

Vera, Ana Paula

Baretta, José María

***Recuerdos que atesoramos: el coleccionismo de los 80 y 90***

Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales

Fecha: 2025

Obra bajo Licencia:



[Atribución/Reconocimiento-NoComercial-SinDerivados 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Cita recomendada: Vera, A.P.; Baretta, J.M. (2025). Recuerdos que atesoramos: el coleccionismo en los 80 y 90 [Trabajo final de grado]. Universidad Nacional de Rafaela



UNRaf

UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE  
RAFAELA

# RECUERDOS QUE ATESORAMOS

EL COLECCIONISMO DE LOS 80 Y 90



# **Recuerdos que atesoramos: El coleccionismo de los 80 y 90**

Universidad Nacional de Rafaela

Materia: Práctica Pre Profesional

Docentes: Denise Zenklusen, Victoria Batiston, Delfina Bollati (graduada adscripta)

**Baretta, José; Vera, Ana Paula**

Tutor: Cadenazzi, Maximiliano

## ÍNDICE

<b>Área temática / palabras clave</b> .....	<b>5</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>6</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>6</b>
<b>Fundamentación y motivación</b> .....	<b>8</b>
<b>Antecedentes</b> .....	<b>8</b>
<b>Herramientas teóricas</b> .....	<b>10</b>
1. Cultura Popular.....	10
2. Coleccionismo.....	11
3. Memorabilia y Nostalgia.....	12
4. Identidad.....	13
5. Comunidad.....	15
<b>Marco Metodológico y Técnicas de Investigación</b> .....	<b>16</b>
<b>Capítulo 1. Motivaciones, razones, fundamentos del Coleccionista</b> .....	<b>17</b>
1.1. El Coleccionismo.....	17
1.2. Identidad.....	19
1.3. Tipos de Colecciones.....	21
1.4. Comunidad de Coleccionistas e Impacto Social y Cultural.....	24
<b>Capítulo 2: Valor y mercado del Coleccionismo</b> .....	<b>28</b>
2.1 Valor Económico de los Objetos Coleccionables: oferta, demanda y aspectos del objeto físico.....	28
2.2 Valor Emocional y Personal del Coleccionismo: la nostalgia como motor del coleccionismo.....	33
2.3) Plataformas Digitales para Compra, Venta e Intercambio de Coleccionables.....	34
<b>Capítulo 3: Transformaciones del Coleccionismo</b> .....	<b>36</b>
3.1 Cambios en las Motivaciones del Coleccionista.....	37
3.2 La Influencia de la Cultura Popular en las Tendencias de Colección.....	38
3.3 El Papel del Mercado y la Tecnología en la Transformación del Coleccionismo.....	38
<b>Capítulo 4: Podcast COLECTORAMA</b> .....	<b>40</b>
4.1) Resumen.....	40
4.2) Introducción.....	41
4.3) Contexto sociopolítico.....	42
4.4) Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales.....	42
4.5) Capítulo de análisis del material empírico.....	43
4.6) Identidad del Podcast Nombre y Marca.....	43
4.6) Producción y realización del podcast.....	49
4.7) Estrategia de difusión y crecimiento de audiencia.....	49
<b>Bibliografía</b> .....	<b>52</b>

## **Agradecimientos**

*Nuestro más profundo agradecimiento a las profesoras Denise y Victoria, que nos guiaron a lo largo de este proyecto. Su dedicación, sus consejos y su paciencia fueron fundamentales para transitar este proceso con confianza y entusiasmo. Gracias por inspirarnos a mirar más allá de lo evidente, como solía decir "León-O" el señor de los "ThunderCats", y por enseñarnos a construir con pasión y compromiso.*

Ana.

*A Nuna, Theo, Mimi y Byron, mis compañeros de todos los días. Su compañía silenciosa y su cariño incondicional me acompañaron en cada jornada de estudio y escritura. A José, mi compañero de tesis, por aguantarme incluso más allá de este trabajo. A mi novio y a mis amigos, por su amor, su paciencia y por recordarme siempre que soy capaz.*

José.

*A Dios, a mis padres por su apoyo incondicional, a Ruth y Dami dos compañeros que se transformaron en amigos, a Ana mi compañera de tesis por aguantarme y al cine y la música mis amigos incondicionales de toda la vida.*

## **Área temática / palabras clave**

Coleccionista - Cultura popular - Comunidad.

## **Resumen**

Este escrito se enmarca en el Trabajo Final de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales de la Universidad Nacional de Rafaela, y comenzó a desarrollarse durante el año 2024. La investigación explora el coleccionismo de la cultura popular de los años 80 y 90 desde una perspectiva sociocultural, abordando conceptos como identidad, nostalgia, memorabilia, comunidad y cultura participativa. A través de entrevistas a coleccionistas de la ciudad de Rafaela, en un formato de podcast, buscamos comprender sus motivaciones, el rol de los objetos en sus experiencias y cómo el coleccionismo contribuye a la preservación y revalorización de esta cultura en la era digital.

## **Introducción**

El objetivo de esta investigación es explorar el fenómeno del coleccionismo relacionado con la cultura popular de los años 80 y 90, centrándonos en comprender qué motiva a los coleccionistas a dedicar su tiempo, energía y recursos a esta pasión. Nos interesa descubrir qué aspectos de este periodo específico los atraen y cómo perciben el impacto de estos objetos en sus vidas. Para esto, investigamos el coleccionismo desde múltiples dimensiones que serán abordadas a lo largo del presente trabajo.

Para introducir los conceptos de identidad, memorabilia, nostalgia y cultura popular en nuestra investigación, partimos de la premisa de que el coleccionismo representa una vía mediante la cual los individuos configuran y expresan su identidad. Mediante este enfoque, buscamos profundizar en cómo estos objetos coleccionables no sólo remiten a épocas específicas, como los años 80 y 90, sino que también simbolizan vínculos personales y recuerdos que dan forma al sentido del yo y de pertenencia en cada coleccionista. Es así como la memorabilia se convierte en un vehículo de autoexpresión, permitiendo que los coleccionistas construyan narrativas personales y comunitarias que refuercen su identidad (Belk, 1988).

La nostalgia, en este caso, cumple un papel esencial al establecer una conexión emocional con objetos que representan momentos significativos de la infancia o adolescencia. Como lo explica Davis (1979), esta emoción trasciende la mera acumulación de bienes, permitiendo que los coleccionistas recreen una narrativa personal y cultural en la que estos objetos son portadores de un valor sentimental y simbólico profundo. A lo largo de los siguientes apartados, exploramos cómo estos conceptos se entrelazan en el fenómeno del coleccionismo de cultura popular, proporcionando un marco integral para analizar la relevancia y el impacto de estos objetos en la vida cotidiana de los coleccionistas contemporáneos.

Debemos entender que cada objeto de colección es una reliquia cargada de memoria, capaz de conectar al sujeto con un tiempo perdido. Los coleccionistas de cultura popular buscan y atesoran objetos como juguetes, discos (música) o cómics. Para Benjamin (2007) esto es revivir una época y resignificarla desde el presente.

Además, este estudio contempla la comunidad de coleccionistas como un entorno donde las interacciones sociales y culturales moldean las prácticas de coleccionismo. Abordamos así el concepto de “cultura participativa” de Henry Jenkins (2009a) para entender cómo los coleccionistas actuales ya no sólo acumulan objetos, sino que también interactúan activamente en comunidades. Plataformas digitales, foros y redes sociales se han convertido en espacios donde los aficionados no sólo compran y venden, sino que comparten historias, crean contenidos y se organizan para eventos.

Según el enfoque de la industria cultural, resulta esencial comprender cómo las dinámicas de producción y consumo de la cultura popular de esa época influyen en las decisiones de los coleccionistas y en la valoración de sus objetos (Pearce, 1995). Así, se explorará cómo la globalización del mercado del coleccionismo y el acceso a plataformas digitales han transformado la forma en que los coleccionistas interactúan entre sí y con el mundo exterior, generando nuevas oportunidades y desafíos. Además, estas industrias no sólo producen y estandarizan objetos, sino que también condicionan el gusto y las tendencias de consumo. Productos de cultura popular de los años 80 y 90, como películas, videojuegos y figuras coleccionables, son resultado de procesos industriales que moldean tanto la oferta como la demanda.

En este marco, nuestra pregunta de investigación es: ¿Cómo se configura la identidad de los coleccionistas de cultura popular de los años 80 y 90 a través de la memorabilia de esa época y cuáles son las motivaciones subyacentes a esta práctica en el contexto contemporáneo?

El objetivo general de la investigación es explorar el fenómeno del coleccionismo vinculado a esta cultura popular, abordando tanto las razones personales como los factores culturales que lo impulsan. Para lograr esto, se propone los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la práctica del coleccionismo desde diversas perspectivas para comprender sus múltiples dimensiones y significados.
2. Reconstruir, a través de entrevistas con coleccionistas de Rafaela, las motivaciones que impulsan su práctica y la influencia de la cultura popular de los años 80 y 90 en sus experiencias de coleccionismo.
3. Producir y difundir un podcast que sintetice los hallazgos de la investigación, promoviendo una mayor apreciación y entendimiento de la cultura popular de los 80 y 90 en la actualidad.

## **Fundamentación y motivación**

Dentro de los integrantes de nuestro grupo, somos tanto coleccionistas como amantes de la cultura popular de los 80 y 90, nuestra propia experiencia y pasión por esta época han sido el impulso principal detrás de esta investigación. Desde la infancia y adolescencia de uno de nuestros integrantes, hasta el amor y admiración que siente otra de nuestros integrantes, sin ser contemporánea a esta época, estos años han dejado una huella profunda en nuestra memoria e identidad. Los objetos de esta época, desde los videojuegos hasta las figuras de acción, no sólo son elementos actuales de colección, sino también tesoros personales que evocan recuerdos entrañables y emociones nostálgicas.

Esta investigación no sólo busca explorar el fenómeno de la colección relacionado con dicha época, la relevancia social de este proyecto final de grado radica en su capacidad para documentar y analizar cómo el coleccionismo de la cultura popular de los años 80 y 90 ayuda a mantener vivo un vínculo con el pasado.

Este fenómeno no sólo permite a los individuos construir y reafirmar su identidad a través de los objetos, sino que también proporciona un marco para entender cómo la nostalgia y los recuerdos compartidos crean conexiones intergeneracionales y comunidades de interés. Al explorar estas motivaciones y experiencias, la investigación contribuye a la comprensión de la influencia que las industrias culturales y los objetos de consumo tienen en la vida contemporánea.

Desde la perspectiva de la licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales, éste trabajo final integrador, examina cómo las plataformas digitales han transformado el coleccionismo, permitiendo a los coleccionistas de diferentes partes del mundo interactuar, generar comunidades online, comprar y vender objetos de forma más accesible. Este aspecto es relevante ya que permite analizar las nuevas formas de comunicación y de creación de comunidades en línea. Además, la producción de un podcast complementa este análisis, creando un espacio narrativo donde los entrevistados comparten sus historias y expresan las motivaciones y desafíos de ser coleccionistas de cultura retro en la actualidad.

## **Antecedentes**

A continuación, se presentan los trabajos académicos y autores que sirvieron como referentes para el presente proyecto.

Para comprender el coleccionismo y consumo nos apoyamos de la obra de Jean Baudrillard "El Sistema de los Objetos" (1968), que presenta el coleccionismo como un reflejo de las dinámicas de consumo en la sociedad moderna, donde los objetos se convierten en extensiones del yo y símbolos de identidad personal.

Esto aporta un enfoque crítico sobre cómo el acto de coleccionar va más allá del valor material, lo cual es relevante para entender el apego emocional a los objetos de cultura popular de los años 80 y 90.

Para abordar el concepto de nostalgia y memorabilia, Fred Davis en “Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia” (1979) explora cómo la nostalgia es un fenómeno cultural y psicológico que motiva el coleccionismo. Davis explica que este sentimiento no sólo evoca memorias individuales, sino que crea un sentido de continuidad e identidad a través del tiempo.

Esto ayuda a contextualizar por qué las generaciones actuales buscan revivir los años 80 y 90 a través de sus colecciones.

Theodor Adorno y Max Horkheimer, en su obra “Dialéctica de la Ilustración” (1994), nos ayudan a comprender la industria cultural y la cultura popular. Los autores introdujeron la crítica a la industria cultural, afirmando que los productos de cultura popular son moldeados por los intereses del mercado. Este enfoque es relevante para comprender cómo las franquicias de los años 80 y 90, como los videojuegos y las figuras de acción, se han convertido en objetos de culto que reflejan tanto la identidad del coleccionista como las influencias de la industria cultural.

Con relación a cultura participativa y comunidad de coleccionistas, recuperamos los aportes de Henry Jenkins en *Convergence Culture* (2009a), el autor describe la cultura participativa como un proceso en el que los consumidores también son creadores de activos de contenido, generando comunidades alrededor de objetos y temas de interés común. Este concepto es útil para analizar cómo los coleccionistas actuales se organizan en comunidades, comparten sus experiencias y contribuyen activamente a mantener viva la cultura popular de los 80 y 90.

Aunque no sea el eje central de esta investigación, recuperamos los aportes de la perspectiva antropológica del coleccionismo propuesta por Susan Pearce en su obra “*On Collecting: An Investigation into Collecting in the European Tradition* (1995)” para entender el coleccionismo desde una perspectiva histórica y cultural.

Pearce argumenta que coleccionar es una actividad que permite a los individuos ordenar y dar sentido a su mundo. Abordamos esta noción ya que muestra cómo los coleccionistas de los años 80 y 90 usan sus colecciones para crear una narrativa personal y cultural.

En nuestra investigación, también incorporamos la influencia de canales de YouTube dedicados al coleccionismo, los cuales contribuyen a la experiencia de colección, nostalgia y construcción de comunidad en el contexto digital contemporáneo. Un ejemplo destacado es “Madhunter Juguetes Antiguos”, un canal que explora y comparte la pasión por los juguetes vintage y otros objetos de la cultura popular de décadas pasadas. Este tipo de plataformas no sólo ejemplifican varios aspectos tratados en nuestro estudio, sino que

también permiten entender cómo el coleccionismo se expande y se transforma en espacios digitales, facilitando conexiones entre personas que comparten intereses y reforzando el vínculo emocional con el pasado.

## **Herramientas teóricas**

### **1. Cultura Popular**

En esta investigación, exploramos la cultura popular de las décadas de 1980 y 1990, períodos definidos por eventos significativos y transformaciones sociales que marcaron a cada época. A través de este estudio, buscamos analizar cómo estas características han influido en la identidad cultural y en las dinámicas sociales de esas décadas.

Storey, en su obra “Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction” (2006) define la cultura popular como las prácticas culturales consumidas y producidas por la mayoría de la población. Destaca que su significado depende del contexto social e ideológico en el que se analice y argumenta que la cultura popular no es sólo un producto de la industria, sino que también puede ser una respuesta a las estructuras de poder y una forma en que las personas negocian su identidad. En línea con los planteos de este autor, podemos decir que la cultura popular de los años 80 y 90, utilizan sus colecciones como una forma de reivindicar su identidad y pertenencia a un grupo social.

