

Estratos espaciales y de comunicación en los estudios sobre la juventud.

Una revisión de los estudios de los consumos culturales juveniles en México¹

Héctor Gómez Vargas*
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA,
CAMPUS LEÓN

Como parte de una investigación mayor se realizó un primer acercamiento de lo publicado sobre los consumos culturales juveniles en México que se publicó en un número anterior del Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC. Lo que se presenta a continuación es un nuevo acercamiento donde se organiza la información a partir de los tres estratos espaciales alrededor de los cuales se han realizado los estudios tanto de los jóvenes como de los consumos culturales (el urbano, el mediático y el corporal). Uno de los puntos de arranque de esta exploración de corte bibliográfico y hemerográfico es que, ante los cambios que se han ido suscitando en la cultura y los medios de comunicación, no sólo es importante revisar lo que se ha estudiado sobre los jóvenes, sino la manera cómo se hecho.

Palabras clave: *consumo cultural, consumo de medios, culturas juveniles.*

¹ Esta es una versión abreviada de un documento más amplio que se trabajó para el Grupo de Trabajo del Consumo Cultural del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) en el 2007, y cuyo título es “Urbano, mediático, corporal. Y algo más. Los consumos culturales juveniles en México”, y presentado en el Seminario “Las ciudades de los jóvenes”, organizado por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y el Consejo Iberoamericano de Investigación de la Juventud, en la Ciudad de México, el 4 de octubre del 2007.

* Maestro en Comunicación por el ITESO. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Colima. Profesor e investigador de la Universidad Iberoamericana León. Áreas de interés: estudios culturales, pensamiento complejo, culturas locales y globalización, gente joven y universos mediáticos. Última publicación: *Paisajes y pasajes. Sendas de mediología, comunicación y jóvenes en la vida contemporánea*. México, Universidad Iberoamericana León, ITESO, Instituto Cultural de León. Correo electrónico: hector.gomez@leon.uia.mx

As part of a larger research, a first approach was made on what has been published about cultural consumptions of young people in Mexico in a previous number of the Anuario de Investigación de la Comunicación CO-NEICC. What is presented next is a new approach where information is organized starting from the three space strata (the urban one, the mediatic and the corporal one) around which studies of young people and cultural consumptions have been developed. One of the starting points of this bibliographic and hemerographic exploration is that facing changes in the culture and mass media, it is not only important to review what has been studied about young people, but the way in which it has been done.

Key words: cultural consumption, media consumption, young cultures.

LAS CULTURAS JUVENILES Y EL CONSUMO CULTURAL

A finales de la década de los noventa, la Makle Foundation presentó un estudio donde se revisó lo publicado sobre la manera como los niños usan los medios digitales e interactivos que están emergiendo. En una visión del conjunto del reporte, Ellen Wartela (2002, p. 24) señala que hoy vivimos en medio de una nueva revolución tanto tecnológica como cultural, y en la cual los niños están a la vanguardia, pues son la primera generación que “crecen digitalmente”.

Ante estas afirmaciones, Gitte Stald (2000, p. 49) reacciona de dos maneras: en primer lugar, que la revolución tiende a ser más experimentada por los investigadores que buscan captar la realidad que emerge a partir de los nuevos medios digitales, un “objetivo móvil” y cambiante; en segundo lugar, que no encuentra que el concepto de revolución sea el adecuado debido a que los usos básicos de los medios corresponden con necesidades sociales y culturales de los niños que no se han modificado por décadas, pues siguen siendo las de entretenimiento e intercambio de información, aunque los cambios en los patrones de uso en las prácticas culturales sí puede ser discutido.

Los señalamientos tanto de Wartela como de Stald son interesantes por varios motivos: primero, porque dentro de las concepciones y estudios no sólo de los niños sino igualmente los jóvenes, se les ha concebido de manera cercana y estrecha como los principales usuarios y consumidores de los medios y de la tecnología de información. Pero las maneras de ver esas relaciones han sido diversas y es por ello que las implicaciones de las miradas a esa relación son la base de la profundidad de su conocimiento, pues se convierten en sistemas de

conocimiento que informan a la sociedad sobre una realidad en transformación continua, que en muchas ocasiones ocultan posturas, doxas, imágenes culturales, supuestos que se asumen como algo dado y que en muchas ocasiones pueden ocultar lo que conocemos de los jóvenes al creer que sabemos de los jóvenes.

Segundo, porque indican que estos cambios implican que los investigadores, y no sólo ellos, se encuentran “extrañados” dentro de un entorno continuamente “extrañado”, y que se nutre de ese mismo extrañamiento, es decir, que no sólo el objeto y su contexto ha ganado alta complejidad al expandirse y moverse con nuevas dinámicas, sino que el sujeto de conocimiento, el investigador, está en la marcha de hacerlo igualmente, y esto implica que no sólo sus estructuras de conocimiento sino todas sus operaciones de conocimiento, requieren ser revisadas.

Lo anterior es importante porque creemos que detrás de las miradas de quienes indagan a las culturas juveniles está la concepción de un tipo de sujetos sociales dentro de distintos entornos sociales y culturales y la manera como conciben sus agrupamientos colectivos señalan no sólo una realidad cultural y social, sino su base comunicativa y constructiva.

Sin embargo, no todo es como parece, ya que hay más cosas por indagar para conocer la dimensión comunicativa y creativa de los jóvenes, es decir, los entornos desde los cuales se gesta en nuestros tiempos la conformación de lo cultural, de lo social y ello nos lleva a revisar la manera como muchos jóvenes habitan esos entornos, tanto a partir del tipo de acceso, uso, como de actancia social y comunicacional, donde la interacción y la interactividad despliegan un mundo diverso y complementario (Jensen, 1998) al mundo social que lo impacta conforme se desarrolla y estructura (Rasmussen, 2004), y ello propicia otro tipo de base comunicativa, expresiva.

Y ante ello es fundamental retornar a las dos observaciones de Stald sobre la revolución cultural y social de los nuevos medios: el extrañamiento en los investigadores y lo relativo de la revolución en la gente joven, porque para estudiar lo que acontece en los últimos tiempos habría que ver las miradas de los investigadores y la manera como han estudiado a los jóvenes no sólo en sus prácticas culturales, sino en sus dimensiones comunicativas y constructivas, y ver la manera como los jóvenes han desplegado su vida social y han habitado los distintos estratos espaciales donde se han movido para observar su experiencia y han entrado y se mueven por los mundos mediáticos, digitales e interactivos.

Es por ello que es clave revisar la manera cómo se ha investigado a los jóvenes a partir de la noción de culturas juveniles y en particular cómo se

ha concebido e investigado los consumos culturales juveniles, pues creemos que en nuestro país son una de las bases de conocimiento, a partir del cual se está generando la mirada de los jóvenes dentro de los mundos tecnológicos, y permite ser sensibles a la manera como los jóvenes están construyendo nuevos mundos dentro de los mundos ya existentes. Se puede partir de otro modo, pero nos parece necesario detenernos y ver el terreno cognitivo y conceptual previo que posibilitó pensar la complejidad social a partir de los jóvenes, para a partir de entonces, poder tener más elementos para avanzar a nuevos órdenes de complejidad social.

1. Tránsitos en los estudios de los jóvenes en México

En México y América Latina, los estudios de la juventud cobran una visibilidad y pertinencia para el estudio de la cultura a partir del cambio de las nociones de los jóvenes a la de culturas juveniles porque tanto manifiesta un cambio de perspectiva como de entender los mundos sociales y culturales que se han modificado a partir de la presencia de estos actores, de sus agrupaciones.

