante piñatas, memes o las prácticas discursivas en la sobremesa, la sala, la calle, o en los espacios de las plataformas sociales. Por lo tanto, se puede localizar la presencia en Facebook y la tienda de la piñatería.

Esto se puede ver también en las obras de Ávalos Ramírez, quien ha sido citado también por los medios al vender piñatas de Trump, como reacción a los comentarios del presidente estadounidense sobre los mexicanos y la situación fronteriza. El artista dice en una entrevista con *The Guardian* «people want to burn the piñatas, they want to break them» (Associated Press in Mexico City 2015).

²⁴ Obviamente la piñatería tiene también representaciones en Twitter (@dalton_cjon) y Instagram (pinateria_ramirez). Aquí se menciona Facebook por ser el sitio más grande y más cercano a la doble función de galería de arte y extensión de la tienda. En la cuenta de Twitter, por ejemplo, se da la ubicación como «facebook piñateria ramirez».

²⁵ El ejemplo del delincuente y su transformación en «piñata humana» anteriormente descrito es un ejemplo impresionante de lo presente que está esa práctica de las piñatas para ser evocada espontáneamente en ese contexto.

Vemos que el negocio de las piñatas y la galería artística solo funcionan en el ámbito de una economía medial-informática, que utiliza la piñata como objeto en distintos contextos y formas que también pueden servir para introducir temas y contenidos en una cierta memoria cultural mexicana, y a la misma vez generar notas mediante esas controversias y representaciones. Se tiene que considerar que, aunque se hable del mundo en forma de piñata, tenemos un contexto localizable, ya sea por las prácticas mediales y acontecimientos relevantes para México o por las personas de la vida pública mexicana. No importa si se trata de algo esencial- o tradicionalmente mexicano, lo importante es que tenga relación con ese espacio, sea cultural, medial, material etc. Esto conduce a distintos contextos y conjuntos que pueden marcar criterios de diferencia sin describir modelos esencialistas de esferas culturales, sino constructos complejos de relaciones, que cruzan y trasgreden espacios y formas de representación.

La Piñatería Ramírez se sitúa en el ámbito de la artesanía y la cultura popular-web con sus formas meméticas, utilizando un objeto evangelizador transformado en los sistemas de las plataformas sociales. Existen formas de relacionar lo efímero de la piñata, como un objeto que se destruye físicamente (en el juego para obtener sus contenidos), y el meme, como un objeto que se desvanece en la pluralidad de sus transformaciones y el sinnúmero de objetos similares que ocupan el mismo espacio o espacios análogos, en este caso como imágenes archivadas en una página de Facebook. La piñata no solo es forma y seña representativa, sino que recurre a los mismos espacios de sus memes o notas originarias y todas las transformaciones respectivas, y se vuelve así también meme y relación en una galería de arte virtual, que a la vez es una tiendita de la esquina en Reynosa.

La piñata configura una relación entre el recordar y el olvidar como cronista de una historia viral de México en Facebook, que pierde relevancia de acuerdo con el tiempo pasado y la distribución de contenido en la plataforma (lo actual va primero). Igual que la piñata, sus representaciones en Facebook pierden su forma. No se trata de una transformación, sino de piñatas e imágenes que en el caso físico se destruyen, o en el caso de la galería de arte, quedan enterradas en la ola de imágenes de piñatas sucesivas en un *newsfeed*. La piñata se inserta como forma recordatoria memética en un contexto específico, es decir, la podemos compartir, contextualizar y apoderarnos de ella como expresión y práctica cultural y discursiva. Para la Piñatería Ramírez podemos identificar la *timeline* de Facebook, que ordena la(s) crónicas e imágenes de piñatas según la actualidad y así también, como productora del olvido de todas las imágenes anteriores, escondidas en el archivo, que describe otra forma de recordar más allá de la *timeline*.

En lo siguiente quiero cerrar este análisis de la piñata moderna mediante sus formas de representación en el videojuego de *Fortnite*. En este caso no solo es relevante la transformación en un objeto digital y su función como *lootbox*, sino también su transformación desde un objeto digital licenciado, la marca de una piñata que da nombre a un nuevo juguete y propiedad intelectual de la empresa de videojuegos.