Para analizar los fenómenos de aquellos años y su impacto en la cultura popular, tomamos el análisis de Geraghty en “Cult Collectors: Nostalgia, Fandom and Collecting. Popular Culture” (2020), el autor examina cómo la cultura pop de las décadas de los 80 y 90 ha influido profundamente en la identidad cultural y el coleccionismo. Geraghty (2020) observa que elementos como la música de artistas icónicos, películas y series de televisión generan un vínculo emocional que impulsa a los fans a preservar estos recuerdos mediante el coleccionismo, capturando así la esencia de momentos claves de sus vidas. Asimismo, el autor explora cómo la industria del entretenimiento, especialmente con fenómenos como Star Wars, y las convenciones como Comic-Con, han contribuido a construir una identidad colectiva en torno a íconos culturales (Geraghty, 2020). Esto sugiere que la década de los 80, marcada por el auge de canales como MTV y las primeras videoconsolas como Atari, sentó las bases de una estética y conexión cultural única que trascendió generaciones. En los 90, esta transformación continuó con el acceso global impulsado por la cultura popular es generalmente reconocida por los miembros de una sociedad como un conjunto de prácticas culturales, creencias y objetos que son dominantes o predominantes en colectividad, en un punto dado en el tiempo. La cultura popular también abarca las actividades y sentimientos producidos como resultado de la interacción con estos objetos dominantes. Así, Geraghty (2020) nos ofrece una perspectiva para entender el papel de la nostalgia y el fanatismo en el coleccionismo de la cultura pop.

Por otro lado, buscamos dar un enfoque en relación con la industria cultural ya que estos conceptos se relacionan. Para ello retomamos a Adorno y Horkheimer, en su texto "La Dialéctica de la Ilustración" (1994), donde argumentan que la cultura popular se ha convertido en un producto de consumo masivo controlado por la industria. Según los autores, la cultura se "estandariza" y se convierte en un mecanismo de "control social", donde los individuos consumen productos culturales sin un pensamiento crítico (Adorno y Horkheimer, 2020).

Muchos objetos de colección de las décadas de 1980 y 1990 fueron producidos en masa y, sin embargo, adquieren un significado personal y emocional para los coleccionistas. Abordaremos entonces, cómo la industria cultural crea objetos que son simultáneamente productos de consumo y símbolos de identidad personal.

Siguiendo esta línea, investigamos cómo las colecciones de memorabilia de los años 80 y 90 no sólo son objetos de valor personal, sino también reflejos de la cultura social y económica de ese período. Williams en su texto "Cultura y sociedad" (1958), aborda la cultura como un proceso dinámico y en constante cambio. El autor enfatiza la importancia de la cultura popular como una forma de expresión que refleja las experiencias y valores de las clases trabajadoras. Williams sugiere que la cultura popular es fundamental para comprender la vida cotidiana de las personas.

## 2. Coleccionismo

En primer lugar, resulta pertinente partir de la aclaración de que la elección de las décadas de 1980 y 1990 en nuestra investigación responde a varios factores clave relacionados con la naturaleza de las colecciones y la identidad de los coleccionistas de esa época. Consideramos que estas décadas tienen particularidades especiales que no encontramos en otras, como lo son las colecciones únicas y simbólicas, las cuales nos interesa estudiar. En estos años, surgieron productos culturales que se convirtieron en fenómenos de masas y hoy son considerados iconos únicos de su tiempo. Podemos mencionar las figuras de acción de He-Man, los videojuegos de Nintendo, los discos de vinilo y los álbumes de cromos como artículos que definieron esa era. Muchas de estas colecciones no han sido replicadas con el mismo impacto ni han generado un sentimiento de apego en otras generaciones de manera similar.

Como mencionamos en un principio, entendemos la práctica de coleccionar y a los coleccionistas como mucho más que el simple acto de acumular objetos. Este concepto es central porque articula diversas dimensiones que atraviesan la identidad, la memoria, la nostalgia y la cultura popular que se verán más adelante en otros apartados. Desde esta perspectiva, el coleccionismo no se reduce a la posesión de bienes materiales, sino que representa una práctica cargada de significado personal y social.

Jenkins en su obra “Fans, blogueros y videojuegos La cultura de la colaboración” (2009b), destaca cómo la cultura participativa se nutre de la relación entre consumidores y productos, permitiendo que los aficionados construyan identidades alrededor de elementos culturales específicos. En este sentido, los coleccionistas de los 80 y 90 no sólo acumulan objetos, sino que reivindican un estilo de vida ligado a esos años, integrando los artículos de colección en su narrativa personal.

Pearce en su texto “On Collecting: An Investigation Into Collecting in the European Tradition” (1995) investiga el coleccionismo desde una perspectiva histórica y cultural, enfocándose en cómo las prácticas de coleccionar se han desarrollado en la tradición europea. Para la autora, el coleccionismo es una forma de crear orden y significado en el mundo, estructurando el caos a través de la selección y clasificación de objetos. Pearce también nos ayuda a entender que los coleccionistas participan en un acto de construcción cultural, ya que las colecciones reflejan los valores, intereses y jerarquías de la sociedad en la que se desarrollan. A través del acto de coleccionar, las personas negocian su identidad y su lugar dentro de la comunidad, atribuyendo valor simbólico y emocional a los objetos.

A partir de esta noción del coleccionismo se desprenden otras dimensiones, que presentamos a continuación y que complementan el concepto a desarrollar.

### 3. Memorabilia y Nostalgia

En el sentido estricto de la palabra se entiende memorabilia como “cosas memorables”, “las cosas que son dignas de ser recordadas” o “cosas que despiertan recuerdos o que se valoran o coleccionan por su asociación con un campo o interés en particular”. Sin embargo, en el contexto del coleccionismo, el concepto va más allá de esta definición: abarca artículos que evocan recuerdos específicos o sentimientos nostálgicos relacionados con momentos históricos, culturales, o personales significativos. En nuestra investigación, nos enfocamos en mostrar cómo las décadas de los 80 y 90 encapsulan este concepto, al ofrecer colecciones emblemáticas que no sólo representan productos de consumo, sino también experiencias y emociones que siguen resonando en la memoria colectiva.

Y es que, los coleccionistas de esta época, desarrollan un sentimiento de pertenencia muy fuerte hacia los objetos que marcan su juventud (videojuegos, cómics, juguetes, cine), dado que estos elementos representan más que simples productos; son símbolos de identidad personal y comunitaria. Estos objetos encapsulan la nostalgia de momentos vividos en la infancia o adolescencia, lo que fortalece la conexión emocional y la motivación por conservarlos. Tomando las ideas de Baudrillard y Pearce, dos autores ya mencionados, podemos decir que los objetos coleccionados se convierten en una “extensión del yo”, reflejando los valores, gustos y experiencias del individuo. Al seleccionar

y conservar determinados elementos, el coleccionista crea un discurso sobre su identidad que conecta su historia personal con lo cultural.

Stewart (1993) define la colección como una narrativa personal que permite al coleccionista darle significado al pasado y al presente. Argumenta que los objetos coleccionables se vuelven importantes porque representan la "ausencia" o "añoranza" por algo más amplio: el tiempo perdido, la infancia o experiencias significativas. La colección ofrece una manera de materializar memorias y nostalgia, convirtiendo los objetos en símbolos emocionales. La autora nos ayuda a comprender que los objetos coleccionados de estas décadas funcionan como "recuerdos físicos" de experiencias personales y colectivas, representando tanto los valores culturales de esas épocas como las emociones asociadas a ellas.

Si bien el enfoque principal no es abordar el tema desde una perspectiva psicológica, citamos a un autor que aporta una valiosa comprensión sobre diversos aspectos del coleccionismo y las motivaciones detrás de las colecciones. Davis (1979) conceptualiza la nostalgia como un sentimiento que no es sólo una añoranza por el pasado, sino una respuesta emocional compleja que puede conectar recuerdos personales con identidades individuales o colectivas. Davis explica que la nostalgia puede funcionar como un anclaje emocional al pasado. En el contexto del coleccionismo, los objetos relacionados con épocas específicas, como los 80 y 90, se convierten en "vehículos simbólicos" que permiten a los individuos reafirmar su identidad y reconstruir experiencias significativas del pasado.

Belk en su texto "Las posesiones como el yo extendido" (1988), que tomará más importancia en otros apartados, sugiere que las personas buscan coleccionar objetos que evocan momentos específicos del pasado, reforzando una "identidad nostálgica". La nostalgia no sólo ayuda a mantener la conexión con experiencias pasadas, sino que ofrece un sentido de continuidad a lo largo de la vida.

#### 4. Identidad

En línea con lo anterior, otro concepto central en la presente indagación es la identidad, ya que nos ayuda a entender y estudiar a los coleccionistas pero, sobre todo, permite entender cómo los objetos de colección ayudan a los individuos a construir, reafirmar y expresar quiénes son. La identidad se desarrolla y se refuerza mediante las experiencias, elecciones y relaciones que una persona establece, y el coleccionismo actúa como un mecanismo simbólico y narrativo para este proceso.

El autor principal del cual recuperamos reflexiones sobre este concepto es Russell Belk (1988), quien expresa que los objetos coleccionados funcionan como "extensiones de la identidad" del coleccionista, permitiendo que estos proyecten una parte de su personalidad. La elección de qué objetos coleccionar revela los gustos, valores y afinidades

culturales de cada persona. Siguiendo el mismo texto “Las posesiones como el yo extendido”, Belk (1988) expone cómo a través del consumo y el coleccionismo, los individuos construyen y expresan su identidad personal y social, un tema que abordaremos en los capítulos a desarrollar. Entre los principales conceptos, este autor expone las “extensiones del yo”, donde las pertenencias no son sólo cosas útiles o decorativas, sino que representan “partes simbólicas del ser”. Por ejemplo, como mencionamos, una colección de objetos puede reflejar los intereses, gustos, aspiraciones y valores del coleccionista. Por esto, analizamos lo que el autor expone como “Identificación a través de los objetos”, donde los individuos “internalizan” los objetos al punto de que estos se sienten como una “parte del yo”. El control, uso y posesión de los objetos genera una “conexión emocional” profunda con ellos y refuerza la identidad personal.

En este sentido, nos parece pertinente analizar el texto de Belk (1988) para dar cuenta que los coleccionistas de la cultura pop de los años 80 y 90 utilizan los objetos para reforzar su identidad personal y para mantener vivo un sentido de pertenencia con una época que consideran significativa. Retomando a Davis (1979), exploramos el concepto de identidad desde la conexión que establece la nostalgia entre el individuo y momentos significativos de su pasado. Según el autor, esta conexión ayuda a reafirmar la identidad, especialmente en épocas de cambio. La memorabilia de los años 80 y 90, por ejemplo, no sólo permite a los coleccionistas vincularse con su historia personal, sino también con una 'identidad generacional' compartida.

Por otro lado, Baudrillard (1968), nos ayuda a entender el coleccionismo en el contexto de la sociedad de consumo, donde los objetos se convierten en símbolos de estatus y extensión del yo. Para el autor, los objetos coleccionables tienen un significado más allá de su función práctica: son vehículos de deseo y reflejan la relación del individuo con el poder y la identidad. El coleccionista, al reunir objetos (o consumir material de las décadas abordadas) no sólo acumula posesiones, sino que intenta construir un universo privado que lo distingue del resto, moldeando su propia identidad en oposición al consumo masivo.

## 5. Comunidad

El concepto de comunidad es fundamental para entender las dinámicas del coleccionismo, especialmente en relación con la cultura popular, la identidad y las interacciones sociales que se desarrollan a partir de estos intereses compartidos. Este sentido de pertenencia ayuda a los individuos a definir y reforzar su identidad personal, lo cual es esencial en el contexto de la cultura popular donde los objetos coleccionables pueden tener significados personales y culturales. Como menciona Belk (1988), las pertenencias actúan como extensiones del yo, y al compartir estos objetos dentro de una

comunidad, los coleccionistas pueden establecer vínculos más profundos con otros que comparten sus pasiones.

Para abordar la cultura popular y sentido de pertenencia, retomamos a Jenkins (2009a), quien sugiere que la participación activa en una comunidad, como las que se forman alrededor del coleccionismo de cultura pop, fortalece la identidad y crea una “comunidad participativa”. Los objetos de colección se convierten en “símbolos de pertenencia” a un grupo que comparte experiencias y valores similares.

En esta investigación nos centramos primeramente, en que las comunidades facilitan la interacción social, lo que permite a los coleccionistas intercambiar experiencias, conocimientos y recursos. Esto fomenta un ambiente de colaboración y aprendizaje, enriqueciendo la experiencia del coleccionismo. En este sentido retomamos a Pearce (1995), que plantea que el coleccionismo no es simplemente una actividad individual, sino una dinámica que se nutre de la interacción social y del intercambio de ideas dentro de las comunidades. En segundo lugar, tenemos en cuenta la preservación de la cultura. Las comunidades de coleccionistas son fundamentales para la preservación de la cultura popular. A través de la recopilación y conservación de objetos representativos de una época, los coleccionistas contribuyen a mantener viva la memoria cultural. Esto es particularmente relevante para las décadas de 1980 y 1990, donde ciertos objetos (como figuras de acción, videojuegos, películas) representan momentos históricos y culturales significativos.

Este enfoque también está ligado a la economía del coleccionismo, donde las comunidades también influyen en el mercado del coleccionismo. Al reunir a coleccionistas con intereses similares, crean demanda y fomentan el comercio entre ellos. Esto puede llevar a la valorización de ciertos objetos y al establecimiento de tendencias dentro de la comunidad. Adorno y Horkheimer (1994) destacan cómo las industrias culturales pueden influir en las dinámicas de consumo, lo que es relevante para comprender el mercado del coleccionismo y su impacto en la comunidad.

### **Marco Metodológico y Técnicas de Investigación**

Este estudio adopta un enfoque cualitativo para explorar cómo la cultura popular de los años 80 y 90 ha impactado en los coleccionistas contemporáneos, conforme a lo propuesto por Marradi (2011) en su obra *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*. El enfoque cualitativo permite profundizar en la interpretación de los significados y subjetividades de los actores sociales, priorizando la comprensión del contexto y del sentido atribuido a sus prácticas. Se enfoca en la realización de entrevistas en profundidad y este tipo de estudio nos permite una comprensión profunda de las motivaciones, experiencias y percepciones de los coleccionistas, destacando aspectos emocionales y sentimentales asociados a la nostalgia y los recuerdos.

Para dar respuesta a los objetivos propuestos y comprender el fenómeno de estudio, esta investigación se estructura en distintas etapas. En la primera etapa, se lleva a cabo una recopilación de bibliografía tanto general como específica sobre el coleccionismo, considerando fuentes primarias y secundarias relevantes.

Posteriormente, se selecciona y analiza este material bibliográfico, profundizando en los textos que se relacionan directamente con los conceptos clave de la investigación. Esta fase permite construir una base sólida de conocimientos teóricos que sustentan los análisis y discusiones desarrollados en los capítulos.

En segundo lugar, se realizan entrevistas en profundidad como técnica principal para recolectar datos. Estas entrevistas proporcionan insights (visión interna, percepción, entendimiento) sobre la conexión emocional de los coleccionistas con los objetos de la cultura popular de las décadas mencionadas. Las entrevistas son semiestructuradas, permitiendo la exploración de temas relevantes mientras se adapta a las respuestas y experiencias únicas de cada participante. La muestra está compuesta por coleccionistas adultos, específicamente entre las edades de 35 y 45 años, que fueron niños durante las décadas de los 80 y 90. Esta selección asegura que los participantes tengan una conexión directa con la cultura popular de esa época, proporcionando una perspectiva informada y personal sobre el tema. Las entrevistas se llevan a cabo de manera presencial, registrando cada sesión en un estudio de podcast creado por uno de los miembros del equipo de investigación. Además, nos desplazamos a diferentes ubicaciones donde tuvimos acceso a los artículos de los coleccionistas, lo que nos permitió capturar un contexto más auténtico y cercano a la experiencia de cada entrevistado. Este enfoque no sólo enriquece las entrevistas, sino que también nos ofrece una mejor comprensión del significado que estos objetos tienen para los coleccionistas.