La investigación de los jóvenes en México comenzó en la década de los sesenta y a partir de entonces se puede observar que se han dado tres etapas en las orientaciones de sus estudios. Todo indica que los estudios de la juventud en México aparecieron para responder a la irrupción de un fenómeno que parecía poner en riesgo la continuidad del orden social, moral y político del país, donde las manifestaciones más visibles eran la rebeldía y el rechazo al orden establecido y los focos de atención fueron dos: los riesgos de la salud, por la adicción de las drogas, y los riesgos sociales por sus prácticas y manifestaciones vistas bajo la imagen de la agresión, violencia y el desorden.

La segunda etapa se inició a principios de la década de los ochenta debido a la irrupción en el espacio urbano de un nuevo actor, los chavos banda, que fueron estudiados como parte de un fenómeno social que era necesario dar cuenta (Medina, 2000, p. 80). Rossana Reguillo (2000, pp. 26-27) menciona que “la producción de este periodo se caracteriza por una autocomplacencia que no asume de manera intencionada la construcción de un andamiaje teórico-metodológico que soporte los estudios realizados y, que, en cambio, tiende a fijar una posición en torno al sujeto de estudio”.

El tercer periodo, a partir de la segunda mitad de los ochenta se caracterizó por un cambio en la visión de los jóvenes donde se concibe la relación de las bandas con su territorio como una forma de conformación de identidades grupales, que derivaría en el estudio de la ciudad y algunas prácticas

culturales, como la música del rock, como formas de construcción de las identidades juveniles.

Rossana Reguillo (2000, p. 27) señala que las características de los trabajos de esta época fue su “carácter comprensivo” hacia los jóvenes, de carácter constructivista y relacional, el empleo de perspectivas hermenéuticas, que llevarían a concebir a los jóvenes como sujetos activos, negociando continuamente con diversas instituciones sociales, donde sus discursos no sólo son medios para relacionarse, sino para construir realidades. También menciona otros elementos de este periodo: el reconocimiento de su diversidad contextual histórica y social, y por lo tanto de la importancia del espesor de su historia cultural, así como la creciente visión interdisciplinar (2000, p. 29). Libros como el de José Manuel Valenzuela (1988), *¡A la brava ese!*, y de Rossana Reguillo (1991), *En la calle otra vez*, no sólo son dos de las manifestaciones primeras de este giro, sino obras emblemáticas para los estudios de las culturas juveniles en México.

También se puede observar que en la tercera etapa se hace el deslinde de las concepciones psicologistas y biologicistas del ser joven, a una visión antropológica y sociológica de la juventud, donde la perspectiva sociosimbólica de la cultura fue fundamental debido a la tendencia a crear una serie de recursos conceptuales y categorías analíticas para su estudio, con la pretensión de buscar mapas de sentido, como sería el caso del libro de Carles Feixa (1998), *El reloj de arena*, así como el libro de Rossana Reguillo (2000a), *Emergencia de culturas juveniles*.

Asimismo, es la etapa donde se busca crear estados del conocimiento sobre los jóvenes (Pérez Islas, 2000), y de la aparición de una serie de libros colectivos que permiten ampliar la visión de la variada gama de estudios de las culturas juveniles (Medina 2000a; Nateras 2002), e incluso estudios comparativos con otras ciudades del mundo como sería el caso del Québec y de Cataluña, publicados respectivamente en el 2003 y 2004 por el Instituto Mexicano de la Juventud.

Los libros colectivos que han aparecido en las últimas décadas hablan de una comunidad de investigadores que se han agrupado alrededor de las culturas juveniles, así como redes de trabajo en ámbitos internacionales. Esto, quizá pueda ayudar a entender dos elementos importantes de las tendencias del último periodo, desde los inicios de la década de los noventa: las culturas juveniles como “metáforas del cambio” para entender la “morfogénesis de lo social”; la tendencia creciente de pensar los entornos globalizados donde los jóvenes, sus agrupamientos, sus prácticas y usos del espacio urbano, pueden dar

cuenta de las transformaciones culturales ante lo global. Es aquí cuando se da una atención al consumo cultural, al vincularlo principalmente con la industria de la cultura, del entretenimiento y de los medios de comunicación.

2. Culturas juveniles y consumo cultural

En la sistematización que realizó Maritza Urteaga (2000) sobre lo que se ha investigado de las agregaciones juveniles en México señala cuatro apartados de estudio: las bandas, el rock, los medios de comunicación y escenarios “otros”. Manifiesta Urteaga dos grandes tendencias de ver a los tipos de agrupamientos juveniles: los que lo hacen para diferenciarse de otros sectores o grupos sociales, cuya actitud es más de orden contracultural, y los que lo hacen para integrarse, y esto se realiza mediante las prácticas del consumo cultural, particularmente por el consumo de medios de comunicación.

Estos dos tipos de estudios sobre las agrupaciones juveniles tienen un paralelo importante con algunos rasgos de los estudios del consumo cultural en México. En primer lugar, los estudios del consumo cultural se han movido en dos ejes básicos: el estudio de las transformaciones culturales, y el estudio de los cambios propiciados por la globalización, donde en el primer caso hay un estrecho vínculo con el estudio de las políticas culturales, mientras que en el segundo hay un vínculo con el estudio de las identidades culturales. En este segundo eje, que se dio con mayor intensidad a partir de la década de los noventa, se presta una atención particular por las culturas juveniles, no sólo porque en ellas se manifiestan una serie de contradicciones del desarrollo modernizador en Latinoamérica, sino porque es un “objeto” donde las transformaciones de lo global, son más visibles, y por lo mismo, permiten entender mejor lo que se está formando en las dimensiones de la cultura y de la sociedad (Martín Barbero, 1998).

En segundo lugar, desde sus inicios a mediados de los ochenta, los estudios del consumo cultural se desplegaron a través de dos dimensiones: el espacial y el mediático, lo público y lo privado. Con ello, aparecieron las principales áreas de estudio del consumo cultural: los espacios urbanos, los espacios especializados en la producción y difusión de prácticas culturales, los medios de comunicación (Canclini, 1993; Sunkel, 1999).

Es por eso que para los estudios de las culturas juveniles, el consumo cultural tiende a ser relacionado con los medios de comunicación, las identidades que por esta vía se generan, principalmente a través de la acción de la televisión (Navarro Kuri, 2000). Pero también, el consumo cultural es visto como la apropiación

de espacios, prácticas y expresiones juveniles dentro de la vida urbana. Punto importante es que, al igual que sucede con los estudios del consumo cultural, hay dos grandes vertientes: la que aborda desde los espacios sociales, urbanos o especializados para el consumo, y los que trabajan el consumo de medios.

Dentro de la vertiente de estudios de las agrupaciones juveniles tendientes a la integración, hay otro elemento más, el cuarto apartado señalado por Urteaga como escenarios “otros”: aquellos estudios que ubican a los jóvenes dentro de dimensiones más amplias, como el escolar, el religioso, el laboral, etcétera. Reguillo (2000, p. 31) hace dos observaciones sobre los estudios sobre las agrupaciones integradas: tienden a ser dispersos y escasos, y a estar más interesados en las instituciones de estudio que en las mismas culturas juveniles, donde los jóvenes y su especificidad, “tiende a diluirse”.

Que pocos trabajos se hayan realizado sobre las agrupaciones juveniles de los integrados, incluyendo los estudios de los medios de comunicación y los jóvenes, habla de la tendencia por el interés y atención mayoritaria a la parte de la negociación, la diferenciación, los “no integrados” y ello hace ver la concepción y lugar que le han asignado al consumo cultural. Esto se puede observar en algunos libros colectivos recientes sobre las culturas juveniles donde las estructuras de los libros, y sus contenidos, no abordan al consumo cultural directa y ampliamente, como objetivo y temática central, sino que se inclinan por otros apartados donde en algunos casos hay menciones, argumentos generalizados, hipótesis o referencias, con lo que se intenta explicar algunas prácticas y tendencias de los jóvenes: identidades y lenguajes juveniles; espacios y tiempos juveniles; cuerpos, estéticas, estilos de vida; instituciones y agrupamientos; sujetos y prácticas culturales.