Desde la cultura popular hacia lo virtual popular y de regreso: piñata y *lootbox*

Como se discutió anteriormente, la piñata se utiliza en distintos espacios y cumplió varias funciones. En este caso forma parte de un sistema monetario en un videojuego. El contexto de artesanía se describió mediante su localización en el espacio mexicano de productores, consumidores y sistemas mediáticos. Ahora se trata de una transformación a los mercados globales de un videojuego que se apropia de ese objeto transcultural.

La piñata del videojuego se vuelve elemento único, transcultural y global, determinado por el acceso a la *hard-* y *software* y la conexión de internet. Por lo tanto, no necesariamente se puede situar en un contexto espacial localizado, como lo vimos con las artesanías mexicanas. En el videojuego la piñata es parte de un sistema global de modelos de financiamiento, mecánicas de juego, infraestructuras de servidores y una comunidad de jugadores internacional, aunque repartida en ciertas regiones. Para el juego *Fortnite* existen las siguientes *regiones*: «Norteamérica» (que se diferencia de nuevo en las regiones de «Este» y «Oeste»), «Brasil», «Europa», «Oceanía», «Asia» y «Medio Oriente». Por lo tanto, los criterios de diferenciación no necesariamente son de índole lingüística y cultural, sino dependen de la latencia y conexión, que suele correlacionarse con la ubicación del jugador respectivo y su posición relativa al servidor.

El valor de estas prácticas de localización consiste en determinar la mejor transmisión de datos y puede inhibir la experiencia lúdica con jugadores en regiones lejanas, aunque exista la posibilidad de poder jugar con y contra todo el mundo. Vale la pena revisar las diferenciaciones entre las categorías espaciales que oscilan entre país concreto y región difusa («Brasil» y «Medio Oriente») pero que también imaginan diferenciaciones dentro de esos países «Norteamérica Este y Oeste». Las fronteras y materialidades también existen en productos y configuraciones virtuales, aunque se configuren de maneras distintas a las fronteras geopolíticas o nacionales y se diferencie entre un mundo virtual homogéneo y diferentes mundos de acceso (al juego) por las infraestructuras mediales. Por lo tanto, queda claro que la piñata se piensa de manera distinta en este entorno. Las localizaciones, que se vieron y discutieron anteriormente, ceden para poder cumplir otra función distinta en un contexto global: la piñata y su función como *lootbox* en el videojuego popular de *Fortnite* (Epic Games 2017).²⁶

Como *lootbox* se denominan contenedores que contienen una gama de objetos (*items*) que se pueden utilizar en el juego, o en este caso incluso en modos

²⁶ No quiero detenerme en la genealogía e historia de ese videojuego. Pero cabe destacar que la piñata como *lootbox* actualmente solo existe en el modo *Save the World*. Ese modo describe el ámbito PvE (*Player vs. Environment*) del juego en donde hasta cuatro jugadores pueden competir en contra de la computadora en distintos escenarios. El modo *Battle Royale* es el modo más popular del juego, donde también se pueden encontrar las piñatas llama, pero no en función de *lootbox*. En ese modo de juego compiten hasta 100 jugadores solos o en grupos de dos o cuatro jugadores contra todos (PvP; *Player vs. Player*). La meta en ambos modos es «sobrevivir».

específicos de un juego. Los objetos pueden ser de índole cosmética, es decir, que modifican las apariencias del avatar del jugador o pueden influir en las prácticas en el videojuego, dando ventajas sobre otros jugadores mediante la compra de esos objetos (lo que también se denomina como *pay to win*). Además, se distingue también si los objetos son obtenidos mediante dinero real o las monedas virtuales que se generan al jugar y cumplir ciertos objetivos. Las *lootboxes* son objetos de discusión controversial e incluso se investiga si se parecen a prácticas de juegos de azar, para ser regulados y para prevenir adicciones (cf. Griffiths 2018, Drummond & Sauer 2018).

Las prácticas de monetización en los videojuegos, que incluyen la *lootbox*, también se denominan *microtransactions*, o sea transacciones en el juego en una tienda que se accede por el menú principal u otros ejes del juego. La *lootbox* se puede caracterizar por cumplir una función en un entre-lugar del videojuego. Dado que los objetos suelen ser mutuamente relacionados con el diseño de los mundos virtuales y sus prácticas, incluso en funciones narrativas para los juegos (cuando se puede proceder únicamente al obtener cierto objeto), no pueden ser integrados como productos monetizados que son distribuidos al azar en el mundo virtual, pero sí mediante esos entre-lugares (tiendas virtuales) y objetos (*lootbox*).