Los datos construidos son analizados de manera cualitativa. El análisis se centra en identificar patrones temáticos emergentes relacionados con la nostalgia, los recuerdos y las emociones asociadas a la colección de objetos de la cultura popular. Como investigadores, llevamos a cabo el análisis personalmente, sin utilizar ningún software, asegurando consistencia y profundidad en la interpretación de los datos.

Finalmente, tras compilar y organizar toda la información obtenida en la investigación, se estructuran los contenidos en cada capítulo y se procede a la edición del podcast. Como último paso, se lleva a cabo la difusión y divulgación de los resultados, con el objetivo de contribuir al entendimiento y apreciación de la cultura pop, así como su impacto en la identidad contemporánea. Este proceso no sólo permite compartir los hallazgos con una audiencia más amplia, sino que también fomenta un diálogo enriquecedor sobre la importancia de estos temas en el contexto actual.

## **Capítulo 1. Motivaciones, razones y fundamentos del Coleccionista**

### **1.1. El Coleccionismo**

Coleccionar es, desde siempre, una parte profunda de lo que somos como seres humanos. A lo largo de la historia, hubo una necesidad casi instintiva de reunir, guardar y proteger objetos que, de alguna manera, significaban mucho más que su forma o su utilidad. Como explica Rigalt (2020), el coleccionismo se ha movido "entre la motivación religiosa, el deleite artístico, los códigos de exhibición y el negocio", mostrando que nunca fue una práctica unidimensional, sino una manifestación compleja de distintos impulsos humanos.

Con el paso de los siglos, esa necesidad fue tomando distintas formas: las piezas sagradas en los templos, las colecciones de rarezas naturales y objetos exóticos en los palacios, o los gabinetes de curiosidades que intentaban capturar la diversidad del mundo en un solo lugar. Cada objeto coleccionado llevaba consigo una historia, un recuerdo, una emoción, y, en muchos casos, una manera de construir identidad y pertenencia.

Estos espacios, repletos de objetos exóticos y artefactos naturales, eran expresiones tanto del deseo de saber cómo del afán de exhibir poder y distinción social. A lo largo de los siglos, las colecciones fueron mutando, pasando por manos de aristócratas, académicos y burgueses, hasta democratizarse y expandirse con el auge del consumo cultural en el siglo XX. Tal como señala Pearce (1995), coleccionar no es sólo reunir objetos, sino construir significados. Las colecciones ordenan el mundo, pero también dicen algo sobre quienes las crean: sus pasiones, sus valores, sus vínculos con la memoria y con la historia. Desde esta perspectiva, el coleccionismo puede entenderse como una práctica cultural que articula tanto la relación del sujeto con los objetos como su propia identidad. Si bien más adelante se profundizará en los vínculos entre cultura, mercado e identidad, este capítulo propone detenerse en las motivaciones personales y emocionales que impulsan a coleccionar.

El coleccionismo se presenta como una actividad multifacética que trasciende el simple acto de acumular objetos. Según Benjamin (2007), el coleccionista encuentra en los objetos no sólo un valor material, sino una conexión profunda con el pasado, siendo esta una manifestación filosófica del deseo humano de preservar y ordenar fragmentos de la historia. Esta perspectiva se refuerza en las entrevistas, donde coleccionistas como Mario, Juan Pablo y Maximiliano describen cómo su actividad les ayuda a establecer metas y encontrar un propósito en sus vidas. Para él, coleccionar es un ejercicio terapéutico que le permite organizarse y mantenerse enfocado, mientras busca piezas que despiertan en él emociones y recuerdos específicos.

En la misma línea, Pearce (1995) aborda el coleccionismo como un acto cultural enraizado en tradiciones europeas, sugiriendo que este hábito representa una manera de interactuar con el tiempo y la memoria. Esta interacción se observa en las narrativas de los

entrevistados, quienes mencionan cómo ciertos objetos, por mencionar un ejemplo, figuras de Star Wars o vehículos de los años 80, les permiten revivir momentos de su infancia. A través de sus entrevistas, revelan que buscan objetos que activen recuerdos de su infancia y adolescencia vinculados a la cultura pop. Maximiliano tiende a reunir figuras de acción, objetos relacionados a calaveras y robots de los años 80 y 90, particularmente de Star Wars y Transformers, valorizando especialmente piezas únicas de kiosco. Mario, por su parte, comenzó con revistas gráficas de Marvel y cómics, enfocándose luego en figuras de acción, mazos de cartas, videojuegos. Juan Pablo, en cambio, centra su colección en vinilos, cassettes, VHS de carátula icónica, videojuegos y figuras de acción que no pudo tener de niño, construyendo una colección que preserva su identidad generacional y su vínculo afectivo con los medios audiovisuales. La construcción de modelos a partir de piezas de modelismo muestra cómo el coleccionismo no sólo preserva el pasado, sino que lo reinventa mediante la creatividad.

Desde un punto de vista psicológico, Belk (1988) introduce el concepto de las posesiones como extensiones del yo, explicando que los objetos coleccionados se convierten en una representación tangible de la identidad del individuo. En este sentido, los coleccionistas entrevistados revelan cómo sus elecciones están profundamente ligadas a sus intereses personales y a su historia. Por ejemplo, el interés de Maximiliano por objetos relacionados con la arquitectura refleja tanto su formación profesional como su necesidad de conectar con aspectos de su pasado académico.

De acuerdo con Stewart (1993), el coleccionismo también está vinculado a una narrativa de lo pequeño y lo grandioso, donde el coleccionista busca dar sentido a su mundo mediante la miniaturización o amplificación de ciertos elementos. Este enfoque puede observarse en las colecciones temáticas de los entrevistados, como la acumulación de figuras de acción y vehículos que representan mundos imaginarios.

Estos actos, más allá del placer estético, refuerzan la identidad cultural y social del coleccionista dentro de una comunidad mayor.

En síntesis, el coleccionismo, entendido desde estas múltiples perspectivas, no sólo actúa como un medio para acumular objetos, sino como una herramienta para construir, preservar y expresar identidades personales y culturales. A partir de las entrevistas y los autores citados, podemos concluir que el coleccionismo es tanto un refugio emocional como un puente hacia el entendimiento del pasado y el presente cultural.

## **1.2. Identidad.**

¿Cómo se relaciona el coleccionismo con la construcción de la identidad personal? Hablar de coleccionismo es hablar también de uno mismo. No se trata solamente de juntar objetos: cada pieza elegida, buscada, cuidada y mostrada dice algo del coleccionista. En las entrevistas realizadas para este Trabajo Final Integrador, muchos mencionaron que sus

coleccionos comenzaron en la infancia, con una figurita, una carta, un juguete, y que con el paso del tiempo esa práctica se volvió parte de quienes son, de su identidad. Algunos lo describen como una forma de volver al pasado, otros como una manera de construir un refugio propio, una especie de santuario emocional en medio del caos cotidiano. "Esto soy yo", dicen muchos, señalando una estantería o un álbum.

Desde esta perspectiva, el acto de coleccionar no es neutral ni arbitrario: está profundamente atravesado por la identidad. Belk (1988) sostiene que los objetos coleccionados se integran al sentido del yo, formando parte de lo que somos. Son extensiones del cuerpo, del recuerdo, de los afectos. En las entrevistas realizadas, esta relación es evidente cuando los participantes explican cómo las piezas que coleccionan no representan únicamente sus gustos, sino también recuerdos de su infancia, su entorno cultural y sus valores. Por ejemplo, Maximiliano describe cómo el coleccionismo de figuras de acción y vehículos antiguos está directamente vinculado a las películas y programas que marcaron su niñez, siendo estos objetos una forma de reafirmar su conexión con esos momentos de formación.

Algo similar plantea Stewart (1993) al describir la colección como una narrativa personal, donde cada elemento habla de un deseo, una ausencia o una vivencia. En este sentido, las entrevistas destacan cómo los objetos coleccionados se convierten en hitos de momentos significativos, un ejemplo de esto son los primeros juguetes adquiridos en la infancia o las piezas difíciles de conseguir que se constituyen como logros personales. Este proceso de acumulación y narración fortalece el sentido de identidad al permitir que el coleccionista articule una historia única sobre sí mismo.

Pero también hay una dimensión simbólica más amplia. Baudrillard (1968) plantea que el coleccionista no sólo acumula objetos, sino significados. Cada pieza posee un valor simbólico que excede lo material: representa un universo, una época, un sentido de pertenencia. Esto es evidente en los coleccionistas que personalizan sus espacios con vitrinas, estanterías y exposiciones cuidadosamente organizadas. En las entrevistas, se menciona cómo el entorno donde se exponen las colecciones actúa como una representación simbólica de la personalidad del coleccionista, proyectando su identidad hacia los demás.

Jenkins (2009a) aporta otra dimensión al vincular el coleccionismo con la cultura participativa. En su análisis, los fans y coleccionistas no sólo consumen objetos, sino que también contribuyen activamente al discurso cultural, estableciendo su identidad dentro de una red de significados compartidos. Esto se evidencia en los relatos de los entrevistados que participan en comunidades de coleccionistas, ferias y exposiciones, donde comparten experiencias y conocimientos. Este intercambio refuerza su identidad individual al mismo tiempo que la enriquece al interactuar con otros apasionados que comparten intereses

similares

En este punto, es imposible separar el coleccionismo de la construcción de una identidad emocional y cultural. Porque cada objeto habla, no sólo de una historia colectiva, sino también de una muy íntima. Lo que elegimos guardar, mostrar y buscar obsesivamente, nos define tanto como nuestras palabras o nuestras elecciones cotidianas. En el fondo, coleccionar es una manera de decir: “Esto me importa. Esto soy yo”.

Finalmente, la construcción de la identidad a través del coleccionismo también está mediada por factores culturales. Storey (2006) plantea que la cultura popular influye profundamente en cómo las personas definen quiénes son, y esto es especialmente relevante en las colecciones relacionadas con la nostalgia de los años 80 y 90. Los entrevistados destacan cómo los objetos de estas décadas, como las consolas Atari, figuras de Star Wars y modelos de autos de colección, les permiten conectar con un periodo histórico que consideran parte esencial de su identidad.

En síntesis, el coleccionismo opera como un mecanismo poderoso para construir y expresar la identidad personal. Desde los objetos elegidos hasta las historias que los rodean, cada aspecto de esta práctica refuerza el sentido de pertenencia y autenticidad del coleccionista, tanto a nivel individual como dentro de una comunidad cultural más amplia.

### **1.3. Tipos de Colecciones**

El coleccionismo abarca una amplia variedad de objetos y categorías que reflejan los intereses, valores y contextos culturales de los coleccionistas. Según Pearce (1995), los tipos de colecciones pueden dividirse en dos grandes categorías: las utilitarias, que priorizan el uso y funcionalidad, y las simbólicas, que se centran en el valor estético, emocional o histórico de los objetos. En las entrevistas, encontramos ejemplos claros de ambas categorías. Maximiliano menciona colecciones de figuras de acción, vehículos en miniatura y libros como ejemplos de objetos que combinan significado emocional con un valor estético. Mario, por su parte, colecciona objetos como figuras de Playmobil y memorabilia de series y películas de los años 80, buscando preservar recuerdos de su infancia. Juan Pablo enfoca su colección en cómics, figuras de superhéroes y objetos relacionados con el cine y la cultura pop, rescatando así momentos significativos que marcaron su identidad generacional.

Baudrillard (1968) argumenta que los objetos coleccionados no existen de manera aislada, sino que forman parte de un sistema más amplio de significados interrelacionados. Este sistema se manifiesta en las colecciones temáticas, como las de Star Wars o Transformers, donde cada pieza contribuye a construir un universo narrativo. Las entrevistas destacan cómo estas colecciones no sólo tienen un valor individual, sino que también adquieren un mayor sentido al ser vistas como parte de un conjunto coherente.

Entre los tipos de colecciones más comunes, se encuentran las relacionadas con la nostalgia. Davis (1979) analiza cómo los recuerdos y las emociones asociadas a ciertos objetos impulsan a los coleccionistas a buscar y preservar artefactos que les permitan reconectar con el pasado. Esto es particularmente evidente en las entrevistas, donde los participantes describen su apego por los juguetes de su infancia y las películas de los años 80 y 90. Estas colecciones funcionan como cápsulas del tiempo, encapsulando experiencias y sensaciones únicas de un periodo específico.

Otra categoría importante es la de los objetos únicos o raros, que según Stewart (1993) representan el deseo de poseer algo que escape a lo ordinario. Los entrevistados mencionan su interés por piezas difíciles de encontrar, como figuras de edición limitada o modelos exclusivos de vehículos. Este tipo de colecciones, además de su valor intrínseco, otorgan al coleccionista un sentido de logro y distinción.

En términos de impacto social, las colecciones relacionadas con la tecnología y la cultura popular reflejan cómo estas áreas han evolucionado con el tiempo. Horkheimer y Adorno (1994) plantean que la industria cultural ha moldeado las preferencias de los consumidores, generando colecciones que reflejan las tendencias comerciales de cada época. En este sentido, las consolas de videojuegos y los primeros dispositivos electrónicos, como los Walkman, aparecen frecuentemente en las entrevistas como ejemplos de objetos coleccionados que representan la interacción entre cultura y tecnología. Un ejemplo claro de esto, se observa en la entrevista de Mario, cuando menciona que conserva videojuegos antiguos como una forma de mantener viva la experiencia de su infancia, afirmando que “tener el cartucho original y la consola es como volver a esa época”.

En conclusión, los tipos de colecciones son tan diversos como las motivaciones que impulsan a los coleccionistas. Desde juguetes y figuras de acción hasta objetos tecnológicos y piezas raras, cada categoría refleja una parte de la identidad y los valores de quienes las preservan.

A continuación, presentamos algunos de los tipos más frecuentes de colecciones y coleccionistas, para comprender mejor esta variedad de enfoques.

#### 1. Completista

Busca reunir toda la colección de una línea o serie específica. No se conforma hasta tener todas las variantes, ediciones limitadas, reempaquetados, y a veces incluso errores de fábrica. El objetivo es la colección "total".

Lo que impulsa al coleccionista completista no es sólo el placer de tener objetos, sino también el desafío personal de lograr la colección entera, como si cada pieza fuera un paso más hacia una meta soñada. Completar una colección trae consigo una sensación de logro, de haber conquistado algo que tiene un valor emocional y simbólico muy fuerte.

#### 2. Nostálgico

Colecciona principalmente objetos que remiten a su infancia o juventud. No le interesa tanto completar series, sino recuperar piezas que tienen un valor sentimental, como juguetes de los 80/90, videojuegos retro, cassettes, etc.. Jugar nuevamente con una consola antigua, volver a tener en las manos un álbum de figuritas perdido o conseguir ese muñeco que alguna vez fue especial no es simplemente acumular cosas: es reconectar con emociones y momentos que marcaron la vida de quien colecciona.

### 3. Especialista

Se enfoca en un tema, franquicia o marca específica (por ejemplo, sólo colecciona Star Wars vintage o únicamente consolas de Nintendo). Conoce profundamente los detalles, variantes y rarezas de su área.