A finales de la década de los noventa se puede percibir que hay una tendencia de los estudios de las culturas juveniles que se dirigen hacia las relaciones de las subjetividades y su relación con lo político, así como las modificaciones estructurales producidas por las dinámicas de la globalización, de la economía neoliberal en distintos ámbitos de acción de los jóvenes (educación, migración, trabajo, etcétera), que tiende a verse como tiempos de rupturas, diversificación, expansión, “tiempos híbridos” (Reguillo y Feixa, 2004), de fragmentación de las identidades que parecen girar alrededor de elementos como las afectividades, la desintegración, el caos, lo digital (Cisneros, 2000), que manifiestan una serie de estilos de vida “confusos” en lo que se refiere a “sus fuentes, simbología, límites y prácticas de adscripción, planteando mayores retos analíticos a los investigadores” (Urteaga y Feixa, 2005, p. 287).

También es aquí cuando Rossana Reguillo (2002, p. 157; 2000a, p. 80) habla de la necesidad de poner atención a la biopolítica del consumo, como un ámbito en el que se juegan muchas cosas más allá de la liviandad y lo superficial, como es la mediación que se da entre las estructuras y lógicas del capital que emana de las industrias de la cultura, con la interpretación cultural del valor, “la clasificación disciplinaria de los cuerpos juveniles a través del acceso y frecuentación a ciertos bienes materiales y simbólicos”. Reguillo ve al mercado como el “nuevo espacio discursivo disciplinado de los cuerpos de los jóvenes”, y las prácticas de consumo como las nuevas tecnologías de las subjetividades, del cuerpo, de las afectividades, y llevadas a pensar las biopolíticas que se están dando en la nueva reorganización política y económica del mundo.

ESTRATOS ESPACIALES Y COMUNICATIVOS.

CONSUMOS CULTURALES JUVENILES EN MÉXICO

Los acercamientos a los consumos culturales juveniles en México, en gran parte, tienen dos fuentes de estudio, que se han desarrollado en paralelo y en algunos puntos han corrido de manera estrecha. Por un lado, los mismos estudios del consumo cultural y por el otro lado de las culturas juveniles. Es por ello que es importante, antes de un acercamiento más detallado sobre lo publicado sobre los consumos culturales juveniles en México, tener en cuenta algunos libros que han venido actuando como visiones generales tanto para el consumo cultural como para las culturas juveniles.

De los primeros, encontramos algunos libros que con el tiempo se han convertido en los libros de referencia para la mayoría de quienes trabajan en el consumo cultural en México.

En primer lugar está el libro de Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, publicado en 1987, un libro importante para América Latina porque fue una propuesta importante para pensar la comunicación desde la perspectiva de análisis de la cultura, girando la atención hacia los procesos hacia la experiencia social, la recepción y los usos sociales de los medios de comunicación, y la generación de un “mapa nocturno” para el estudio de la comunicación teniendo como ejes lo cotidiano, el consumo las lecturas de los textos mediáticos.

En segundo lugar el libro colectivo y coordinado por Néstor García Canclini, *El Consumo Cultural en México*, publicado en 1993, donde García Canclini formaliza una forma de pensar al consumo cultural, como resultado de una

serie de investigaciones y reflexiones que venía realizando sobre el estudio de las culturas populares en México, donde va proponiendo el estudio de las formas de producción insertando la dimensión simbólica, y por ello, la importancia de entenderlas dentro de la esfera del consumo. Además de la formalización teórica y conceptual, el libro presenta diversos acercamientos empíricos a las distintas áreas de estudio del consumo cultural.

También podemos encontrar tres libros, coordinados por García Canclini, que son evidencias de la manera como García Canclini y su grupo de investigadores se acercaron al consumo cultural. El primero es un antecedente, *Públicos de arte y política cultural*, publicado en 1991, y los otros dos como una continuación, *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, publicado en 1994, y, *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, publicado en 1998.

Otro libro importante para los estudios del consumo cultural en México es el libro de Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, publicado en 1995, que además de que continúa sus estudios sobre el consumo cultural, principalmente en el capítulo, “El consumo sirve para pensar”, sus reflexiones se dirigen a pensar los cambios ante el entorno global, las identidades populares internacionales, y en donde se encuentran continuas referencias sobre los jóvenes.

Sobre los estudios de las culturas juveniles, podemos encontrar libros de dos autores: José Manuel Valenzuela y Rossana Reguillo. De Valenzuela dos libros son claves: *¡A la brava ese!*, publicado en 1988, y *Vida de barro duro. Cultura popular juvenil y graffiti*, publicado en 1997. Como lo señalamos en su momento, el primer libro es importante porque marcó una diferencia significativa a como se había estudiado a las agrupaciones juveniles, abordándolos a partir de la manera como se apropian de un territorio y configuran sus identidades culturales, algo que realizará igualmente con el segundo libro, como resultado de una investigación realizada en Río de Janeiro, Brasil, donde estudia las prácticas y expresiones juveniles como parte de la construcción de sus identidades culturales, una manera de distanciarse y diferenciarse del orden social.

De Reguillo, igualmente dos libros son claves: *En la calle otra vez*, publicado en 1991, y, *Emergencia de culturas juveniles*, publicado en el 2000. También como lo dijimos anteriormente, el primer libro de Reguillo, fue uno de los primeros en cambiar el enfoque de estudio de las bandas en México, al introducir el concepto de culturas juveniles para el estudio de las agrupaciones de los jóvenes desde sus territorios, la manera como se configuran sus identidades, y el empleo de los medios comunicativos para refrendarlas. El segundo libro

es una revisión general que permite tener un panorama sobre las culturas juveniles, y la propuesta de un “instrumento cartográfico” para el estudio de sus identidades.

En los noventa apareció otra generación de estudio que colocó el acento sobre las subjetividades, las adscripciones identitarias, los procesos que se estructuran a partir de los contextos de lo global y las dinámicas neoliberales. Aquí podemos señalar algunos libros colectivos recientes. En primer lugar el coordinado por Gabriel Medina Carrasco, *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, publicado en el 2000, y el coordinado por Alfredo Nateras, *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, publicado en el 2002.

Por otro lado están los libros editados por el Instituto Mexicano de la Juventud como resultado del diálogo entre investigadores de lo juvenil de otros países. Es el caso del libro, *Nuevas miradas sobre los jóvenes. México-Québec*, publicado en el 2003 y que coordinó José Antonio Pérez Islas y Mónica Valdez para el caso de México, y Madeleine Gauthier y Pierre-Luc Gravel para el de Canadá, y cuyos textos son parte de las nuevas miradas sobre los jóvenes, y en parte incluyen reflexiones a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de la Juventud 2000. De los textos publicados resaltamos los siguientes: de José Antonio Pérez Islas y Mónica Valdez, “Imágenes sobre los jóvenes en México”; de Adrián de Garay, “Una mirada a los jóvenes universitarios mexicanos”, de Rossana Reguillo, “Cas-cadas: agotamiento estructural y crisis del relato. Pensando en la participación juvenil”: de Antonio Guerrero, “Estilos juveniles en México. Agrupamientos, marcas, ritmos y territorios”; Julia Flores, “De apuestas, ganancia y pérdidas. Valores y creencias juveniles”. Otro de los libros es, *Tiempo de híbridos. Entre siglos. Jóvenes. México-Cataluña*, publicado en el 2004 y coordinado por Rossana Reguillo, Mónica Valdez y José Antonio Pérez Islas para el caso de México, y Carles Feixa y Carme Gomez-Granell, para el caso de Cataluña.