Esos entre-lugares tienen que estar conectados con el mundo del juego, para no romper con el juego y su construcción narrativa y lúdica y poder identificar el juego como tal, aunque se introduzcan elementos ajenos o incluso superfluos para poder jugarlo. Esos entre-lugares no suelen ser novedosos, dado que se insertan en interfaces existentes, como el menú principal al que se le añade una pestaña de *tienda*. Para *Fortnite* se puede destacar la tienda «V-Bucks», en donde se ofrecen las monedas virtuales a cambio de dinero real, que en un segundo paso pueden ser intercambiadas por objetos en el «Item-Shop».

Entonces, la piñata cumple funciones distintas respecto a los modos de juego: Funciona como *lootbox* en el menú del modo *Save the World (Player vs. Environment)* (cf. Harris 2020: 0:33). En el modo *Battle Royale (Player vs. Player)*, por otra parte, es un contenedor en forma de llama («Supply Llama») que provee objetos que pueden ser utilizados para ganar el juego, pero que, en contrario a la *lootbox*, no se puede comprar con moneda real/virtual en las tiendas del juego. Los dos modos del juego se pueden observar en videos de jugadores en YouTube (PvP: cf. «Supply Llama» en Ninja 2018: 9:21 <<https://youtu.be/VVlgMolmZ7M?t=561>>; PvE: cf. tienda llama en Harris 2020: 0:32 <<https://youtu.be/YAaUELb3Ysg?t=32>>).

La denominación de la tienda como «Llama-Shop» trata de deshacer los lazos del objeto cultural de la piñata, que se utilizó para modelar la *lootbox* y así poder vender esa forma como propiedad en otros contextos: la piñata llama se vuelve propiedad y objeto licenciado de la empresa de videojuegos. Se puede observar el proceso inverso de la transformación de objeto religioso evangelizador a objeto popular. En vez de utilizar formas o personajes ya populares, se crea su propio personaje para un contexto global (piñata llama). El objeto cultural recuerda a una piñata, pero a diferencia de las otras formas vistas, este objeto no es localizado, sino globalizado, y no necesariamente conlleva los contextos y prácticas de las

artesanías localizadas. En suma, no se juega a la piñata sino *Fortnite*. Sin embargo, esa incertidumbre en torno a la forma y materialidad de la piñata en *Fortnite* también se articula por un jugador y *streamer* que trata de contestar la pregunta ontológica mediante la materialidad: «This gorgeous animal made out of paper. Wait are they made out of paper? Or are they made out of metal? You know what, I don't think these llamas are piñatas. I think they are actually made out of metal» (Pigginatti 2020: 1:06-1:18 <<https://youtu.be/OJ5Z10pWxmg?t=66>>).

La respuesta ontológica no se encuentra únicamente en la materialidad. En este caso no se trata de metal o papel maché, sino de datos que configuran imágenes y representaciones de esas materialidades y formas. No se trata de piñatas como artesanías localizadas en un contexto cultural, sino de otro objeto en un distinto contexto (*lootbox* en videojuego) que recuerda o toma la forma de piñata. No obstante, justo esto lleva a que esa forma trascienda el estatus de objeto abstracto abierto y modificable (piñata) y se vuelva un representante popular del videojuego como marca *Fortnite*-Llama. Ello lleva a su remodelación como juguete materializado, no-artesanal y fabricado de cartón. La llama (de *Fortnite*) se volvió representación virtual y realidad cotidiana para muchos jóvenes. Por lo tanto, se añadió al canon de superhéroes que se usan frecuentemente en las piñatas populares. Esto se puede notar por el gran número de videos en YouTube, donde se retoma el aspecto artesano para (re)producir esa piñata con las propias manos en vez de comprar el juguete fabricado.²⁷