Lo importante no es que todos los objetos pertenezcan a la misma colección oficial, sino que de alguna forma dialoguen entre sí, construyendo un universo afectivo que refleja una pasión. Este tipo de coleccionismo no busca tanto "cerrar" una colección como sí sucede en el completismo, sino más bien expandir ese amor en todas las formas posibles. Cada objeto suma una nueva capa de sentido y permite mantener viva esa conexión emocional que da origen a la colección.

### 4. Cazador de rarezas

Está motivado por encontrar piezas extremadamente difíciles o de producción limitada: prototipos, figuras de edición especial, errores de impresión o memorabilia de eventos específicos como convenciones.

Estos objetos, que suelen salir al mercado en cantidades muy reducidas o en versiones exclusivas, despiertan el interés justamente porque son difíciles de conseguir. Puede tratarse de una figura de acción de convención, un vinilo en tirada especial o una primera edición de un libro o cómic. Tener uno de estos objetos en la colección no sólo le da un valor económico, sino también un valor emocional muy fuerte, porque implica haber logrado algo que pocos tienen, algo que conecta directamente con el orgullo y la identidad del coleccionista.

### 5. Conservacionista

Se preocupa por mantener los objetos en el mejor estado posible, buscando piezas en caja cerrada (MISB: "Mint In Sealed Box") o sin uso ("MOC: "Mint on Card"). Muchas veces colecciona duplicados: uno para abrir y otro para conservar intacto.

### 6. Revendedor estratégico

Compra piezas con la intención de revenderlas más adelante cuando aumente su valor. Aunque no siempre es bien visto en la comunidad de coleccionistas tradicionales, este perfil existe y mueve mucho el mercado.

### 7. Temático/Curador

Arma su colección con una lógica más artística o narrativa: por ejemplo, recrear un

videoclub ochentoso, una habitación de juegos vintage o una exposición sobre un tema cultural. Curar su colección como si fuese un museo personal.

#### 8. Minimalista emocional

Colecciona pocos objetos, pero cada uno tiene un significado muy fuerte. A diferencia del completista, prefiere tener “piezas elegidas” en lugar de cantidad.

En el contexto contemporáneo del coleccionismo, ha surgido una nueva categoría vinculada a las tecnologías digitales: el coleccionismo de videojuegos en formato digital. A diferencia de la tradición física de acumular cartuchos, consolas o discos, algunos coleccionistas actuales enfocan su pasión en construir bibliotecas virtuales a través de plataformas como Steam, PlayStation Network o Xbox Live. Este tipo de coleccionismo también responde a la necesidad de preservar experiencias culturales, aunque sin un soporte material tangible. Las nuevas generaciones tienden a valorar la posesión simbólica y el acceso a los contenidos, más que el objeto físico en sí, redefiniendo así las prácticas de acumulación y memoria dentro de la cultura pop.

El coleccionismo digital muestra cómo el deseo de atesorar y conectar emocionalmente con objetos o recuerdos sigue siendo el mismo, aunque ahora también se adapte a nuevas plataformas y lenguajes.

#### **1.4. Comunidad de Coleccionistas e Impacto Social y Cultural**

La comunidad de coleccionistas desempeña un papel crucial en la experiencia de coleccionar, proporcionando un espacio para compartir conocimientos, intercambiar objetos y construir vínculos sociales. Según Jenkins (2009a), las comunidades de fans y coleccionistas no sólo participan en el consumo pasivo, sino que también contribuyen activamente a la creación de significados culturales.

El coleccionismo, más allá de ser una práctica individual de acumulación de objetos, es también una experiencia social que articula identidades, emociones y formas de pertenencia. En este apartado se abordará el modo en que los coleccionistas conforman comunidades (tanto presenciales como virtuales) y cómo estas redes afectan los sentidos culturales, afectivos y simbólicos del acto de coleccionar.

En primer lugar, es importante señalar que la dimensión comunitaria del coleccionismo no se expresa únicamente en eventos presenciales o ferias, sino que adquiere una presencia cada vez más relevante en entornos digitales. Juan Pablo, uno de los entrevistados en este estudio, comenta que forma parte en una comunidad de coleccionistas en Instagram, ya que en la ciudad de Rafaela no suelen organizarse ferias ni encuentros presenciales. Esta afirmación pone en evidencia cómo las redes sociales pueden suplir (e incluso potenciar) la ausencia de espacios físicos, ampliando las posibilidades de interacción para quienes habitan en contextos menos urbanizados o con

una oferta cultural limitada.

Si bien Rafaela comienza a abrirse a estos espacios mediante eventos como la Multicom (donde se reúnen aficionados a la cultura pop, aunque no está orientada a la compra-venta de productos), este tipo de encuentros también cumple un rol clave en la configuración de la identidad del coleccionista, al brindar oportunidades de socialización, reconocimiento y validación simbólica.

Mario también señala que en ciudades como Córdoba y Buenos Aires es posible encontrar con mayor frecuencia ferias, museos y encuentros, así como coleccionistas con colecciones que alcanzan miles o incluso millones de piezas. Asimismo, menciona la existencia de comunidades de fans centradas en franquicias específicas, como Star Wars o Masters of the Universe, lo que demuestra cómo el coleccionismo se entrelaza con formas de fanatismo cultural y pertenencia compartida.

Entonces, encontramos plataformas como Facebook, Reddit o Instagram donde los usuarios crean espacios donde comparten imágenes de sus objetos, consejos de restauración, información sobre precios y debates sobre la autenticidad o el estado de los ítems, entre otras cosas. Estas redes permiten mantener el vínculo entre coleccionistas más allá de las distancias geográficas. También existen comunidades centradas en el coleccionismo digital o nativo de los videojuegos, como ocurre con Pokémon Go, Fortnite o Steam, donde los usuarios intercambian y comentan sobre ítems digitales o NFTs. Por otro lado, plataformas de compra y venta como MercadoLibre o eBay también funcionan como espacios de socialización indirecta, donde los usuarios dejan reseñas, comparan objetos y construyen cierta lógica de mercado entre pares. Finalmente, encontramos comunidades más afectivas y nostálgicas, como canales de YouTube dedicados a lo retro o grupos de Discord donde se comparte información vinculada a juguetes, revistas o series de décadas pasadas, reforzando una identidad generacional y emocional que atraviesa el acto de coleccionar.

Si nos referimos a ferias podemos encontrar varias: Multicom, Comic Con, Retro Star, Juntada Fa, feria ciruja. Muchos coleccionistas y fanáticos coinciden en que nada reemplaza la experiencia de asistir a una feria presencial y caminar entre los puestos. Mientras que los entornos virtuales permiten ampliar redes, compartir contenido y acceder a productos desde cualquier lugar, los encuentros cara a cara ofrecen algo irremplazable: la posibilidad de ver, tocar, oler y escuchar los objetos. En las ferias y encuentros, los coleccionistas no sólo van a comprar o intercambiar cosas, sino que también charlan mucho sobre qué tan bien está conservado un objeto, si es raro, cuántos años tiene y cuánto cuesta. Aunque el precio parece importante, para ellos no se trata sólo de números: muchas veces lo que vale un objeto tiene más que ver con lo que significa o con los recuerdos que les trae. Para muchos coleccionistas, un producto "no es caro" si su adquisición implica una conexión con el

pasado o con experiencias personales significativas. Expresiones como "huele al pasado" o "esto no lo había visto nunca" dan cuenta de una afectividad proyectada sobre el objeto, que convierte al acto de coleccionar en una práctica cargada de memoria, deseo y pertenencia. Estos intercambios presenciales refuerzan la idea de comunidad, donde se comparten códigos comunes de valoración que muchas veces no son evidentes para quienes están fuera de ese universo. Más adelante, en el capítulo 2, se abordará con mayor profundidad cómo estos elementos se traducen en valor económico y también personal dentro del mercado del coleccionismo.

Geraghty (2020) enfatiza el impacto cultural del coleccionismo, describiendo cómo este actúa como un medio para preservar y transmitir aspectos clave de la cultura popular. Las colecciones de los entrevistados, que incluyen desde figuras de acción hasta recuerdos de películas icónicas, no sólo reflejan sus preferencias individuales, sino que también contribuyen a mantener viva la memoria colectiva de las décadas de los 80 y 90.

El impacto social del coleccionismo también se manifiesta en la creación de redes de apoyo y colaboración entre los miembros de la comunidad. Pearce (1995) señala que el coleccionismo fomenta un sentido de pertenencia y solidaridad, valores que son evidentes en las historias compartidas por los entrevistados sobre cómo han ayudado a otros coleccionistas a encontrar piezas específicas o han recibido apoyo para ampliar sus propias colecciones.

Desde una perspectiva crítica, Horkheimer y Adorno (1994) advierten sobre la influencia de la industria cultural en la comercialización del coleccionismo, sugiriendo que este puede convertirse en un mecanismo para perpetuar el consumo masivo. Sin embargo, las entrevistas muestran que muchos coleccionistas encuentran formas de resistir esta influencia, priorizando el valor emocional y cultural sobre el económico.

La comunidad de coleccionistas no sólo enriquece la experiencia individual de coleccionar, sino que también desempeña un papel clave en el impacto social y cultural del coleccionismo. A través de la interacción y el intercambio, los coleccionistas contribuyen a preservar y celebrar la cultura popular, mientras construyen un sentido de pertenencia que trasciende las fronteras individuales.

## **Conclusión**

El coleccionismo emerge como un fenómeno multifacético que va más allá de la simple acumulación de objetos, configurándose como un medio para expresar identidad, preservar recuerdos y participar en dinámicas culturales y sociales. A lo largo de este análisis, se ha explorado cómo los coleccionistas encuentran en esta práctica una forma de conectar con su pasado, construir significado en sus vidas presentes y proyectar una visión personal hacia el futuro. Este proceso está enmarcado por la influencia de factores como la nostalgia, las dinámicas comunitarias y las tendencias de consumo.

Desde la perspectiva de la identidad, el coleccionismo permite a las personas definir y comunicar quiénes son a través de los objetos que seleccionan y cómo los integran en su vida cotidiana. Belk (1988) describe las posesiones como extensiones del yo, y las entrevistas reflejan esta afirmación al evidenciar cómo los coleccionistas encuentran en sus colecciones una forma de reafirmar su personalidad y conectar con experiencias significativas. Los objetos coleccionados actúan como marcadores de momentos clave, encapsulando emociones, recuerdos y valores que, al ser narrados, consolidan el sentido de identidad del coleccionista.

El análisis también ha revelado la diversidad de colecciones que existen, desde figuras de acción y vehículos hasta tecnología y literatura, cada una reflejando una motivación o interés específico. Las categorías propuestas por autores como Pearce (1995) y Stewart (1993) ayudan a comprender cómo las colecciones responden tanto a necesidades emocionales como culturales. En este contexto, las entrevistas destacan cómo los coleccionistas seleccionan cuidadosamente sus piezas, guiados por narrativas personales, estéticas específicas y aspiraciones culturales. Esta selección no solo organiza el sentido de pertenencia, sino que también integra la práctica en un sistema de significados más amplio, como sugiere Baudrillard (1968).

Sin embargo, este análisis no puede ignorar las tensiones que existen dentro del coleccionismo, como el equilibrio entre su valor cultural y su comercialización. Horkheimer y Adorno (1994) plantean una crítica relevante al sugerir que la industria cultural puede cooptar el coleccionismo como una herramienta para perpetuar el consumo masivo. Aunque este riesgo es innegable, las entrevistas muestran que muchos coleccionistas logran resistir estas dinámicas al priorizar el significado emocional y comunitario sobre el valor material o económico de sus objetos.

En términos más amplios, el coleccionismo actúa como un espejo que refleja los valores y las dinámicas de una época. Las colecciones relacionadas con la cultura popular de los 80 y 90, por ejemplo, destacan cómo estos periodos estuvieron marcados por la tecnología emergente, la globalización cultural y la consolidación de una estética visual y narrativa distintiva. Los objetos de estas décadas, como las consolas Atari, los Walkman y las figuras de Star Wars, no sólo representan tendencias de consumo, sino que también encapsulan el espíritu de un tiempo caracterizado por la convergencia entre la creatividad y la tecnología.

Finalmente, este análisis invita a reflexionar sobre el papel del coleccionismo en un mundo cada vez más digitalizado y globalizado. A medida que las generaciones más jóvenes adoptan nuevas formas de interacción y consumo, el coleccionismo se enfrenta al desafío de reinventarse sin perder su esencia. Las entrevistas y los autores analizados destacan cómo esta práctica sigue siendo relevante, adaptándose a los cambios

tecnológicos y culturales al tiempo que preserva su capacidad de conectar a las personas con su historia, su comunidad y su humanidad compartida.

El coleccionismo es mucho más que un pasatiempo; es un acto profundamente humano que combina la búsqueda de significado, la expresión de identidad y la conexión con otros. Al integrar estas dimensiones, el coleccionismo se erige como un fenómeno cultural significativo que sigue evolucionando y adaptándose, reflejando tanto las aspiraciones individuales como las dinámicas colectivas de nuestra sociedad.

## **Capítulo 2: Valor y mercado del Coleccionismo**

### **2.1 Valor Económico de los Objetos Coleccionables: oferta, demanda y aspectos del objeto físico**

Según lo abordado anteriormente, el coleccionismo es una actividad profundamente vinculada con el valor que las personas atribuyen a los objetos, ya sea desde una perspectiva económica, emocional o cultural.

El valor económico de un objeto coleccionable no sólo depende de su rareza, antigüedad o estado de conservación, sino también de dinámicas de oferta y demanda que fluctúan en función de las tendencias del mercado. Además, la autenticidad y la historia detrás de un objeto físico constituyen elementos clave que incrementan su atractivo para los coleccionistas, quienes muchas veces buscan piezas que resalten por su singularidad. Como señala Baudrillard (1968), los objetos coleccionables trascienden su valor de uso o material y adquieren un significado dentro de un sistema simbólico. En el contexto del coleccionismo, los objetos se valoran no por su funcionalidad, sino por el lugar que ocupan dentro de una estructura cerrada de significación, donde la escasez y el deseo del sujeto juegan un papel fundamental.

Repasemos punto por punto: la rareza de un objeto coleccionable se refiere a su disponibilidad limitada en el mercado. Un artículo puede considerarse raro si fue producido en cantidades limitadas, si pertenece a una edición especial, si fue retirado rápidamente de circulación o si muy pocos ejemplares han sobrevivido con el paso del tiempo. La rareza influye directamente en el valor del objeto, ya que cuanto más difícil sea de encontrar, mayor será su atractivo para los coleccionistas. Baudrillard (1968) menciona que el coleccionismo no se trata sólo de acumular objetos, sino de poseer aquellos que escapan a la accesibilidad común, lo que refuerza el sentido de exclusividad y deseo. En este sentido, la escasez no sólo incrementa el valor económico, sino que también transforma el objeto en un signo que representa estatus y distinción dentro de la lógica del coleccionismo.

Mario aporta que hoy en día es difícil conseguir ciertas figuras y aún más conseguir toda la colección, como por ejemplo Plastic Man o El acertijo de los cómics de Batman, ya que son figuras que dejaron de producirse o se encontraban rotas o distintas a lo que eran en su época. Esta dificultad para encontrarlas en buen estado y completas incrementa su

valor y convierte el proceso de búsqueda en una parte esencial del deseo del coleccionista.