Otro tipo de documentos importantes son aquellos que han intentado revisar lo publicado tanto sobre el consumo cultural como sobre las culturas juveniles, y que en tiempos recientes han permitido ponderar lo realizado en cada uno de los casos, al organizar los estados de la cuestión y poner en evidencia lo que se sabe y lo que se ha dejado de lado, así como la apuesta de la dirección que tendrán en el futuro. Igualmente permite tener en consideración tanto a algunos autores como las obras que se han convertido en representativas en cada caso.

Respecto al consumo cultural tenemos el texto de Ana Rosas Mantecón, “Los estudios sobre consumo cultural en México”, publicado en el libro compilado por Daniel Mato en el 2002, *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoameri-*

canas en cultura y poder, y también un capítulo del libro *La antropología urbana en México*, coordinado por García Canclini y publicado en el 2005, “Políticas culturales y consumo cultural urbano”, escrito por Néstor García Canclini y Ana Rosas Mantecón.

En relación a las culturas juveniles, está el libro coordinado por José Antonio Pérez Islas, *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*, publicado en el 2000 en dos tomos, y donde destacamos los textos de Maritza Urteaga, “Formas de agregación juvenil”, el de Ramiro Navarro Kuri, “Cultura juvenil y medios”, y el de Enrique Luengo, “Valores y religión en los jóvenes”.

También podemos señalar textos que forman parte de libros colectivos. Por un lado, textos de Rossana Reguillo, “Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión”, del libro coordinado por Gabriel Medina, *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, publicado en el 2000, y, también, “Jóvenes y estudios culturales. Notas para un balance reflexivo”, publicado en el libro que coordinó José Manuel Valenzuela, *Los estudios culturales en México*, publicado en el 2003. Por otro lado, el texto de Maritza Urteaga y Carles Feixa, “De jóvenes, músicas y las dificultadas para integrarse”, del libro, *La antropología urbana en México*, mencionado anteriormente.

Finalmente tocaría hablar de otros documentos más. Uno es generado a partir de la Encuesta Nacional de la Juventud 2000, realizada por el Instituto Mexicano de la Juventud y cuyos resultados se publicaron, por un lado en el libro, *Jóvenes mexicanos del siglo XXI. Encuesta Nacional de la Juventud* (2002), donde se analizan diversos aspectos sobre la juventud que emanaron de la encuesta, y de los cuales podemos señalar el texto de José Manuel Valenzuela, “El tropel de las pasiones. Jóvenes y juventudes en México”, el de Rossana Reguillo, “Jóvenes y esfera pública”, y el de Enrique Luengo, “La visión juvenil del mundo: sus representaciones, actitudes y valores. Por otro lado, se publicó el análisis de la encuesta que diferentes investigadores realizaron sobre cada uno de los estados que conforman el territorio nacional. El segundo es el libro que igualmente publicó el Instituto Mexicano de la Juventud en el 2004, y coordinado por José Antonio Pérez Islas y Maritza Urteaga, *Historia de los jóvenes en México. Su presencia en el siglo XX*.

Retomando la propuesta de observar lo investigado sobre los consumos culturales juveniles desde las principales áreas de estudio que lo han realizado, la antropología, la sociología, la comunicación y la psicología social, los tres entornos culturales que se han desplegado a lo largo de la historia (Bauman,

2000), podemos encontrar tres estratos espaciales que se han privilegiado: el urbano, el mediático y el corporal.

Desde estos estratos espaciales podemos hacer una breve reseña de lo publicado, y desde ahí, reflexionar sobre las concepciones de los jóvenes como actores comunicativos y creativos.

1. *Espacio urbano*

Los trabajos que se han centrado en el espacio urbano, donde la mirada antropológica y sociológica ha sido la predominante, y que en mucho sus objetivos giran alrededor de dos ejes: las apropiaciones y usos de espacios o prácticas culturales urbanas, la conformación como públicos culturales de una práctica cultural específica, ya sea a través de sus hábitos, representaciones, opiniones, gustos, actitudes y comportamientos.

En primer lugar podemos mencionar el texto de Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón, “Los públicos populares: rock, salones de baile y Alameda Central”, publicado en 1991 en el libro coordinado por García Canclini, *Públicos de arte y política cultural*, como parte de una investigación que se realizó en 1990 durante el II Festival de la Ciudad de México para conocer lo que aconteció con los asistentes, su perfil, sus gustos, sus demandas y tener una imagen de sus comportamientos culturales, y donde se hacen breves relatos etnográficos en tres escenarios donde se realizaron algunos conciertos, siendo los de rock donde el perfil juvenil era no sólo más evidente sino característico.

Un segundo libro es el que compilaron Miguel Ángel Aguilar, Adrián de Garay y José Hernández Prado, en 1993, *Simpatía por el rock. Industria, cultura y sociedad*, como resultado de un ciclo de mesas redondas bajo el mismo título del libro celebrado en noviembre de 1992, y cuyo objetivo era reflexionar “los fenómenos socio-culturales implicados en la música de rock”. De este libro, podemos destacar las siguientes colaboraciones que tienen una incidencia sobre el consumo cultural juvenil, ya sea como parte del proceso de producción de la industria del rock, las sensibilidades colectivas que convoca el rock, o como parte de los procesos subjetivos, identitarios, o prácticas ritualísticas, que se pueden ver en textos como el de Adrián de Garay y José Hernández, “La lógica de producción y los códigos de significado en la industria y el mercado del rock”; de José Arturo Saavedra, “El elemento contestatario en el rock y la diversidad de las audiencias”; de César Cisneros y Juan Soto, “El rock de los sonámbulos”; de Maritza Urteaga, “Banda de subjetividades”, de Eduardo Nivón y Ana Rosas Mantecón, “Los rituales del rock: el público como protagonista”.

Dos libros importantes son los que publicó el Instituto Mexicano de la Juventud en su colección *JOVENes*. En 1998 publicó el trabajo de Maritza Urteaga, *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*, donde hace una investigación sobre la historia del rock mexicano revisando distintas etapas tanto de la producción como del consumo del rock a lo largo de diferentes generaciones de roqueros y públicos del rock. En el 2000 publicó el libro coordinado por Aída Analco y Horacio Zetina, *Del negro al blanco. Breve historia del ska en México*, donde además de recuperar la historia de este movimiento musical, da cuenta de sus públicos, sus agrupaciones, tendencias y sus ritos alrededor de los conciertos.

En libros colectivos hay algunas colaboraciones importantes bajo este corte de estudios. Del libro coordinado por Gabriel Medina, *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, encontramos la colaboración de Maritza Urteaga, “Identidad cultural y afectividades en los jóvenes punks mexicanos”, donde prosigue en parte las reflexiones realizadas en su libro al ver a este movimiento juvenil alrededor de sus formas de integración colectiva, sus estilos y formas de vida, sus identidades, alrededor del consumo de música del rock y la creación de espacios para el consumo de productos culturales.

Del libro coordinado por Alfredo Nateras, *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, podemos encontrar dos colaboraciones importantes: el de Maritza Urteaga, “Concierto e identidades roqueras mexicanas en los noventa”, donde igualmente realiza un acercamiento a la música rock y la manera como desde su consumo interpela a diversas colectividades de jóvenes, tanto en sus procesos de integración y comunicación, sus mitos, sus territorios, sus ritos; por otro lado el de Edgar Morin M., “Los lugares del rock: una aproximación a los espacios juveniles”, donde revisa la manera como se generan identidades culturales a través de la música, propiciando las “culturas del gusto”, donde la clase social, el género y la generación son fundamentales para el consumo y la apropiación de espacios.