Pero incluso en estos contextos lúdico-virtuales se modifica también el aspecto ritual, aunque no sea religioso-espiritual. Me refiero a la práctica del *unboxing*, o sea abrir un contenedor y ver lo que trae adentro en el ámbito mediático del *streaming* o como género de video en YouTube, que recuerda el contexto de la piñata: hay que destruirla para poder acceder a sus contenidos (cf. Pigginatti 2020: 0:43 <<https://youtu.be/OJ5Z10pWxmg?t=43>>). Esa práctica se entrelaza con las *microtransactions* en los videojuegos, dado que se necesitan objetos para poder obtenerlos y desempacarlos. La opción de introducir esos objetos fuera del mundo del juego introduce una manera de monetización básicamente infinita y a costo bajo. No es mera casualidad utilizar un objeto popular como la piñata en este contexto para disimular las prácticas de monetización y los mecanismos adictivos que se parecen a juegos de azar y posibilitan la introducción de dinero al mundo virtual. Esas prácticas suelen ser compartidas por video o *livestream* en YouTube, y también se pueden referir a objetos *reales* que son descubiertos/abiertos (cf. SquirrelStampede 2019: 2:28 <<https://youtu.be/cknYIYa3jE4?t=148>>).²⁸

Los espacios familiares de los jardines y calles, que recordamos en las fiestas familiares o religiosas de las *posadas*, son sustituidos por los videos en YouTube, que ya siguen ciertas prácticas del *gaming* o de la cultura web, acostumbrada a las prácticas del *unboxing* de objetos virtuales o reales. La piñata demuestra otra vez su flexibilidad cultural y contextual: la popularidad de la piñata llevó a que Epic

²⁷ Una búsqueda con las palabras claves «Fortnite piñata DIY» mostrará los resultados.

²⁸ Una búsqueda con los términos «opening loot boxes» o «unboxing» pueden dar una impresión de esas prácticas.

Games creara su propio juguete-piñata llamado «Llama Drama Loot Piñata» (cf. SquirrelStampede 2019: 2:21 <<https://youtu.be/cknYiYa3jE4?t=141>>).

La piñata de *Fortnite* trató así de conquistar el espacio y mercado de las piñatas populares artesanales, que habitan los patios y las fiestas de cumpleaños, pero a nivel global.

Conclusiones

¿Qué podemos aprender de las piñatas como objetos transmediales y transculturales? En primer lugar, se puede notar que su éxito se debe justo a la apertura hacia lo popular y las semejanzas y contigüidades que pueden relacionar todas las dimensiones expuestas. El objeto cultural se sitúa en un contexto localizado mexicano, pero a la vez capta también dimensiones globales desde los sistemas mediáticos en los que fue traducido. Asimismo, puede formar parte de distintos contextos y prácticas ya existentes (*lootbox*, *unboxing*) en un marco global en donde se creó incluso una propia marca en forma de llama.

La piñata se transforma y cambia sus representaciones, pero a la vez se mantienen contigüidades y semejanzas: los ojos blindados y la incertidumbre, cuales objetos virtuales saldrán de la llama; teniendo fe en su propia suerte y en un sistema de monetización externo que utiliza esos objetos para procesos de diferenciación y prestigio entre los jugadores. Además, se logró la transformación de piñata *virtual* a piñata *fabricada* como juguete oficial de *Fortnite*, que se parece a las formas populares, añadiendo una figura popular al canon establecido.

Mediante la transformación de los dulces en artículos cosméticos utilizados en el mundo del videojuego y las prácticas existentes del *unboxing* en el contexto de las plataformas de video y *streaming* se puede mostrar, de manera ejemplar y anecdótica, el potencial y las transformaciones de objetos trans-(culturales/mediales). Si se considera que, según las cuentas registradas por Epic Games, hubo más de 350 millones jugadores (en mayo 2020), existe una multitud de gente que entró en contacto con la piñata en contextos más allá de las imágenes folclóricas, películas y literatura. Un videojuego popular se apropió de ella y sus modos de financiamiento esconden y deslocalizan el contexto cultural de la piñata y la recontextualizan fabricándola como llama y marca propia.

No obstante, quiero terminar mis reflexiones con una nota positiva fuera de la apropiación cultural, que también se puede observar en las plataformas y los contextos empresarios. Se trata de una reapropiación mediante el proceso artesanal de producir su propia piñata *llama* para los contextos respectivos: fiestas (de cumpleaños). La artesanía se vuelve conocimiento, pero no ancestral y mitificado, sino actual y compartido en sus formas y representaciones de videos *Do It Yourself*, que instruyen a construir su propia piñata, incluso retomando sin permiso la forma propietaria de la *llama*. Así se logra re-localizar el objeto y sus prácticas de manera global-local: en los patios, las calles y las casas estadounidenses, europeas, brasileñas etc.