La antigüedad de un objeto coleccionable hace referencia a su edad y al contexto histórico en el que fue producido. Si bien no todos los objetos antiguos son valiosos, aquellos que pertenecen a décadas pasadas y representan "hitos" culturales o tecnológicos tienden a ser altamente demandados. Por ejemplo, hablando de juguetes de los años 80 y 90, los primeros modelos de Star Wars o Nintendo Entertainment System (NES) han incrementado su valor debido al factor nostálgico y a la escasez de unidades en buen estado. Podemos evidenciar que el aumento de valor de Nintendo Entertainment System (NES), se explica no sólo por su escasez, sino también por el peso de la nostalgia. Como señala una nota de Infobae basada en un estudio de la Universidad de Oxford, el éxito actual de la Nintendo Switch refleja cómo los videojuegos mantienen viva su magia, reactivando vínculos emocionales que atraviesan generaciones: "Jugar videojuegos antiguos no es sólo una forma de entretenimiento: también puede convertirse en un puente hacia la infancia"<sup>1</sup>. Además, se observó que el tiempo dedicado a jugar videojuegos clásicos tiende a duplicarse entre los 20 y los 40 años, una etapa en la que el entusiasmo por revivir experiencias pasadas alcanza su madurez.

Nuestro entrevistado, Mario, nos comenta que si bien no es completista (no completa colecciones o una línea de colección) todo lo que él recolectó fue porque se vio motivado a tener cerca esos objetos que "le causan nostalgia".

El estado de conservación es un criterio fundamental en la valoración de un objeto coleccionable. Factores como el desgaste, la presencia de daños, la certificación de autenticidad, la decoloración o si el objeto conserva su empaque original pueden afectar su valor significativamente. La ley de oferta y demanda juega aquí un rol crucial: cuando muchos coleccionistas desean un objeto que ya no se produce, su precio aumenta considerablemente, alimentado tanto por la escasez como por la competencia entre compradores. Además, Stewart (1993) menciona que la autenticidad y la integridad de un objeto juegan un papel crucial en la conexión emocional que establece el coleccionista con él.

Muchos productos coleccionables, especialmente figuras de acción, cartas o juguetes se comercializan con empaques escritos en chino, japonés o coreano. Esta característica no sólo responde a razones logísticas (como la producción masiva en Asia por parte de empresas como Bandai, Takara Tomy o Nintendo), sino también a una dimensión simbólica más profunda. Para muchos coleccionistas, la presencia de idiomas orientales en el empaque no sólo garantiza la procedencia original del objeto, sino que refuerza su valor como pieza "auténtica" o "exclusiva". Esta percepción responde a lo que

---

<sup>1</sup> Información tomada de Infobae (2025, 7 de abril), *El revival de los videojuegos: la magia eterna de la Nintendo Switch, según la Universidad de Oxford*.

ya ha señalado Baudrillard (1968) respecto al fetichismo del objeto, donde el valor no reside únicamente en su funcionalidad, sino en su capacidad para condensar un imaginario, una narrativa o una autenticidad codificada.

Habiendo analizado los factores que influyen en el valor económico de los objetos coleccionables, podemos entender que la demanda está impulsada tanto por la nostalgia como por la inversión. Mientras que algunos coleccionistas buscan revivir recuerdos personales y reforzar su identidad a través de estos objetos, otros ven en ellos una oportunidad de negocio.

Sin embargo, para comprender la evolución de esta demanda, es necesario mirar hacia atrás. En los años 80 y 90, la demanda de productos coleccionables estuvo profundamente influenciada por la publicidad y los medios de comunicación. La industria cultural, a través de anuncios en televisión, revistas especializadas y catálogos, no sólo promocionaba estos objetos como simples productos, sino que los posicionaba como símbolos de estatus y pertenencia dentro de una comunidad de consumidores y generaba un deseo masivo y emocional. En *Dialéctica de la Ilustración* (1994), Adorno y Horkheimer, introducen el concepto de industria cultural, refiriéndose al proceso mediante el cual la cultura es producida, distribuida y consumida de forma masiva bajo lógicas industriales y capitalistas. Según estos autores, la cultura, en lugar de promover el pensamiento crítico o la individualidad, se convierte en un producto estandarizado cuyo objetivo es la reproducción de las relaciones sociales existentes y el consumo constante.

La industria cultural no responde a una demanda genuina del público, sino que la crea artificialmente a través de la repetición, el marketing y la saturación de los medios. Las necesidades de los consumidores son moldeadas desde arriba, no nacen espontáneamente desde el gusto personal. De este modo, el consumidor cree elegir libremente, cuando en realidad está condicionado por una lógica de consumo impuesta: "Excluido de la industria, es fácil convencerlo de su insuficiencia. Mientras que hoy, en la producción material, el mecanismo de la oferta y la demanda se halla en vías de disolución, dicho mecanismo actúa en la superestructura como control en favor de los que dominan. [...] Pero lo mismo que los dominados se han tomado la moral que les venía de los señores más en serio que estos últimos, así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza". (Adorno y Horkheimer, 1994, pág.178)

Podemos entender entonces, la popularidad de ciertas franquicias de los años 80 y 90 como Star Wars, He Man, Transformers, Tortugas Ninjas, Pokémon o Power Rangers, que surgieron como productos culturales integrados en esta lógica comercial. No sólo eran series o películas, sino que estaban pensadas desde el inicio para vender juguetes, ropa, álbumes, etc.

Un ejemplo concreto es He-Man and the Masters of the Universe (1983). La serie fue creada después de que Mattel desarrollara la línea de juguetes. Es decir, el producto principal no era la narrativa sino el objeto de consumo, y la serie funcionaba como una extensión publicitaria. La demanda de los juguetes no era espontánea: era estimulada a través del relato, la televisión, los comerciales y la presión social entre niños.

El caso de Pokémon (iniciado como videojuego en 1996) muestra cómo un producto cultural puede expandirse globalmente mediante múltiples formatos, tal como lo anticipan Adorno y Horkheimer en su crítica a la industria cultural. Se trata de una estructura repetitiva, accesible, fácilmente comercializable, que produce un deseo constante de “completar la colección”, acumulando y comprando.

Incluso Stars Wars, que comenzó en los años 70, sentó las bases de este modelo: George Lucas conservó los derechos de merchandising porque entendió que la verdadera ganancia no estaba sólo en las películas, sino en sus productos derivados. Esto generó una enorme cultura del coleccionismo desde sus primeras figuras en 1977, que se extendió durante los 80 y continúa hasta hoy.

Un ejemplo concreto de este impacto se refleja en el testimonio de nuestro entrevistado, Mario, recuerda con nostalgia cómo, de niño, veía en televisión a sus personajes favoritos, como Rambo, mientras jugaba con las figuras de acción de estos. Hoy, su pasión por el coleccionismo sigue intacta. Su más reciente adquisición es una figura de John Spartan, protagonista de Demolition Man , una película que marcó su infancia.

En el apartado anterior, exploramos cómo la industria cultural y las experiencias de los consumidores fueron claves para la creación de la demanda. Ahora, nos centraremos en la lógica de la oferta: cómo se diseñaban, producían y distribuían los productos dentro de un sistema pensado para fomentar el consumo. Desde la perspectiva de Adorno y Horkheimer, podemos ver cómo los procesos de estandarización y serialización dominaron la producción de bienes culturales, enfocándose en la rentabilidad más que en el valor artístico. Sin embargo, más allá de esta teoría, es importante también tener en cuenta la experiencia real de los coleccionistas. A través de sus relatos, podemos entender cómo vivieron esa oferta en su contexto original: la circulación limitada de ciertos objetos, la aparición de productos exclusivos o difíciles de conseguir, y cómo todo esto influía en su valor simbólico y emocional. Escuchar sus voces nos permite reconstruir la lógica del mercado desde el punto de vista de quienes, de manera afectiva, crecieron ligados a esos objetos, otorgándoles significados que van más allá de lo comercial.

“Para todos hay algo previsto, a fin de que ninguno pueda escapar; las diferencias son acuñadas y propagadas artificialmente. El abastecimiento del público con una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo a una cuantificación tanto más compacta. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente de acuerdo con su nivel, que le ha sido

asignado previamente sobre la base de índices estadísticos, y echar mano de la categoría de productos de masa que ha sido fabricada para su tipo". (Adorno y Horkheimer, 1994, pág.168). La industria cultural configura la oferta de productos no para responder a la diversidad real de los individuos, sino para mantenerlos dentro de categorías predefinidas. La aparente variedad en los bienes culturales es sólo una ilusión: las diferencias están fabricadas artificialmente para sostener un sistema de consumo masivo y estandarizado. Cada persona es reducida a un tipo estadístico y dirigida hacia una gama de productos diseñada especialmente para su perfil. De este modo, la oferta cultural no sólo es manipulada, sino que cumple una función de control social, donde el consumo se convierte en un acto predecible, y la libertad de elección, en una simulación. La jerarquización de productos por niveles refuerza las divisiones sociales y la pasividad del público, asegurando que nadie escape del rol que le ha sido asignado.

La oferta de productos coleccionables en los años 80 y 90 estuvo marcada por los principios de la industria cultural, tal como lo destacan Adorno y Horkheimer (2002). Para ellos, la cultura se subordinó a las lógicas del mercado, donde lo artístico se transformó en negocio y viceversa. Este enfoque influyó directamente en la producción de objetos coleccionables, como juguetes, cómics y videojuegos, que respondieron a una lógica industrial de repetición y rentabilidad. Las franquicias, series y películas se integraban dentro de un mismo ecosistema de consumo, donde cada producto reforzaba al otro, favoreciendo la estandarización y la multiplicación de formatos. En este contexto, la creatividad no se guiaba por principios estéticos, sino por la capacidad de reproducir fórmulas exitosas. Esta lógica comercial no sólo definió las formas de consumo, sino que ayudó a transformar ciertos productos en objetos de culto, cuyas piezas comenzaron a ser acumuladas y valoradas afectivamente por quienes crecieron con ellos. Así, lo que comenzó como una estrategia de marketing se convirtió, para muchos, en una práctica profundamente personal, identitaria y nostálgica que aún persisten en quienes consumieron esas ofertas culturales en su infancia o adolescencia.

En esta segunda instancia, se incorpora la experiencia de los coleccionistas contemporáneos, cuya perspectiva desde la práctica permite comprender cómo fue percibida y vivida la oferta de productos culturales en su contexto original, así como también cómo dichos objetos continúan circulando en el presente, resignificados a través de nuevos valores simbólicos, afectivos y de mercado. A partir de los testimonios recopilados, se observa que la oferta no se definía únicamente por su presencia masiva, sino también por factores como la disponibilidad limitada de ciertos productos, determinada en muchos casos por condiciones históricas, económicas y geográficas que influyeron en su distribución y acceso.

Por ejemplo, nuestros entrevistados señalaron que ciertos objetos en los 80 y 90,

como figuras de acción específicas, ediciones especiales de videojuegos o álbumes de figuritas completos, eran difíciles de conseguir, ya sea por restricciones de importación, diferencias regionales en la distribución o el alto costo económico. Este carácter escaso o inaccesible contribuyó a construir un valor de rareza que persiste hasta la actualidad y que incide directamente en el deseo de recolección. En este sentido, la oferta percibida por los coleccionistas no está definida únicamente por lo que el mercado produjo en grandes cantidades, sino por aquello que fue difícil de obtener y, por lo tanto, más codiciado, estableciendo una lógica propia de circulación y valorización que va más allá de la disponibilidad original.

Según nuestro entrevistado, Juan Pablo, hay mucha demanda y poca oferta. Además, fundamenta que la escasez surge porque muchas personas compran y almacenan estos objetos para revenderlos cuando su precio aumenta, limitando su circulación en el mercado. Sin embargo, la presencia de especuladores en el mundo del coleccionismo termina influyendo en los precios, estableciendo un valor de mercado que afecta a todos. Como resultado, algunos objetos que adquirió sin la intención de que fueran piezas codiciadas, terminaron convirtiéndose en "santos griales" debido a estas condiciones externas.

## **2.2 Valor Emocional y Personal del Coleccionismo: la nostalgia como motor del coleccionismo.**

Más allá de su valor económico, como se ha señalado previamente, los objetos coleccionables tienen una dimensión emocional y personal que los convierte en elementos cargados de significado. En este contexto, la nostalgia juega un papel central en la motivación de los coleccionistas, impulsándonos a recuperar fragmentos del pasado a través de la memorabilia. Este proceso no es meramente material, sino que responde a una necesidad de conexión con la historia personal y con una identidad colectiva vinculada a la cultura popular.

La nostalgia, entendida como un fenómeno psicológico ampliamente estudiado, se activa, según Davis (1979), en respuesta a cambios sociales y personales, funcionando como un mecanismo de anclaje emocional a momentos significativos del pasado. En el coleccionismo, este sentimiento se expresa en la búsqueda de objetos que evocan la infancia o la juventud, períodos de gran influencia en la construcción de la identidad. En este sentido, la acumulación de figuras de acción, cómics, videojuegos o merchandising de películas y series de televisión se convierte en una forma de preservar recuerdos y reforzar un sentido de pertenencia emocional y cultural.

Geraghty (2020), analiza cómo los coleccionistas de cultura pop de los años 80 y 90 encuentran en estos objetos un vínculo con su niñez, así como con una comunidad que comparte los mismos referentes culturales. Según el autor, el acto de coleccionar va más

allá del consumo: es una práctica afectiva que permite revivir experiencias, emociones y valores asociados a una época percibida como más auténtica, segura o significativa. Esta lógica también se observa en los relatos de nuestros entrevistados, quienes destacan cómo la búsqueda de ciertos objetos está ligada a recuerdos emocionales intensos, como ver una serie animada después de la escuela o recibir un juguete en una fecha especial.

¿Qué es, entonces, la nostalgia según los coleccionistas entrevistados en esta indagación? Se trata de una nostalgia profundamente emocional, que no necesariamente apunta a una reproducción exacta del pasado, sino a una reconstrucción simbólica del mismo a través de objetos que funcionan como anclas temporales. En sus relatos, los coleccionistas no sólo recuerdan los productos en sí, sino también el contexto afectivo en el que fueron vividos: la relación con los padres, los rituales cotidianos, el entorno cultural. Para muchos, volver a encontrar una figura de acción, un casete o un juego específico implica recuperar una versión idealizada de su infancia, así como reafirmar su identidad en el presente. Este tipo de nostalgia, lejos de ser un escape pasivo, se convierte en una forma activa de construir significado, memoria e incluso comunidad en torno a la cultura popular.

En este sentido, el coleccionismo también se asocia con la identidad personal. Bourdieu (1984) sostiene que los objetos que poseemos reflejan nuestra posición en el campo cultural y social. En el caso del coleccionismo de cultura pop, las elecciones de los objetos coleccionados comunican los gustos, las influencias y hasta las aspiraciones del individuo. Un coleccionista de figuras de Star Wars, por ejemplo, no sólo expresa su admiración por la franquicia, sino que también se inserta en una red de significados compartidos con otros fanáticos.

Finalmente, el valor emocional del coleccionismo no sólo se traduce en la conservación de recuerdos, sino también en la transmisión de estos a nuevas generaciones. Muchos coleccionistas se sienten satisfechos al compartir sus piezas con familiares o en introducir a sus hijos en las historias y universos que marcaron su juventud. De este modo, la nostalgia no sólo es una fuerza retrospectiva, sino también un puente entre el pasado y el presente, asegurando que estos objetos continúen teniendo relevancia en el futuro.