Del libro coordinado por Carles Feixa, *Movimientos juveniles en América Latina. Pachuchos, malandros y punketas* (2002), encontramos otra colaboración de Maritza Urteaga, “De los jipitecas a los punketas. Rock y juventud mexicana desde 1968”. En el libro coordinado por Eli Evangelista y Alejandra León, *La juventud de la ciudad de México*, publicado en el 2000, se encuentra una colaboración de Inés Cornejo, “Los centros comerciales como territorios juveniles urbanos”.

Por otra parte están algunos artículos publicados en distintas revistas. La primera que podríamos mencionar es la de *JOVENes* del Instituto Mexicano de la

Juventud, que si bien se ha especializado sobre diversas temáticas de los jóvenes, no todo se relaciona con el consumo cultural, pero hay algunos artículos que lo trabajan. En el número 3 de la revista, editado en 1997, está un artículo de José Manuel Valenzuela, “Culturas juveniles. Identidades transitorias”. En el número 11, en el 2000, están tres artículos: de Edgar Morin M., “Vaqueros y gruperos en el rodeo Santa Fe. La reorganización de lo real por el imaginario”, de Antulio Sánchez, “La música y la política. Dos territorios virtuales”, y de Ben Malbon, “Los antros. Consumo, identidad y prácticas en los espacios de la vida nocturna”. En el número 15, en el 2001, hay dos artículos: de Antulio Sánchez, “Diversidad e identidad juvenil. Una visión desde el rock mexicano”, y de Andy Furlong y Fred Cartmel, “Estilos de vida en los jóvenes. De los pasatiempos al consumo”.

También hay algunas aportaciones en la revista, *Ciudades*, de la Red Nacional de Investigación Urbana (RNIU), donde se encuentran algunos textos publicados en algunos de sus números. En el número 14, en 1992, Maritza Urteaga publicó, “Jóvenes urbanos e identidad colectiva”; en el número 27, en 1995, Urteaga e Inés Cornejo publicaron, “La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes”, y Alfredo Nateras, “El tianguis del Chopo como espacio público”; en el número 58, en el 2003, Zeyda Rodríguez publicó, “La noche: el territorio fragmentado de la fiesta juvenil”, Alberto Hernández, “Hijos de la madrugada: antros y vida nocturna en Tijuana”; y en el número 63, en el 2004, Ricardo García Cantú publicó “La música como construcción de la identidad, Rogelio Marcial lo hizo con, “Toma clandestina de la ciudad: taggers, skatos y okupas”; Roxana Hernández publicó, “Bandas cholas: una forma de vivir en la ciudad” y Juan Machin junto con Magdalena Solano, “Caos y vacío: metáforas de las culturas”.

En la revista, *Espacios de comunicación*, de la Universidad Iberoamericana, en el primer número, publicado en 1996, está el artículo, “Cultura e identidad femenina: el caso de las chavas activas punk”, de Maritza Urteaga e Inés Cornejo. En el ejemplar número VI del *Anuario de Investigación de la Comunicación*, del CONEICC, Inés Cornejo publicó el texto, “La construcción social y simbólica de las chavas activa punk”. En el número VII, Mabel Piccini publicó, “Vida cotidiana y prácticas culturales en la ciudad de México”. Finalmente, encontramos algunos artículos publicados en la revista *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, del Programa Cultura de la Universidad de Colima. En el número 6 de su primera época, en 1989, Adrián de Garay publicó, “Prolegómenos al estudio de la cultura rock”; en el número 15, en 1993, Rossana Reguillo publicó, “Las tribus juveniles en tiempos de la modernidad”.

Gran parte de estos trabajos podrían estar en sintonía con lo expresado por Rossana Reguillo (2000a, p. 52) en el sentido de que es “en el ámbito de las expresiones culturales donde los jóvenes se vuelven visibles como actores sociales”, así como las distintas clasificaciones y principios de diferenciación para estudiarlos permiten verlos como sujetos sociales en colectivo que “constituyen un universo social cambiante y discontinuo, cuyas características son resultado de una negociación-tensión entre la categoría sociocultural asignada por la sociedad particular y la actualización subjetiva que sujetos concretos llevan a cabo a partir de la interiorización diferenciada de los esquemas de la cultura vigente” (2000a, p. 50).

Desde los primeros trabajos sobre los jóvenes que fueron abordados desde la perspectiva sociosimbólica o sociocultural tuvieron como objetivo ver su parte constructiva que se hacía visible a través de las interacciones de las distintas agrupaciones juveniles y las prácticas culturales que tanto los distinguían como los diferenciaban, así como en las maneras de expresarse, manifestarse y buscar prácticas comunicativas varias que no sólo eran producto de la necesidad de tornarse visibles, sino de manifestar los distintos rasgos de su identidad colectiva, vista ésta como un proceso constructivo, permanente y siempre inconcluso.

2. Espacio mediático

Dentro de los estudios del consumo de medios podemos ver dos grandes tendencias. Por un lado, los estudios de la recepción de medios, y por otro lado, los mismos estudios del consumo de medios. En ambos casos, la tendencia más notoria es que se pasó de estudiar a las audiencias desde la perspectiva del imperialismo cultural o la teoría de los efectos, hacia el estudio de la audiencia activa, a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta.

En los estudios de la recepción se han dado dos momentos en lo que va de la segunda mitad de la década de los ochenta a la primera mitad de la de los noventa: primero, cuando se dan dos tendencias que corren en paralelo, lo que se conoció como recepción crítica y los esfuerzos para crear un proyecto para la educación de los medios; segundo, cuando se intenta crear una perspectiva de estudio de lo que Guillermo Orozco ha llamado “televidencia”, e igualmente la propuesta de las multimediaciones de la recepción (Orozco, 2001).

En el primer caso, es decir, los estudios de la recepción crítica, se caracterizan por su tendencia a ser propuestas para intervenir socialmente ante lo que se veía como la crisis de las identidades culturales nacionales por la enorme presencia de la industria audiovisual, con perfiles de contenidos de Norteamérica y con

finés y tendencias eminentemente consumistas. Varios libros encontramos en esta línea, algunos de forma colectiva y otros a título individual.

De los libros colectivos, tenemos el coordinado por María Antonieta Rebeil en 1986, y publicado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y la Universidad Iberoamericana, *Propuestas para asociaciones de televidentes*. Al año siguiente, la misma María Antonieta Rebeil y Alberto Montoya compilaron el libro, *Televisión y desnacionalización*, publicado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y la Universidad de Colima y donde destacan dos colaboraciones: el primero de los mismos compiladores, “Los adolescentes en las representaciones de la televisión”, y el segundo de Inés Silva y Carlos Maya, “Los medios de comunicación y los estudiantes de educación básica del Distrito Federal”. En 1989, Enrique Sánchez Ruiz compiló un libro sobre los impactos de la televisión en la juventud, titulado, *Teleadicción juvenil: ¿mito o realidad?*, y para 1990 se publicó el libro, *Medios, democracia y fines*, publicado por la UNAM y Notimex, donde se encuentra el texto de Silvia Medina y Vedia, “Recepción crítica: opción democratizadora en la comunicación de masas”.

De los libros más de corte personal tenemos dos libros: el de Raymundo Mier y Mabel Piccini, *El desierto de los espejos. Juventud y televisión en México*, publicado en 1987, y el de Raúl Trejo Delarbe, *Ver pero también leer. Televisión y prensa: del consumo a la democracia*, publicado en 1991.

Respecto a la educación para la recepción, igualmente hay libros colectivos y a título individual. De los primeros, destacan los compilados por Mercedes Charles y Guillermo Orozco: *Educación para la recepción*, en 1990, y *Educación para los medios. Una propuesta integral para maestros, padres y niños*. De los libros a título personal, tenemos el de Sarah Corona, *Televisión y juego infantil*, publicado en 1989; el de Guillermo Michel, *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*, publicado en 1990; y el libro de Guillermo Orozco, *Al rescate de los medios. Desafío democrático para los comunicadores*, publicado en 1994.