Bibliografía

- ALAIMO, Cristina & Jannis Kallinikos. 2019. «Social Media and the Infrastructuring of Sociality.» *Research in the Sociology of Organizations* 62, 289-306.
- AM NOTICIAS. 2019. «Golpean a ladrón como piñata.» *YouTube* 31.07.2019. <<https://www.youtube.com/watch?v=xOKKb5blnaM>>
- ASSMANN, Jan. 2000. *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. München: C.H. Beck.
- ASSOCIATED PRESS IN MEXICO CITY. 2015. «Let the Donald Trump bashing begin – Mexican artisan launches piñata.» *The Guardian* 19.06.2015 <<https://www.theguardian.com/us-news/2015/jun/19/mexican-artisan-donald-trump-pinata>>.
- BORGES, Jorge Luis. 2011. *Ficciones*. Miami: Vintage Español.
- BORSÒ, Vittoria. 2021. «Entre-lugar.» *iMex. México Interdisciplinario. Artículos iMex* 1, 102-142. <https://doi.org/10.23692/Articulos_iMex1.1_5>.
- BOUCHARD, Hans. 2021. «The Art of Scamming: Playful Performance and Shameless Exploitation.» En *Narratives of Money & Crime. Neoliberalism in Literature, Film and Popular Culture*, ed. Temelli, Yasmin & Hans Bouchard, 191-225. Bern: Peter Lang.
- BOURDIEU, Pierre. 1983. «Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital.» En *Soziale Ungleichheiten*, ed. Kreckel, Reinhard, 183-198, Göttingen: Otto Schwartz & Co.
- CAVAZOS-GONZÁLEZ, Gilberto. 2016. «Piñata Spirituality: A reflection on The Evangelical Mobility of the Spiritual Classics.» *Spiritus: A Journal of Christian Spirituality* 16, 2A, 1-13.
- CHEN, Yong. 2015. «De Da Chun Niu a la piñata: rastreando el llamado origen chino de una tradición mexicana.» En *La nueva nao: de Formosa a América Latina. Reflexiones en torno a la globalización desde la era de la navegación hasta la actualidad*, ed. Chen, Lucía & Alberto Saladino García, 109-124, Taipéi: Universidad de Tamkang.
- CLIFT, Sarah. dir. 2016. *La madre buena*. México, Reino Unido: Madrefoca. 6 min. <<https://vimeo.com/184271108>>.
- DAWKINS, Richard. 2006. *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.
- DRUMMOND, Aaron & James D. Sauer. 2018. «Video Game loot boxes are psychologically akin to gambling.» *Nature Human Behaviour* 2, 530-532.
- FERRER CALLE, Javier. ed. 2021. *Corrupción en México en el siglo XXI. iMex. México Interdisciplinario* 20. DOI: 10.23692/iMex.20.
- FOSTER, George M. 1962. *Cultura y Conquista: la herencia Española de América*, traducido por Carlo Antonio Castro. Xalapa: Universidad Veracruzana.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. 1993. *Transforming Modernity. Popular Culture in Mexico*. Austin: University of Texas Press.
- GRAYSON, George W. 2011. *Mexico. Narco-Violence and a Failed State?* New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- GRIFFITHS, Mark D. 2018. «Is the Buying of Loot Boxes in Video Games a Form of Gambling or Gaming?» *Gaming Law Review* 22 (1), 52-54.
- HARRIS, Aidan. 2020. «WINTER-WILLY LLAMAS | Fortnite Save The World.» *YouTube* 20.12.2020. <<https://www.youtube.com/watch?v=YAaUELb3Ysg>>.
- HOBBSAWM, Eric & Terence Ranger. 1991. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LE CLERCQ ORTEGA, Juan Antonio & Gerardo Rodríguez Sánchez Lara. 2020. *Escalas de impunidad en el mundo. Índice Global de Impunidad 2020*. Puebla: Universidad de las Américas.
- LOTMAN, Iuri M. 2000. *La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*, traducido por Desiderio Navarro. Madrid:

- Ediciones Cátedra.
- MONSIVÁIS, Carlos. 2011. *Apocalipstick*. México: Debolsillo.
- NÁJAR, Alberto. 2010. «La guerra de las piñatas en México». *BBC* 02.07.2010. <<https://bbc.in/39PoYwB>>.
- NASSEHI, Armin. 2019. *Muster: Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C.H. Beck.
- NINJA. 2018. «Ninja Finds The Loot Llama! – Fortnite Battle Royale Gameplay – Ninja.» *YouTube* 22.03.2018. <<https://www.youtube.com/watch?v=VVlgMolmZ7M>>.
- OMS. 2020. «Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa». *who.int* 23.09.2020. <<https://www.who.int/es/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>>.
- PASTRANA SANTOS, Maximiano. 2019. «Las posadas navideñas. De España a México y de aquí a Estados Unidos: un viaje de ida y vuelta.» En *Palabras a la imprenta. Tradición oral y literatura en la religiosidad popular*, ed. Panero García, María Pilar, José Luis Alonso Ponga & Fernando Joven Álvarez, 161-173, Urueña: Fundación Joaquín Díaz.
- PIGGINATTI. 2020. «SCI-FI LLAMAS ARE BACK! Event Shop Update | Fortnite STW.» *YouTube* 26.12.2020. <<https://www.youtube.com/watch?v=0J5Z10pWxmg>>.
- PIÑATERIA RAMIREZ. 2020. «Piñata Vacuna Putin.» *Facebook* 14.08.2020 <<https://www.facebook.com/Pi%C3%B1ateria-Ramirez-578382265629020/photos/2024497121017520>>.
- REDACCIÓN ARISTEGUI NOTICIAS. 2013. «Quiere Walt Disney apropiarse del Día de Muertos.» *Aristegui Noticias* 07.05.2013. <<https://aristeguinoticias.com/0705/kiosko/quiere-walt-disney-apropiarse-del-dia-de-muertos/>>.
- RITZER, George & Paul Dean. 2019. *Globalization: The Essentials*. Oxford: John Wiley.
- SCOLARI, Carlos Alberto. 2009. «Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production.» *International Journal of Communication* 3, 586-606.
- SHIFMAN, Limor. 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press.
- SQUIRRELSTAMPEDE. 2019. «Fortnite Toys Jumbo Loot Piñata Llama Opening Jazwares.» *YouTube* 15.08.2019. <<https://www.youtube.com/watch?v=cknYiYa3jE4>>.
- SRNICEK, Nick. 2017. *Platform Capitalism*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- TRANSPARENCY INTERNATIONAL. 2020. *Reporte. Índice de percepción de la corrupción 2020*. <https://images.transparencycdn.org/images/CPI2020_Report_ES_0802-WEB.pdf>.
- VAIDHYANATHAN, Siva. 2011. *The Googlization of Everything: And Why We Should Worry*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- VAN DIJCK, José. 2013. *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- VENTANEANDO. 2021. «Aseguran que la piñata no está inspirada en Gabriel Soto.» *Facebook Video* 12.01.2021. <<https://www.facebook.com/watch/?v=3360795714030470>>.
- WECKMANN, Luis. 1994. *La herencia medieval de México*. México: El Colegio de México: Fondo de Cultura Económica.
- WELSCH, Wolfgang. 2017. *Transkulturalität. Realität – Geschichte – Aufgabe*. Wien: new academic press.
- WIGGINS, Bradley E. 2019. *The Discursive Power of Memes in Digital Culture. Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. New York, London: Routledge.

Resumen

El presente artículo trata de analizar de manera cualitativa y fenomenológica la piñata y sus transformaciones como objeto transcultural desde una perspectiva transmedial en un estudio ejemplar con enfoque en México, en los espacios de la web y las plataformas sociales. Se propone analizar la piñata como objeto transcultural en sus contextos y formas de representaciones distintas: como artesanía, práctica religiosa-popular durante las posadas, objeto central de un cortometraje, galería de arte en Facebook y *lootbox* en *Fortnite*. Se puede observar que los procesos de transformación de las formas de representación de la piñata son resultado directo de los ámbitos mediáticos y las prácticas culturales en las que se insertan. Por lo tanto, se puede atestiguar cierto tipo de globalización y mercantilización de la piñata, tal como la apertura a prácticas abiertas como objeto localizado y artesanía.

Abstract

This article offers a qualitative and phenomenological case study of the *piñata* and its transformations as transcultural object, with a focus of its representations in Mexico, web spaces and social media. The piñata can be analyzed as a transcultural object within its different contexts and forms of representation: as craftwork, religious-popular practice during the *posadas*, central object of a short film, art gallery on Facebook and *lootbox* in *Fortnite*. We can observe, that the transformation processes of all the different forms of the piñata are direct results from the media contexts and cultural practices surrounding them. Therefore, we can testify a certain type of globalization and monetization for the piñata, as well as open practices as localized object and crafts.