En definitiva, el valor emocional y personal del coleccionismo se manifiesta como una dimensión clave para comprender por qué ciertos objetos de la cultura pop de los años 80 y 90 continúan siendo tan significativos hoy en día. La nostalgia opera no simplemente como un motor de búsqueda, sino como un marco interpretativo desde el cual los coleccionistas reconfiguran su pasado, su identidad y sus vínculos afectivos. Lejos de tratarse de un simple deseo de acumulación o de reproducción material del pasado, coleccionar se convierte en una práctica simbólica, cargada de sentido, que articula memorias individuales con referentes culturales compartidos. Así, los objetos coleccionables no se limitan a ser productos de una industria, sino que también funcionan como vehículos

de recuerdos, emociones y pertenencia generacional, que trascienden el tiempo y resignifican el presente.

### **2.3) Plataformas Digitales para Compra, Venta e Intercambio de Coleccionables**

Un recorrido por el coleccionismo de cultura pop en los años 80 y 90 nos permite identificar una práctica ampliamente extendida entre niños y jóvenes: la acumulación, el intercambio y la exhibición de objetos, tarjetas, álbumes o videojuegos en formato físico. Sin embargo, hoy resulta pertinente preguntarse: ¿qué pasó con esas colecciones en las generaciones actuales? ¿Por qué ya no es común ver a niños con colecciones de objetos materiales?

Este cambio no implica necesariamente una desaparición del coleccionismo, sino una transformación de sus formas. La digitalización ha modificado no sólo las prácticas de juego y consumo infantil, sino también la manera en que se producen, distribuyen y valorizan los objetos coleccionables. En este nuevo escenario, el mercado digital se ha convertido en el principal entorno donde los coleccionistas contemporáneos (en su mayoría adultos) compran, venden, intercambian e incluso exhiben sus piezas. Plataformas como eBay, Mercado Libre, Etsy, Wallapop o foros especializados, así como redes sociales como Instagram, TikTok o Facebook Marketplace, han dado lugar a un ecosistema global de circulación que conecta a coleccionistas de todo el mundo.

Este fenómeno se inserta en lo que Jenkins (2009b), denomina una cultura participativa, caracterizada por la circulación activa de contenidos, la colaboración entre usuarios y el traspaso del poder creativo desde las industrias hacia las audiencias.

A través de estos entornos digitales, se reconfiguran los modos de acceso y legitimación del objeto coleccionable: ya no es necesario asistir a ferias físicas o tener contactos personales; basta con un clic para adquirir un objeto de otro continente. Asimismo, la visibilidad pública de las colecciones a través de fotos, videos o streams refuerza nuevas formas de prestigio y pertenencia dentro de las comunidades. El coleccionismo se convierte, así, en una práctica hiperconectada, mediatizada y transnacional, donde la rareza, el estado del objeto, la nostalgia y el storytelling se combinan para producir valor. En este escenario, la experiencia del coleccionismo se transforma en un proceso colaborativo, donde la validación y el sentido de los objetos dependen del entramado social y digital en el que circulan.

Por otro lado, este entorno digital ha dado lugar también a fenómenos emergentes como los productos nativos digitales, entre ellos los NFTs (tokens no fungibles), que reconfiguran la noción misma de “objeto” coleccionable. Un token es una unidad de valor digital registrada en una blockchain; en el caso de los NFTs, se trata de representaciones únicas e irrepetibles de activos digitales (como imágenes, animaciones, música o incluso objetos virtuales de videojuegos) que, a diferencia de otros archivos digitales, no pueden

copiarse sin perder su autenticidad y valor simbólico.

Esta tecnología introduce nuevas tensiones entre lo material y lo intangible, entre lo único y lo infinitamente replicable, desafiando así las lógicas tradicionales del coleccionismo basadas en la posesión física. Un ejemplo es la colección de Pokémon NFTs lanzada por compañías asociadas o artistas digitales, que recrea cartas icónicas del juego en formato digital, ofreciendo versiones animadas, interactivas o con arte alternativo. Aunque los fans pueden ver estas ilustraciones en línea, sólo quien adquiere el NFT posee la versión original registrada en blockchain, lo cual otorga valor de autenticidad y exclusividad, similar a las cartas físicas más raras del universo Pokémon.

Estas prácticas digitales no sólo expanden el campo de lo coleccionable, sino que también alteran los criterios de valor y escasez. A través de la certificación en blockchain, los NFTs ofrecen una forma de autenticidad en un entorno donde lo digital, por naturaleza, tiende a la reproducción ilimitada. Así, se conforma una nueva cultura de coleccionismo que convive, se entrecruza y en algunos casos compite con el coleccionismo físico, abriendo interrogantes sobre qué significa coleccionar en la era digital.

Sin embargo, el auge de estos nuevos objetos digitales también ha abierto la puerta a diversas formas de estafa para los coleccionistas. En el caso de franquicias reconocidas como Pokémon, proliferan los NFTs no oficiales creados sin autorización, que se venden como si fuesen productos legítimos. Esta falta de regulación permite que aparezcan estafas como los llamados rug pulls (proyectos que prometen beneficios futuros pero desaparecen tras la venta), o suplantaciones de identidad donde estafadores se hacen pasar por artistas o empresas para engañar a los compradores. Además, muchos de estos activos digitales carecen de una estructura clara de rareza o valor, lo que genera incertidumbre y especulación. Así, si bien la blockchain promete autenticidad, la ausencia de marcos legales sólidos y la confianza excesiva en la tecnología pueden dejar a los coleccionistas expuestos a fraudes y pérdidas económicas, especialmente en mercados descentralizados y altamente influenciados por el marketing o el hype.

En síntesis, lo que ha ocurrido con las colecciones en las generaciones actuales no es una desaparición de la práctica, sino una transformación profunda en sus formas, espacios y objetos. El paso de los objetos físicos hacia entornos digitales ha modificado radicalmente la experiencia del coleccionismo: hoy se coleccionan skins, NFTs, logros virtuales o productos vinculados a plataformas interactivas. Estas nuevas modalidades, impulsadas por la digitalización y las tecnologías blockchain, reconfiguran nociones clave como autenticidad, escasez y valor simbólico. En palabras de Jean Baudrillard (1968), “el objeto ya no se define por su función, sino por el juego de diferencias que lo relacionan con los demás objetos”, una afirmación que cobra fuerza en los entornos digitales, donde el valor de los objetos coleccionables se construye más por su significación cultural y social

que por su materialidad.

A su vez, plataformas sociales como Instagram, Discord o foros especializados han potenciado la dimensión comunitaria del coleccionismo, generando redes de intercambio, validación y visibilidad globales.

Sin embargo, estas innovaciones también traen desafíos importantes: desde la fragilidad del soporte digital y lo efímero de ciertos productos, hasta la proliferación de estafas o mercados especulativos. En este nuevo escenario, la colección deja de ser solamente una acumulación de objetos físicos, para convertirse en una experiencia cultural compleja, atravesada por la tecnología, la interacción social y las nuevas lógicas del consumo digital.

### **Capítulo 3: Transformaciones del Coleccionismo**

#### **Introducción**

El coleccionismo ha sido históricamente una práctica que refleja aspectos culturales, económicos y emocionales de las sociedades. En las últimas décadas, esta actividad ha evolucionado significativamente, influenciada por la nostalgia, la globalización, la cultura popular y el avance tecnológico. Este capítulo examina tres aspectos clave que han transformado el coleccionismo: los cambios en las motivaciones de los coleccionistas, la influencia de la cultura popular en las tendencias de colección, y el impacto del mercado y la tecnología en las prácticas contemporáneas.

A través de las experiencias de los coleccionistas entrevistados, podemos profundizar en cómo estas transformaciones moldean la práctica y la percepción del coleccionismo en el contexto actual. Además, se analizan estas dinámicas a la luz de las teorías de autores como Belk (1988), Jenkins (2009) y Davis (1979), ofreciendo un marco conceptual que complementa las perspectivas individuales.

#### **3.1 Cambios en las Motivaciones del Coleccionista**

El coleccionismo moderno se caracteriza por ser una práctica emocionalmente cargada, donde las motivaciones personales han evolucionado desde la mera acumulación hacia la construcción de narrativas significativas. Según Davis (1979), la nostalgia es una fuerza impulsora central en el coleccionismo contemporáneo, actuando como un puente emocional hacia momentos significativos del pasado.

Las entrevistas reflejan claramente esta transformación. Mario Saires, coleccionista de figuras de acción y memorabilia de los años 80 y 90, describe cómo su motivación principal radica en recuperar objetos que perdió en su infancia. Relatos como el de Mario destacan cómo el coleccionismo permite a los individuos reconstruir y resignificar su identidad a través de los objetos. Belk (1988) describe este fenómeno como "extensiones del yo", en las que los objetos coleccionados no sólo son posesiones materiales, sino también representaciones simbólicas de la identidad personal.

Además, los cambios en las condiciones económicas de los coleccionistas han

influido en sus motivaciones. Mario señala que, durante su infancia, muchos de los objetos que deseaba eran inaccesibles debido a restricciones financieras. Ahora, en su adultez, utiliza el coleccionismo como una forma de "cumplir sueños pendientes".

Maximiliano también muestra esta evolución en sus motivaciones al señalar que su interés por coleccionar figuras de acción, especialmente de sagas como Transformers y videojuegos clásicos, surge de una necesidad emocional de preservar la conexión con las historias y mundos que marcaron su juventud. Para Maximiliano, coleccionar no sólo implica obtener objetos, sino mantener vivo un sentido de pertenencia a una época cultural específica.

Juan Pablo, por su parte, enfatiza que su motivación proviene de la pasión por los videojuegos retro y las consolas clásicas, que representan no sólo entretenimiento, sino también recuerdos familiares y experiencias formativas. Para él, cada objeto adquirido funciona como un ancla emocional que le permite revivir momentos compartidos con amigos y familiares, reforzando la idea del coleccionismo como una práctica de reconstrucción identitaria.

### **3.2 La Influencia de la Cultura Popular en las Tendencias de Colección**

La cultura popular de los años 80 y 90 marcó un antes y un después en las dinámicas del coleccionismo.

Según Jenkins (2009a), este período fue testigo de la convergencia entre narrativas audiovisuales y estrategias de marketing, que crearon productos diseñados para ser mucho más que objetos de consumo inmediato; se convirtieron en íconos culturales. Mario menciona cómo series como "He-Man y los Amos del Universo" y "Tortugas Ninja" moldearon su infancia y, eventualmente, su pasión por el coleccionismo.

Según Geraghty (2020), este fenómeno demuestra cómo las franquicias de la cultura pop no sólo generan consumidores, sino comunidades de fans que preservan y celebran estos productos como símbolos de identidad compartida. La importancia de estas comunidades también se refleja en las interacciones sociales que los entrevistados mencionan. Mario comenta que participar en ferias y foros le permite conectarse con otros coleccionistas que comparten su pasión.

La influencia de la cultura popular en las tendencias de colección también ha sido amplificada por la nostalgia generacional. Jenkins (2009) señala que la cultura participativa permite a los fans reinterpretar y revalorizar los objetos de su infancia, dándoles nuevos significados en un contexto contemporáneo.

### **3.3 El Papel del Mercado y la Tecnología en la Transformación del Coleccionismo**

Como mencionamos anteriormente, la globalización y la tecnología han transformado radicalmente las prácticas de coleccionismo, ampliando las posibilidades para

los coleccionistas, pero también introduciendo nuevos desafíos. Plataformas como eBay, Amazon y grupos especializados en redes sociales han eliminado barreras geográficas, permitiendo a los coleccionistas acceder a una oferta más amplia de objetos.

Baudrillard (1968) analiza este fenómeno desde la perspectiva del consumo simbólico, argumentando que los objetos coleccionables adquieren un valor que trasciende su función original, convirtiéndose en fetiches culturales. Este valor simbólico se ve amplificado por la tecnología, que permite a los coleccionistas mostrar sus adquisiciones en redes sociales y construir narrativas públicas en torno a sus colecciones.

Otro aspecto importante es la aparición de réplicas y variantes. Mario menciona que, en Argentina, muchas figuras originales fueron adaptadas localmente debido a restricciones económicas. Estas versiones, que en su momento se consideraban inferiores, ahora son vistas como piezas únicas con valor histórico.

La tecnología y los mercados globalizados han facilitado la adquisición de casi cualquier objeto con apenas unos clics, pero en ese proceso también han alterado algo esencial: el ritual de búsqueda. Antes, encontrar una pieza deseada implicaba recorrer ferias, tiendas especializadas o mercados de pulgas, sosteniendo la esperanza en cada puesto, preguntando, revolviendo cajas polvorientas y sintiendo la emoción única de un hallazgo inesperado. Cada objeto encontrado de ese modo parecía tener un peso emocional mayor, cargado no sólo por su rareza, sino por la historia personal del descubrimiento.

Hoy, aunque las plataformas digitales amplían las posibilidades, muchos coleccionistas siguen valorando ese camino más lento, más incierto, pero también más íntimo. Porque el coleccionismo no se trata sólo de poseer, sino de vivir cada búsqueda como una aventura personal, donde el objeto hallado es también un reflejo del recorrido emocional que llevó hasta él.

Así, frente a un mercado cada vez más veloz y una tecnología cada vez más omnipresente, el coleccionismo persiste como una práctica profundamente humana, anclada en la necesidad de otorgar sentido a los objetos que elegimos atesorar.

### **Conclusiones del Capítulo**

Este capítulo ha explorado cómo las motivaciones personales, la influencia de la cultura popular y los cambios tecnológicos han moldeado el coleccionismo contemporáneo. A través de las experiencias de Mario y Maximiliano, se ha demostrado que el coleccionismo no es sólo una actividad individual, sino una práctica profundamente conectada con dinámicas culturales, económicas y emocionales.

A lo largo de este capítulo hemos observado cómo el coleccionismo, lejos de ser una práctica estática, ha evolucionado en respuesta a los cambios culturales, tecnológicos y de mercado.

Las motivaciones que impulsan a los coleccionistas ya no se limitan únicamente a la búsqueda de rareza o nostalgia, sino que hoy abarcan también la necesidad de construir identidad en un mundo interconectado y visual. La pertenencia a comunidades, la validación social y la expresión personal se suman a los móviles tradicionales, configurando nuevas formas de relación entre los individuos y sus colecciones.

Por otro lado, vimos cómo la cultura popular ha ejercido una influencia profunda en las tendencias de colección. Franquicias como Star Wars, Pokémon o Marvel no sólo ofrecieron objetos para ser consumidos, sino que propusieron universos narrativos donde el coleccionismo se volvió parte integral de la experiencia emocional de los fans. En este sentido, las prácticas de acumulación y valorización simbólica no surgieron de manera espontánea, sino que fueron estimuladas y modeladas por la expansión de la industria cultural.

Finalmente, analizamos cómo el mercado globalizado y las tecnologías digitales transformaron radicalmente las dinámicas de búsqueda, adquisición y circulación de objetos. Plataformas de compra online, redes sociales y comunidades virtuales modificaron el "ritual" tradicional del hallazgo, volviendo más accesibles ciertas piezas, pero también alterando la emoción ligada al descubrimiento fortuito. Sin embargo, a pesar de estos cambios, el coleccionismo conserva su dimensión más íntima: sigue siendo un acto de apropiación simbólica, de construcción de memoria y de afirmación de la identidad.