Por su parte, los libros que tienden hacia la televidencia han sido de corte colectivo e individuales. En primer lugar están los libros compilados por Guillermo Orozco: *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, en 1992; *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, en 1994. De los individuales, están algunos libros de Guillermo Orozco, entre otros, *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, en 1996, *Televisión, audiencias y educación*, en el 2001.

Por otra parte, también se estudió la presencia de ciertos programas televisivos en lo cotidiano de la familia, los procesos de negociación que intervienen para su disfrute, aceptación, asumiendo que las telenovelas es un producto mediático que implica procesos de producción y de consumo que teje y des-teje la experiencia de los sujetos, sus memorias, sus mecanismos de lectura y apropiación.

Aquí apareció una gama de estudios provenientes del Programa Cultura de la Universidad de Colima y que se difundió a través de diversos textos y libros, y destacamos entre ellos los de Jorge González publicados en la revista *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*: en el primer número, de la primera época en 1986, publicó junto con Fabio Mugnaini, “Telenovelas al día: protocolo de observación etnográfica”; en el número doble 4-5, en 1988, publicó, “La cofradía de las emociones (in)terminables”; en el número 11, en 1991, “La telenovela en familia: una mirada en busca de horizonte”; en 1993 publicó, “La cofradía de las emociones in/terminables. Telenovela, memoria, familia”, en el libro coordinado por García Canclini, *El consumo cultural en México*. De los libros, está el de Karla Covarrubias, un cuadernillo publicado en 1992 por el Archivo Histórico Municipal de Colima, *¡Córrele que ya empezó...!* y el libro escrito junto con Angélica Bautista y Ana Uribe, *Cuéntame en que se quedó*, publicado en 1994.

Los procesos de negociación del sentido de la televisión fue una veta importante de los estudios de recepción de medios, así como los procesos de lectura que se realizan, y que un ejemplo de esto último se puede encontrar en el número 3 de la revista, *Versión*, de la Universidad Autónoma Metropolitana, en 1993, donde se publican textos de Mabel Piccini, “La sociedad de los espectadores. Notas sobre algunas teorías de la recepción”; de Carmen de la Peza, “La lectura interminable. Una aproximación al estudio de la recepción”; de David Shepherd, “Bajtin y el lector”; de Aníbal Ford, “Rodar la tierra. Rodar sentido. Entradas en una etnografía del sentido”, entre otros.

Es importante señalar que en un primer momento dentro de los estudios de la recepción de medios los jóvenes casi no aparecen, pues la mirada tiende a recaer en los niños, y cuando lo hacen, tienden a ser vistos como adolescentes, o como parte de un grupo más amplio, como la familia, los indígenas, etcétera. Las miradas hacia los jóvenes se dieron, aproximadamente, a partir de 1994, coincidiendo con las preocupaciones del impacto del contexto global que se va generalizando, y las miradas a la recepción fueron girando hacia la preocupación por el consumo de medios, a través de vertientes que van de la teoría de los Usos

y Gratificaciones, a la de la audiencia activa, la búsqueda de una convergencia entre la economía política, los estudios culturales y los efectos cognitivos.

Esto se ve más claramente en algunas investigaciones realizadas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Monterrey, donde algunos textos se publicaron en el primer número del *Anuario de Investigación de la Comunicación*, del CONEICC, en 1994: José Carlos Lozano publicó, “Recepción y uso de medios de comunicación en los jóvenes fronterizos”, Francisco Martínez publicó, “La televisión y el aprovechamiento escolar de los niños de primaria en Monterrey, Nuevo León”, y Dora Martínez, “Exposición a la televisión, uso de medios impresos y razonamiento verbal entre jóvenes universitarios”. Algunas alumnas de la maestría en comunicación del ITESM, Campus Monterrey, publicaron artículos en sendas revistas de comunicación: en 1997, Yamil de la Garza publicó, “Patrones de exposición televisiva de jóvenes de preparatoria de la ciudad de Monterrey”, en el número IV del *Anuario de Investigación de la Comunicación*, del CONEICC; en 1998, Gabriela de la Peña publicó, “Del imaginario internacional de los jóvenes regiomontanos”, en la revista *Comunicación y Sociedad*, en el número 33.

La inquietud de observar a los jóvenes se da a partir del crecimiento de las industrias de lo audiovisual, la aparición de nuevas presencias de tecnologías de información, dentro de un nuevo contexto económico, político y social, donde los espacios empleados para observar la recepción, apropiación o influencia de los medios, es decir, la escuela y la familia, permanecen, pero igualmente se amplían, y hay una preocupación por la subjetividad de los jóvenes, y sus vínculos con la política y otras esferas sociales más amplias.

De los primeros, tenemos algunos artículos publicados en la revista *Comunicación y Sociedad*: en el número 29, en 1997, Martha Renero publicó el artículo, “La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar”; en el número 35, en 1999, Ramiro Caballero y Rosa María Pineda publicaron, “Consumo y exposición de adolescentes a los medios masivos de comunicación”.

En 1997, Delia Covi publicó el libro *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*, y en el 2000, en la revista, *Comunicación y Sociedad*, en el número 38, el artículo, “Los jóvenes ante la convergencia tecnológica: ¿integración o exclusión?”. En 1996, en el número III del *Anuario de Investigación de la Comunicación*, del CONEICC, Guillermo Orozco y Frank Viveros publicaron el artículo, “La oferta televisiva y su percepción por jóvenes de la ciudad de México”. En 1997, Eréndira Cruz Villegas publicó en

Razón y Palabra, “Los jóvenes y la televisión, ¿en qué creen los jóvenes?”. En el número 3, de la revista *Espacios de Comunicación*, en 1998, Luis Alfonso Guadarrama publicó, “Hacia una cultura audiovisual en los jóvenes”. En el 2004, en el número 14 de la revista *JOVENes*, Néstor García Canclini publicó “Culturas juveniles en una época sin respuestas”.

El apunte final para esta sección implica reconocer que los estudios de la recepción se han distinguido porque han sido producto de distintos enfoques y desarrollos teóricos y metodológicos, más que una visión unitaria y generalizada. Igualmente habría que indicar que dentro de los estudios de la comunicación en México ha sido una de las principales áreas de estudio en las últimas dos décadas y que a lo largo de ese tiempo han venido confluyendo en la propuesta de que el estudio de las audiencias no sólo es un fenómeno importante de estudio, sino de la misma manifestación de las sociedades contemporáneas. Las corrientes principales de la recepción se caracterizan por su enfoque sociocultural y ven a la recepción como un proceso donde se articulan distintas prácticas de significación insertos dentro de diversos contextos y mediaciones desde los cuales los sentidos son negociados y apropiados por distintas comunidades (de recepción, apropiación e interpretación) (Orozco, 1991).

De hecho, gran parte de los estudios de la recepción han trabajado alrededor de hacer ver la dimensión activa del sujeto de la recepción, y la manera como distintas agrupaciones y comunidades, a partir de diversas mediaciones (Vega Montiel, 2006), hacen procesos de negociación y apropiación de los mensajes de manera creativa ante sus relaciones con los medios de comunicación y alrededor del consumo de los medios.

Si bien se puede apreciar que los estudios de la recepción en México se han ido desarrollando para dar cuenta de distintos procesos de recepción por parte de diversos sujetos sociales, una vertiente importante lo ha hecho enfocando sus estudios en los niños y los jóvenes y su relación con la televisión, en entornos familiares y educativos, dejando de lado dimensiones sociales, culturales y tecnológicas más amplias e incluso, con una conceptualización insuficiente tanto de los sujetos sociales, como de las comunidades en las cuales se insertan.