En resumen, el coleccionismo actual refleja las contradicciones de nuestra época: entre lo global y lo personal, lo inmediato y lo vivido, lo comercial y lo emocional. Es precisamente en esa complejidad donde radica su relevancia y lo que lo hace tan fascinante.

## **Capítulo 4: Podcast COLECTORAMA**

### **4.1) Resumen**

Este trabajo explora la práctica y hábitos, del coleccionismo de artículos, de la cultura popular de los años 80 y 90. Un período destacado por su abundancia en objetos simbólicos y su carga nostálgica. La investigación utiliza un enfoque cualitativo que combina entrevistas en profundidad y un análisis cultural de los significados atribuidos a estos artículos. Desde una perspectiva sociocultural, se examina cómo el coleccionismo permite a los individuos reconectar con su pasado y construir una identidad compartida basada en la nostalgia. Las entrevistas realizadas a coleccionistas aportan un entendimiento sobre las motivaciones ocultas, el valor emocional de los objetos, y el rol de las comunidades digitales y locales en el desarrollo de la práctica.

El coleccionismo no sólo mantiene viva la memoria de una generación, sino que también permite explorar los significados culturales de una época. La producción de un podcast complementa este análisis, creando un espacio narrativo donde los entrevistados

comparten sus historias y expresan las motivaciones y desafíos de ser coleccionistas de cultura retro en la actualidad.

#### **4.2) Introducción**

El trabajo se centra en el coleccionismo de artículos populares de los años 80 y 90, una época que marcó profundamente a una generación por su auge en la producción y consumo de bienes culturales. Una generación que encuentra en estos objetos una conexión simbólica con su propia historia e identidad. La investigación también responde al interés por entender cómo estos artículos pueden actuar como vehículos de memoria, nostalgia y autoexpresión en un contexto actual de consumo y comunidad digital. De este modo, el trabajo propone explorar cómo el acto de coleccionar opera no sólo como una práctica personal, sino como una herramienta que facilita la construcción de una identidad compartida y la preservación de un legado cultural.

La producción elegida es un podcast titulado "Colectorama", pieza central de comunicación de este proyecto. Esta serie de episodios reúne entrevistas a coleccionistas que relatan sus experiencias, sus motivaciones y los desafíos de coleccionar en la actualidad. La pieza se estructura en una narrativa que permite a los entrevistados compartir no sólo la historia de sus colecciones, sino también los significados emocionales y simbólicos que cada objeto tiene para ellos. A través de este formato, "Colectorama" busca capturar la esencia de la cultura retro y la nostalgia, rescatando no sólo los objetos, sino las historias personales y el contexto social que les da valor. La producción integra recursos sonoros y material de archivo que refuerzan la conexión con la época, enriqueciendo la experiencia del oyente al sumergirse en el universo de quienes coleccionan y celebran su vínculo con el pasado.

La elección del formato podcast responde a la búsqueda de una experiencia íntima y accesible que permita transmitir y documentar las historias personales de los coleccionistas de cultura pop de los 80 y 90.

El podcast se convierte en un vehículo para crear una conexión emocional y profunda con el oyente. En un contexto digital donde el acceso a las plataformas de audio es casi universal, el podcast representa una forma inclusiva de difusión que permite la expresión en primera persona y la construcción de una narrativa rica en nostalgia. Además, el uso de un medio auditivo facilita que el oyente reviva sensorialmente esa época, utilizando sonidos y músicas características que evocan el contexto sociocultural del coleccionismo en una experiencia sonora envolvente.

"Colectorama" busca rescatar y valorar la memorabilia de los años 80 y 90, visibilizando cómo estos objetos coleccionables representan mucho más que recuerdos materiales. El objetivo es crear un archivo cultural donde se exploren y celebren las motivaciones y el valor simbólico de estos artículos, otorgando voz a los coleccionistas para

que compartan sus experiencias y conexiones emocionales. Cada episodio pretende captar las dimensiones de identidad y memoria asociadas al coleccionismo, ofreciendo un espacio donde las historias personales, de los coleccionistas y las reflexiones sobre los objetos se mezclan para resaltar su importancia en la vida de los entrevistados. De esta manera, el podcast se posiciona no sólo como un archivo oral, sino como una pieza de comunicación que reflexiona sobre la construcción de la identidad a través del coleccionismo.

#### **4.3) Contexto sociopolítico**

La producción de "Colectorama" se desarrolla en un contexto sociopolítico marcado por un interés creciente en la nostalgia y la cultura retro, que resurge como una forma de resistencia frente a la acelerada digitalización y globalización de la industria cultural. En los últimos años, la cultura de masas de los 80 y 90 ha sido reinterpretada y resignificada, integrando productos vintage en la vida cotidiana de nuevas generaciones. Este fenómeno se observa en una revalorización de lo "analógico", vinilos, casetes, figuras de acción y cómics; que responden a una búsqueda de autenticidad y a la necesidad de experiencias tangibles en un mundo predominantemente digital. Además, la globalización y la accesibilidad a plataformas de compra y venta han democratizado el coleccionismo, permitiendo a los interesados adquirir y compartir piezas desde cualquier lugar del mundo. Este contexto refleja la importancia de la cultura popular como espacio de pertenencia y continuidad, donde los coleccionistas participan activamente en la preservación de una memoria colectiva que desafía la actual cultura digital.

#### **4.4) Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales**

Este estudio se sustenta en una serie de perspectivas teóricas que permiten entender el coleccionismo desde múltiples ángulos. La teoría de la "identidad extendida" de Russell Belk (1988) es central, ya que explora cómo los objetos de colección actúan como proyecciones del yo, reflejando gustos, valores y experiencias. El enfoque sociológico de Fred Davis (1979) sobre la nostalgia permite comprender el anclaje emocional que estos objetos generan, vinculando recuerdos personales con una identidad generacional. Asimismo, el concepto de "cultura participativa" de Henry Jenkins (2009) es esencial para entender cómo las comunidades de coleccionistas se han constituido en espacios de interacción y pertenencia en plataformas digitales, donde los objetos y las historias compartidas refuerzan la identidad colectiva. Estas herramientas teóricas permiten un análisis integral del coleccionismo, abordando tanto sus dimensiones individuales como comunitarias, y facilitando una comprensión profunda de la relación entre los objetos y la construcción de identidad en el contexto de la cultura retro.

#### **4.5) Capítulo de análisis del material empírico**

El análisis del material empírico se centra en la interpretación de las entrevistas realizadas a coleccionistas, profundizando en sus narrativas personales y el valor emocional

que otorgan a los objetos.

La investigación revela patrones comunes, como la nostalgia por los años 80 y 90 y el apego a objetos de la infancia, que actúan como marcadores de identidad y memoria. Cada coleccionista evoca su historia a través de estos artículos, que no sólo representan bienes materiales, sino extensiones de sus experiencias y vivencias pasadas. A través de un enfoque temático, se identifican tres dimensiones clave: la nostalgia como impulsora del coleccionismo, la identidad generacional construida a partir de estos objetos, y el rol de la comunidad como espacio de validación y apoyo. El análisis incluye fragmentos seleccionados de las entrevistas, donde los coleccionistas describen cómo la posesión de figuras de acción, cómics y vinilos les permite reconectar con momentos significativos, confirmando la hipótesis de que el coleccionismo de cultura retro es tanto un acto de preservación cultural como una reafirmación de identidad. Además, se exploran los conflictos y tensiones que surgen en la práctica de coleccionar, como el desafío de encontrar artículos específicos y el costo emocional de piezas "perdidas" en la infancia. El coleccionismo de artículos retro resalta el poder evocador de los objetos al conectarnos con un tiempo y lugar específico.

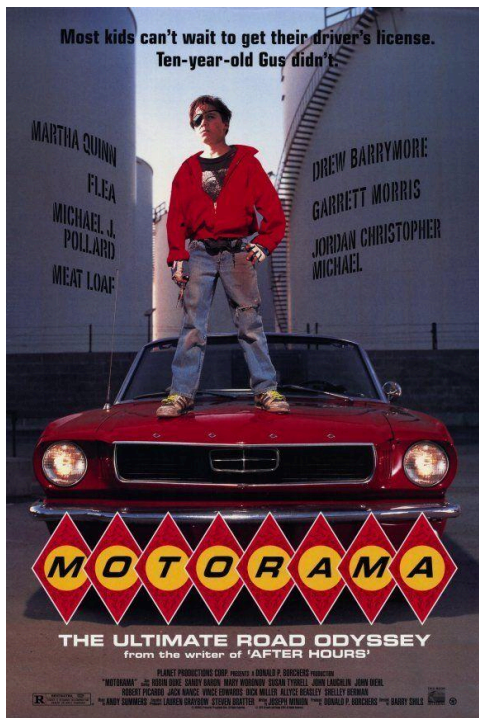
#### **4.6) Identidad del Podcast Nombre y Marca.**

El nombre "Colectorama" surge como un tributo al film surrealista del año 1991 "Motorama" dirigida por Barry Shils. La cinta ha experimentado una recepción interesante a lo largo del tiempo, aunque se mantuvo fuera de la vista de las grandes audiencias tras su estreno. La película narra el viaje de un niño, Gus, quien escapa de su casa y viaja por Estados Unidos participando en un juego de tarjetas de "estaciones de servicio" llamado "Motorama"; en un recorrido que lo expone a personajes y situaciones surrealistas. En su trama de estilo "road movie", se exploran temas como la libertad, inocencia, y los costos del deseo en un país desértico y distópico. Inicialmente, "Motorama" no tuvo un gran éxito comercial, recibiendo una mezcla de críticas y logrando sólo una distribución limitada.

Sin embargo, la película adquirió cierto reconocimiento en el circuito de cine independiente y entre los aficionados al cine de culto. La crítica la ha comparado con obras de David Lynch y los hermanos Coen, en parte por su tono surrealista y oscuro sentido del humor. A medida que el tiempo pasó, el film encontró una audiencia más leal entre los cinéfilos, que la consideran una joya subestimada del cine independiente. A través de plataformas como "YouTube" y foros de cine, ha mantenido un interés constante como una película extraña y cautivadora, con un sentido visual y temático único que sigue intrigando a nuevos espectadores. En años recientes, se ha vuelto tema de análisis en comunidades online de cine. La nostalgia ha jugado un papel en su resurgimiento, con una generación de espectadores que aprecia el cine independiente de finales de los 80 y principios de los 90, un período "rico" en creatividad para el cine de bajo presupuesto en EE.UU.

El logo de “Colectorama”, inspirado en la tipografía y colores de “Motorama”, actúa como un símbolo visual que resuena inmediatamente entre coleccionistas y amantes de los 80 y 90. El diseño no sólo captura una estética nostálgica, sino que también invita a los coleccionistas a una especie de "road trip" emocional, donde cada episodio del podcast es como un viaje por los recuerdos, los objetos y las historias que forman parte de la identidad de esas generaciones.

Al igual que el film, que se transformó en un ícono de culto, “Colectorama” busca convertirse en un espacio donde la nostalgia se combina con la exploración y la memoria compartida. El logo, en este sentido, funciona como un punto de conexión que atrae a quienes comparten una afinidad por la estética única de los 80 y 90 y una pasión por el coleccionismo, permitiéndoles redescubrir y revalorizar su pasado.



Los colores rojo, amarillo y blanco en el logo de “Colectorama”, inspirados en “Motorama”, funcionan estratégicamente para captar la atención en redes sociales y evocar una fuerte carga emocional y nostálgica.

- Rojo: Es un color intenso y llamativo que se asocia con energía, pasión y dinamismo. En redes sociales, el rojo destaca inmediatamente en el “feed” del usuario, atrayendo su atención de manera rápida y eficaz. Este color genera un sentido de urgencia y emoción, que impulsa a los usuarios a interactuar y profundizar en el contenido. Además, el rojo también evoca el entusiasmo de la cultura de los 80 y 90, un periodo vibrante y lleno de vida que muchos recuerdan con cariño.
- Amarillo: El amarillo es un color cálido y alegre que se asocia con optimismo y creatividad,

capturando la naturaleza del coleccionismo y la nostalgia de la época. En combinación con el rojo, el amarillo aporta un contraste que hace que el logo sea visualmente atractivo y memorable, invitando al usuario a sumergirse en el contenido. En el contexto de las redes sociales, el amarillo tiene una presencia positiva que hace que el logo sea acogedor y amistoso, promoviendo el “engagement” y la curiosidad.

- Blanco: El blanco aporta equilibrio y simplicidad, destacando los otros colores y permitiendo que el diseño sea fácil de interpretar en un vistazo rápido. En redes sociales, el blanco actúa como un espacio limpio y neutral que da aire y claridad al logo, haciéndolo fácil de identificar incluso en un entorno visual saturado. El uso del blanco en el logo también refuerza la idea de autenticidad, transparencia y simplicidad, valores que atraen a los usuarios y los motivan a explorar el contenido del podcast.

La elección de estos tonos, que evocan elementos como las señales de las rutas y la iconografía de esa era, refuerza la conexión emocional del usuario con el podcast y lo diferencia en un entorno digital competitivo. Además, estos colores contribuyen a crear un impacto visual claro y memorable que hace que el logo de “Colectorama” resalte y permanezca en la mente del usuario, animándolos a continuar la exploración.

### **Tono y estilo narrativo**

"Colectorama" emplea un tono amigable, nostálgico y reflexivo, logrando que los oyentes sientan que están participando en una conversación íntima y honesta sobre los objetos y recuerdos que han marcado sus vidas. El estilo narrativo del podcast se basa en la combinación de narración en off, música ambiental y testimonios en primera persona, generando un ambiente de cercanía que lo hacen sentir auténtico. Esta estructura narrativa busca no sólo transmitir datos, sino emocionar y hacer reflexionar a la audiencia. Así, cada episodio se convierte en un viaje personal que permite al oyente explorar los vínculos emocionales que los entrevistados establecen con sus colecciones. Este enfoque narrativo, asegura una conexión emocional que ayuda a trasladar la experiencia del coleccionismo a la audiencia, haciéndola relevante y memorable.

### **Público objetivo**

El público al que va dirigido "Colectorama" está compuesto principalmente por adultos entre 35 y 45 años, que vivieron su infancia o adolescencia en los años 80 y 90. Estos oyentes, tienen una conexión directa con la cultura popular de esa época, encontrando en el podcast un espacio donde la nostalgia y el valor emocional de la memorabilia se abordan desde una perspectiva generacional. Además, el público objetivo también incluye a jóvenes interesados en la cultura retro, quienes descubren en estos episodios una ventana a la historia cultural y social de las décadas pasadas. Este grupo de oyentes valorará el enfoque auténtico y profundo del podcast, donde se exploran las conexiones emocionales y culturales que vinculan a los coleccionistas con sus objetos,

resaltando la relevancia de estas prácticas en un contexto contemporáneo marcado por la digitalización y la globalización.

### **Episodios**

Cada episodio de "Colectorama" se centra en un tema específico relacionado con el coleccionismo y la cultura popular de los 80 y 90, permitiendo explorar la riqueza de esta práctica desde diferentes ángulos:

EPISODIO 1 (Piloto).

- Estructura.

- Introducción: El episodio inicia con una presentación de la relevancia cultural del coleccionismo y su vínculo con la memoria e identidad de los años 80 y 90.

- Narrativa Principal: La narrativa principal presenta una entrevista a un coleccionista que describe su conexión con la práctica del coleccionismo y los objetos de su colección, revelando el valor emocional y cultural del vínculo.

- Elementos sonoros

La producción incluye música de fondo característica de la época, también intros de diferentes series televisivas y dibujos animados de la década de los 80 y 90. Estos elementos auditivos están diseñados para transportar al oyente a la década en cuestión, creando un ambiente envolvente que refuerza la nostalgia.

EPISODIO 2 (Memorabilia musical y cinematográfica).

A través de entrevistas, se profundiza en el rol de la música y el cine de los años 80 y 90 como elementos centrales en la formación de identidad y en la cultura del coleccionismo.

EPISODIO 3 (El universo animado de los 80 y 90).

Gracias a los testimonios de coleccionistas y fanáticos, exploramos cómo los dibujos animados de los años 80 y 90 se convirtieron en mucho más que entretenimiento infantil, consolidándose como piezas centrales en la identidad de una generación y en la cultura del coleccionismo. Este episodio profundiza en el impacto de series animadas icónicas como "He-Man", "Thundercats", "Transformers" y "Dragon Ball". Estas series animadas no sólo definieron patrones de consumo, sino que dejaron una marca profunda en los valores, sueños y aspiraciones de sus espectadores.

EPISODIO 4 (Videojuegos, la revolución del entretenimiento)

Un análisis del impacto de los videojuegos de la época en la cultura popular y su rol en el coleccionismo contemporáneo.

EPISODIO 5 (Comunidades y tecnología).

El Coleccionismo en la "Era digital", donde se explora cómo las plataformas digitales han revolucionado el coleccionismo y han facilitado la creación de comunidades globales que comparten y celebran esta pasión.

## **Formato de episodios**

Cada episodio combina entrevistas, narración en off y música ambiental, utilizando efectos sonoros y fragmentos musicales que evocan la época. La estructura de cada episodio permite introducir al oyente en la narrativa, profundizar en el tema y concluir con una reflexión final, haciendo que la experiencia de escucha sea completa y coherente. Esta mezcla de elementos auditivos no sólo complementa la narrativa, sino que permite construir una atmósfera de inmersión en el mundo de la cultura retro.

### **4.7) Producción y realización del podcast.**

Proceso de grabación y edición.

Para capturar la esencia auténtica de cada historia, las entrevistas se realizan tanto en estudio como en locaciones relacionadas con las colecciones, los hogares de los entrevistados o ferias de coleccionismo.

Esto permite que el entorno sonoro refuerce la narrativa, añadiendo autenticidad a la experiencia auditiva.

Se utilizan programas como Audacity y Adobe Audition para la postproducción, asegurando una edición de alta calidad que limpie el audio, mejore la claridad de las voces y optimice la experiencia de escucha.

Además, se integran efectos de sonido y fragmentos de música de la época en cada episodio, recreando la atmósfera de los años 80 y 90 y facilitando una inmersión completa en el contexto cultural.

### **Postproducción**

La postproducción se centra en la limpieza del audio, la integración de efectos y la mezcla de música que evoque la época. Cada episodio es editado de manera que la música y los efectos sonoros acompañen los momentos claves de las entrevistas, enriqueciendo la narrativa y asegurando que el contenido transmita una atmósfera coherente y envolvente.

### **4.8) Estrategia de difusión y crecimiento de audiencia.**

Propuesta comunicacional: Creación de perfiles en plataformas de difusión y redes sociales.

El objetivo es establecer una presencia sólida en plataformas clave que permitan conectarse con la audiencia. Para lograrlo, se crea un perfil en plataformas populares de podcasting, como Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Anchor y Soundcloud, donde se distribuyen los episodios para facilitar el acceso y aumentar la visibilidad. Además, se emplean redes sociales de manera estratégica: en Instagram, el enfoque es un perfil visual atractivo que incluye contenido nostálgico y clips del podcast; en Facebook, se desarrolla una comunidad donde se compartirán artículos de interés y se organizan eventos en vivo; en Twitter/X, se prioriza interacciones rápidas y contenido vinculado a la cultura pop y la nostalgia; y en TikTok, se publican clips cortos de entrevistas y segmentos destacados del podcast para captar la atención de una audiencia diversa y fomentar el alcance orgánico.

## Contenido Teaser Previo al Lanzamiento

Objetivo: Generar anticipación antes del lanzamiento del primer episodio.

- Teasers y Clips:
  - Clip corto de 30-45 segundos con partes de la introducción del episodio.
  - Compartir citas o extractos clave de la entrevista para captar el interés.
  - Crear una “cuenta regresiva” anunciando el lanzamiento en Instagram Stories.

## •Promoción Post-Lanzamiento y Engagement.

Objetivo:

- Mantener la conversación y ampliar la audiencia del primer episodio.
- Publicaciones de Seguimiento:
  - Clips de Entrevista: Publicar fragmentos interesantes en formato de video corto.
  - Trivia y Encuestas: En Instagram Stories, crear encuestas o trivia sobre cultura pop y temas del episodio para incentivar la interacción.
  - Historias de Coleccionistas: Invitar a seguidores a compartir sus propios objetos retro o coleccionables, etiquetando al podcast para crear un “movimiento”.

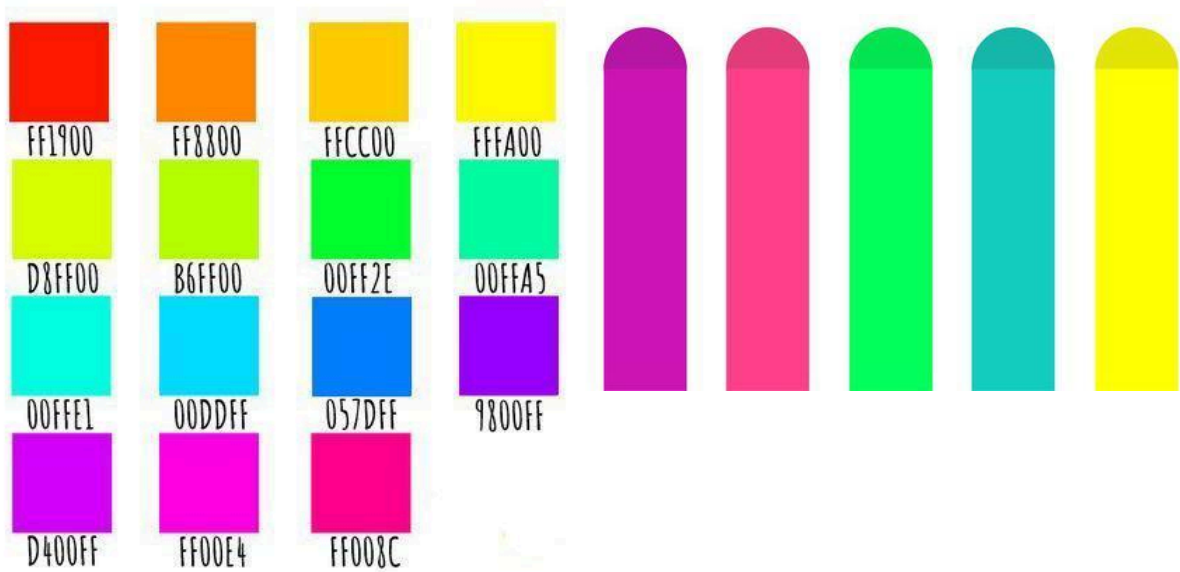
## Diseño de la Identidad Visual para redes sociales

- Objetivo: Crear una imagen coherente y atractiva que refleje la temática retro.
- Logo y Banner: Diseño de logo y banners ( inspirados en el estilo visual de los años 80 y 90) para perfiles en redes y plataformas de podcast.
- Paleta de Colores y Tipografía: Elección de colores y fuentes que evocan la nostalgia de la época.

### -Paleta de colores de los 80.



**-Paleta de colores de los 90.**



**- Templates para Publicaciones:** Crear plantillas para anuncios de episodios, citas de entrevistados y contenido adicional (Instagram Stories, posts de Facebook, etc.).

Links a Colectorama:

<https://soundcloud.com/colectorama> Episodio 1 (Piloto) - Podcast

<https://www.youtube.com/@Colectorama> Canal de Youtube

## Reflexiones Finales

A lo largo de este Proyecto Final de Grado nos propusimos explorar el fenómeno del coleccionismo de cultura pop de los años 80 y 90 desde una perspectiva integral que articula lo económico, lo emocional, lo social y lo simbólico. El recorrido realizado permitió comprobar que el coleccionismo no es una práctica superficial ni puramente acumulativa, sino una forma compleja de relación con el pasado, la identidad y la comunidad, profundamente atravesada por las transformaciones de la industria cultural y las tecnologías digitales.

En los capítulos iniciales abordamos las herramientas teóricas que nos permitieron entender el coleccionismo como un fenómeno anclado en la cultura popular y en las formas de significación colectiva. Desde esta mirada, la memorabilia no es un mero objeto del pasado, sino un puente hacia experiencias, afectos y sentidos compartidos. Conceptos como la nostalgia, la identidad y la comunidad fueron fundamentales para entender la profundidad emocional que subyace en la motivación de los coleccionistas.

El análisis de las motivaciones del coleccionista reveló que, lejos de una lógica individualista o meramente consumista, el acto de coleccionar responde a una búsqueda de continuidad narrativa en la vida de las personas. Los objetos coleccionables son fragmentos que permiten contar (y recontar) la propia historia, anclándose en momentos de la infancia, en rituales compartidos y en memorias afectivas que trascienden lo individual. Así, el coleccionismo se configura como una práctica de resistencia simbólica frente al paso del tiempo y a los cambios sociales vertiginosos.

Desde una mirada crítica inspirada en Adorno y Horkheimer (1994), pudimos problematizar el funcionamiento del mercado cultural durante las décadas de los 80 y 90, especialmente a través del análisis de la oferta y demanda. La industria cultural promovió el consumo masivo de ciertos productos (series, películas, juguetes, videojuegos) a través de estrategias narrativas y mediáticas que estimularon deseos, construyeron necesidades y consolidaron franquicias globales. Sin embargo, como también lo evidencian los relatos de coleccionistas entrevistados, la apropiación de estos objetos no fue pasiva: hubo resignificaciones, afectos y relecturas que escaparon al mero circuito mercantil.

La nostalgia, como motor del coleccionismo, ocupó un lugar central en nuestro análisis. Lejos de ser un sentimiento superficial, la nostalgia funcionó como un modo de resistencia frente a la fugacidad contemporánea. Tal como lo señalan autores como Davis (1979) y Geraghty (2020), coleccionar implica recuperar lo perdido, reconstruir vínculos con el pasado y fortalecer una identidad que muchas veces se ve amenazada por los cambios tecnológicos y culturales. En este sentido, la nostalgia fue entendida no como una mirada hacia atrás, sino como una forma activa de reencuentro con lo significativo.

En los capítulos dedicados al mercado digital, observamos cómo las plataformas

actuales han transformado radicalmente las formas de coleccionar. Ya no se trata solamente de objetos físicos o intercambios cara a cara, sino de un nuevo entorno digital donde se produce, circula y resignifica la memorabilia. Autores como Jenkins (2009) o Benjamin (2007) nos ayudaron a entender cómo estas nuevas lógicas permiten no sólo la compra y venta global, sino también la creación de comunidades online, foros, catálogos colectivos y prácticas de archivo colaborativo. A su vez, la desmaterialización de ciertos bienes (como cartas digitales, NFTs o videojuegos en la nube) plantea nuevos desafíos sobre qué significa hoy "poseer" un objeto.

Las entrevistas realizadas, condensadas y difundidas también en el formato podcast "Colectorama", aportaron una dimensión vivencial clave al trabajo. La voz de los coleccionistas permitió dar cuenta de la pasión, la dedicación y el conocimiento detrás de cada colección. Escuchar sus relatos fue confirmar que los objetos atesorados son más que mercancías: son memorias vivas, afectos en movimiento y símbolos de pertenencia cultural. Además, sus testimonios nos permitieron reflexionar sobre los cambios generacionales en la práctica del coleccionismo, las nuevas motivaciones surgidas en contextos digitales y la persistente necesidad de construir comunidad en torno a intereses comunes.

En suma, este trabajo buscó darle profundidad a una práctica muchas veces subestimada, evidenciando su potencial como fenómeno cultural, social y afectivo. El coleccionismo de cultura pop de los años 80 y 90 nos invita a repensar el modo en que nos relacionamos con el pasado, con los objetos y con las narrativas que estructuran nuestra identidad. En un mundo acelerado, inmaterial y altamente digitalizado, el gesto de conservar, ordenar y compartir objetos del ayer aparece como una forma de anclaje, de relato y de pertenencia. Tal vez, como concluyen muchos de nuestros entrevistados, coleccionar sea una manera de no olvidar quiénes fuimos, quiénes somos y con qué mundos elegimos seguir conectados.

Desde una perspectiva formativa, este trabajo se conecta con los objetivos y herramientas de la carrera en Medios Audiovisuales y Digitales. No fue sólo una investigación teórica y crítica sobre la cultura popular y sus transformaciones, sino también una forma de aplicar todo lo aprendido en narrativa, comunicación y técnica a lo largo de la carrera. La creación del podcast Colectorama nos permitió traducir el contenido académico en un formato sonoro accesible y con carga emocional, donde las voces de los coleccionistas pudieron expresarse en primera persona. De esa manera, la investigación se articuló con el lenguaje propio de los medios, fortaleciendo el puente entre la reflexión crítica y la producción digital. Esta integración no sólo enriqueció este proyecto, sino que reafirmó el valor de los medios como herramientas para recuperar memorias, contar historias y generar comunidad.

## **Bibliografía**

- Benjamin, W. (2007). El Coleccionismo Como Gesto filosófico. vol. 28, <https://doi.org/10.19130/iifl.ap.2007.1-2.230>
- Jenkins, H. (2009b). *Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Paidós.
- Jenkins, H. (2009a). *Cultura de la convergencia: La colaboración entre medios de comunicación y consumidores*. Paidós.
- Storey, J. (2006). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Pearson Education.
- Horkheimer, M. y Adorno, T.W. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. (Sanchez Trad.) Editorial Trotta. (Trabajo original publicado en 1944)
- Belk, R. W. (1988). Las posesiones como el yo extendido. Artículo en *Journal of Consumer Research*.  
[https://www.researchgate.net/publication/24098554\\_Possessions\\_as\\_the\\_Extended\\_Self](https://www.researchgate.net/publication/24098554_Possessions_as_the_Extended_Self)
- Pearce, S. M. (1995). *On collecting: An investigation into collecting in the European tradition*. London: Routledge.
- Stewart, S. (1993). *On longing: Narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection*. Durham: Duke University Press.
- Williams, R. (1958). *Cultura y sociedad*. Londres: Chatto & Windus
- Baudrillard, J. (1968). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.
- Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. The Free Press.
- Rigalt D. (2020) “El coleccionismo desde la prehistoria hasta el siglo XVI: Entre la motivación religiosa, el deleite artístico, los códigos de exhibición y el negocio”
- Geraghty L. (2020) “Cult Collectors: Nostalgia, Fandom and Collecting Popular Culture”
- Marradi, et al., (2011) “Metodología de las Ciencias Sociales”
- Racovsky Mirko (2025, 7 de abril) *El revival de los videojuegos: la magia eterna de la Nintendo Switch, según la Universidad de Oxford*. Infobae.  
<https://www.infobae.com/tecno/2025/04/07/el-revival-de-los-videojuegos-la-magia-eterna-de-la-nintendo-switch-segun-la-universidad-de-oxford/>