3. *Espacios corporales*

Un tercer tipo de espacio que se ha venido estudiando dentro de las culturas juveniles, más por antropólogos y psicólogos sociales, es el corporal. Si bien se reconoce que desde hace tiempo hay algunas reflexiones, desde la filosofía, la psicología clínica, la medicina, la sociología y la antropología sobre el cuerpo,

hay una enorme carencia de reflexiones que hayan atendido las interacciones corporales y la relación del cuerpo con la cultura (Soto, 2004).

Es importante reconocer que sobre el cuerpo se han dado una serie de discursos de distinta índole y que han tenido una tendencia a lo largo del tiempo: el control de los sujetos a través del cuerpo, sistemas distintos y cambiantes de dominación, pero igualmente un espacio de negociación, de impugnación, de liberación y rebelión.

Es de llamar la atención que cuando se expresa que los jóvenes se han hecho visibles, gran parte de ello se ha debido a su manifestación corporal, su estética, sus agrupaciones, sus rituales, conductas, sus discursos. Rossana Reguillo (2000a, p. 51), por ejemplo, ha señalado que una de las maneras como los jóvenes han adquirido visibilidad social es a través de la “frecuentación, consumo y acceso a un cierto tipo de bienes simbólicos y productos culturales específicos”.

Uno de los principios básicos desde los estudios socioculturales es que el cuerpo es el espacio más íntimo desde el cual se conecta y relaciona con diferentes dimensiones y niveles espaciales, desde los más cercanos, como el territorio, la ciudad, hasta más amplios como el país, el mundo (Giménez, 1999). Rossana Reguillo (2000a, p. 55) ha expresado que los patrones estéticos entre los diferentes tipos de agrupaciones juveniles han sido básicos para la conformación de sus identidades juveniles, elementos de identificación y diferenciación respecto al orden social, el mundo de los adultos, entre distintas agrupaciones juveniles, al ser un elemento importante para sus adscripciones identitarias, “los procesos socioculturales mediante los cuales los jóvenes se adscriben presencial o simbólicamente a ciertas identidades sociales y asumen unos discursos, unas estéticas y unas prácticas”.

Así, los estudios de las culturas juveniles toman al cuerpo como dimensión espacial, tienden a ubicarlo dentro de las prácticas de las estéticas corporales, y aquí destacamos los estudios de los tatuajes, las perforaciones de los jóvenes. Los estudios de los tatuajes, de las perforaciones corporales, parten de la consideración comunicativa de los mismos, y que es un material significativo de algo más amplio: las subjetividades de quienes lo portan, de un elemento constitutivo y diferenciador de identidades culturales, un espacio propio y autónomo donde los jóvenes pueden manifestar su condición y adscripción.

Como sucede con otros estudios sobre el cuerpo desde una perspectiva sociocultural, como la sexualidad, la violencia, las adicciones a la drogas, el consumo cultural es relevante en este tipo de espacios cuando se observa la industria del tatuaje, el campo de la estética, que se incluye dentro de la misma industria de

la cultura, del entretenimiento, de los medios de comunicación, que posibilitan la difusión de la estética corporal junto con otros elementos más, como la ropa, los zapatos, los peinados, etcétera, como signos distintivos de determinadas maneras, estilos, de ser joven, diferencias y diferenciaciones, ya sea de manera impugnadora o integrada. Para algunos autores el consumo cultural es clave para entender las prácticas culturales de los jóvenes y su expresión corporal, para otros es un aspecto subordinado a las dinámicas grupales juveniles.

Dentro de esta línea de trabajo, tenemos algunos libros que han abordado el tema del tatuaje, e igualmente de las estéticas de distintos grupos de adscripción identitaria, como los libros de José Manuel Valenzuela, *¡A la brava ese!*, y *Vida de barro duro. Cultura popular juvenil y graffiti*, así como los libros de Rossana Reguillo, *En la calle otra vez*, y *Emergencia de culturas juveniles*. Más recientemente está el libro de Cupatitzio Piña Mendoza (2004), *Cuerpos posibles... cuerpos modificados*, publicado por el Instituto Mexicano de la Juventud. De hecho, entre los múltiples artículos de José Manuel Valenzuela y Rossana Reguillo encontramos continuas referencias y reflexiones sobre este tema, y otros más relacionados con las estéticas juveniles².

En México, las aportaciones más importantes sobre el tema del cuerpo y las prácticas de los tatuajes y perforaciones corporales son algunas publicaciones de Alfredo Nateras. En el libro, *Simpatía por el rock. Industria, cultura y sociedad*, en 1993, publicó una colaboración cuyo título era, “Identidades colectivas: rock, jóvenes y drogas”. En el libro que coordinó, *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, 2002, publicó una colaboración cuyo título es “Metal y tinta en piel, la alteración y decoración corporal: perforaciones y tatuajes en jóvenes urbanos”; también en el 2002, publicó una colaboración en el libro colectivo, *Sociología de la identidad*, coordinado por Aquiles Chihu, “Las identificaciones en los agrupamientos juveniles urbanos: graffiteros y góticos”; y en 1995 publicó en la revista, *Contexturas*, de la Universidad Iberoamericana León, un breve artículo, “Estéticas corporales: tatuajes y perforaciones en jóvenes”, y en la revista venezolana, *Polis*, en la edición número 11, “Los usos públicos del cuerpo alterado en jóvenes urbanos mexicanos”.

Por otro lado, también podemos encontrar algunas referencias al tema en Maritza Urteaga quien publicó en el número 2 de la revista *Comunicología@: indicios y conjeturas*, en el 2004, “El cuerpo juvenil como territorio cultural”, al

² Para una revisión de las obras producidas por José Manuel Valenzuela y Rossana Reguillo, recomendamos la consulta del libro de Raúl Fuentes Navarro (2003).

revisar la importancia de unas prácticas culturales juveniles, teniendo al cuerpo como territorio, como un proceso de inscripción de los jóvenes a la vida adulta a través de rituales colectivos, y la manera como han encontrado unas formas y estilos de vida, y remiten a las esferas del consumo cultural como un recuso de visibilidad y de expresión.

Así, los estudios que trabajan la corporalidad juvenil parten de aquello que Alfredo Nateras (2005, p. 4) ha manifestado del cuerpo como “un espacio o territorio semántico, una construcción sociocultural cargada de sentidos y significados, es decir, un significante”, un proceso de diferenciación social y de manifestación de sentidos más amplios que los conforman y configuran como sujetos sociales, y es por ello que Reguillo (1998, p. 66) menciona:

Entre los jóvenes la tendencia a distinguirse de otros grupos de pares mediante ciertos usos estéticos y a través de marcas simbólicas específicas, se desplaza ahora hacia una diferenciación que tiene como plataforma central lo que, a falta de un concepto más pertinente, se denomina “consumos culturales”, es decir, a partir de su relación con productos culturales como la literatura, el cine y especialmente la música.

DEL CONOCER AL SABER DE LOS CONSUMOS CULTURALES JUVENILES. CONCLUSIONES

Quizá la manera más apropiada para concluir sería a partir de lo que parece ser algunas de las ausencias y carencias que se ha tenido. Hace algunos años, Rossana Reguillo (2000, p. 40) mencionaba tres elementos dentro de las agendas de investigación que probablemente serían los puntos para investigar y debatir en el futuro inmediato dentro de los estudios de las culturas juveniles, pues ello implicaba dos cosas: su importancia para entender las “metáforas del cambio”, y porque hay poca atención e información sobre ellas. Por un lado, el factor género, principalmente a lo que se refiere a las mujeres jóvenes; por otro lado, la especificidad de lo regional y sus jóvenes; los mapas cognitivos, las experiencias y representaciones colectivas de los jóvenes. También está la observación de que dentro de los jóvenes “integrados” hay poca información en lo que se refiere a jóvenes clase medieros (De Garay, 2004, p. 9).

Esas ausencias tienen que ver con lo que se ha privilegiado como parte de las tradiciones académicas, las visiones epistemológicas, ontológicas y teóricas dentro de los estudios de las culturas juveniles y del consumo cultural, que en mucho se reflejan en lo que se refiere a los consumos culturales juveniles.

Punto importante de lo anterior es tener en cuenta que la forma de ver al consumo cultural de los jóvenes no ha sido de forma unitaria y homogénea, sino con diferentes posturas sobre su pertinencia y de tratamiento. El tema del consumo cultural convoca a varias disciplinas, pero la forma de acceder a él ha sido variada.

Una primera imagen es la manera como los antropólogos, sociólogos y comunicólogos lo han abordado y que corresponde con la propuesta de Néstor García Canclini: el espacio urbano, el espacio mediático. En el primer caso, el consumo de cultura es a través de la apropiación y uso de espacios urbanos por parte de los jóvenes, principalmente de grupos juveniles no “integrados” y masculinos, mientras que a los integrados los ven a partir de procesos de recepción de los medios de comunicación y tecnologías de información. Para los “no integrados”, la apropiación y uso de espacios por parte de los jóvenes es una manera como se conforman las identidades culturales juveniles, y la industria cultural, la industria de los medios entra como un entorno que tanto lo posibilita, como al que se le rechaza e impugna. Para los “integrados” es una referencia y se deja al olvido, o se le deja el trabajo a los comunicólogos.

Los comunicólogos, por su parte, se centran en los procesos de recepción con los medios de comunicación a través de ver la influencia, impacto, representaciones, opiniones, competencias, procesos cognitivos, de los sujetos, y ubicando a los niños o adolescentes como parte de una audiencia, un público. La noción de joven tiende a diluirse porque lo que importa más es el proceso. Además, los estudios de la recepciones de medios tienden a privilegiar hacia los procesos de “integración” de los jóvenes, porque interesa más el impacto y la apropiación del contenido ideológico y cultural de los medios, y no tanto la conformación de subjetividades juveniles y su relación con estilos y modos de vida.

La segunda imagen es parte de lo expresado anteriormente: mucho de lo que se ha trabajado sobre el conocimiento del consumo cultural de los jóvenes en México pasa predominantemente por los sentidos discursivos, hermenéuticas tanto de interpretación, de construcción analítica, teórica y conceptual, muchas veces elaborando mapas, cartografías, metáforas, el empleo de algunas metodologías cualitativas o cuantitativas, el acercamiento etnográfico. La parte empírica de los consumos culturales juveniles es la que parece estar atrás de las reflexiones discursivas.

Considerando lo anterior, hay dos observaciones importantes. Una, retomando las agendas pendientes señaladas por Reguillo, permanecen los retos importantes para hacer investigaciones, como es el caso de los grupos juveniles

integrados, considerando el factor género, regional, incluso las diferencias generacionales entre los jóvenes, y los mapas cognitivos, las experiencias y representaciones colectivas de los jóvenes. Por ejemplo, el entretenimiento y el tiempo de ocio, tanto en dimensiones y áreas más amplias, ya sea de lo urbano, como de lo mediático. Dos, que podría enriquecerse el diálogo de los estudios de la recepción con las culturas juveniles al trabajar con una dimensión más socioantropológica del joven, y de los estudios de las culturas juveniles con los estudios de la recepción para incorporar los procesos de apropiación de los espacios urbanos, la conformación de las subjetividades e identidades juveniles.

REFERENCIAS

- Aguilar, M.A, De Garay, A. & Hernández, J. (coordinadores) (1993). *Simpatía por el rock. Industria, cultura y sociedad*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- Analco, A. & Zetina, H. (2000). *Del negro al blanco. Breve historia del ska en México*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Barcelona: Paidós.
- Brunner, J. (2003). *Educación e internet. ¿La próxima revolución?* Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Brunner, J. (1999). *Globalización cultural y posmodernidad*. Chile: Fondo de Cultura Económica. Primera reimpresión.
- Cisneros, C. (2000). "Jóvenes ciudadanos: ¿realidad o ficción?", en Medina, Gabriel (compilador), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.
- Charles, M. & Orozco, G. (1992). *Educación para los medios. Una propuesta integral para maestros, padres y niños*. México: UNESCO, IKLCE.
- Charles, M. & Orozco, G. (coordinadores) (1990). *Educación para la recepción*. México: Trillas.
- Corona, S. (1989). *Televisión y juego infantil*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- Covarrubias, K. (1992). *¡Córrele que ya empezó...! Lo que hace la familia Velázquez cuando se involucra con las telenovelas*. Colima: Archivo Histórico del Municipio de Colima.
- Covarrubias, K., Bautista, A. & Uribe, A. (1994). *Cuéntame en qué se quedó*. México: Trillas y FELAFACS.
- Crovi, D. (1997). *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*. México: UNAM.
- De Garay, A. (2004). *Integración de los jóvenes en el sistema universitario. Prácticas culturales, académicas y de consumo cultural*. México: Ediciones Pomares.

- Evangelista, E. & León, A. (2000). *La juventud en la ciudad de México: políticas, programas, retos y perspectivas*. México: Dirección de programas para la juventud-Secretaría de Desarrollo Social.
- Feixa, C. (1998). *El reloj de arena. Culturas juveniles en México*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Feixa, C. Molina, F. & Alsinet, C. (editores) (2002). *Movimientos juveniles en América latina. Pachucos, malandros y punketas*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Fuentes Navarro, R. (2003). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*. México: ITESO.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. et al. (2005). *La antropología urbana en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- García Canclini, N. et al. (1998). *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Primera parte. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. et al. (1998^a). *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Segunda parte. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. et al. (1994). *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: IMCINE y CNCA.
- García Canclini, N. et al. (1993). *El consumo cultural en México*. México: CNCA.
- García Canclini, N. et al. (1991). *Públicos de arte y política cultural*. México: INAH y Universidad Autónoma Metropolitana.
- Giménez, G. (1999). "Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural". En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México: Universidad de Colima, Época II, Volumen V, No. 9.
- González, J. (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. México: Universidad de Guadalajara y Universidad de Colima.
- Instituto Mexicano de la Juventud (2002). *Jóvenes mexicanos del siglo XXI. Encuesta Nacional de la Juventud*. México, Instituto mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre la Juventud, Secretaría de Educación Pública.
- Jensen, J. (1998). "Interactivity". Tracking a new concept in media and communication studies", en *Nordicom Review*, 01.
- Martin Barbero, J. (1998). "Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad", en Cubiles, H., Lavarde, M., Valderrama, C. (editores), *"Viviendo a toda". Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Colombia: Siglo del Hombre Editores y Fundación Universidad Central.

- Martin Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Medina, G. (2000). “La vida se vive en todos lados. La apropiación juvenil de los espacios institucionales” en Medina, Gabriel (compilador), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.
- Medina, G. (2000a). *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.
- Mier, R. y Piccini, M. (1987). *El desierto de los espejos. Juventud y televisión en México*. México: Universidad Autónoma metropolitana Xochimilco y Plaza Valdez Folios.
- Michel, G. (1990). *Para leer los medios. Prensa, radio, cine y televisión*. México: Trillas.
- Nateras, A. (2005). “Estéticas corporales: tatuajes y perforaciones en jóvenes”, en *Contexturas*. Universidad Iberoamericana León, No. 17.
- Nateras, A. (Coordinador) (2002). *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa y Miguel Ángel Porrúa Editores.
- Nateras, A. (2002). “Las identificaciones en los agrupamientos juveniles urbanos: graffiteros y góticos”, en Chihu, Aquiles (coordinador), *Sociología de la Identidad*. Miguel Ángel Porrúa Editores, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.
- Navarro, R. (2000). “Cultura juvenil y medios”, en Pérez Islas, Antonio (coordinador), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre la Juventud.
- Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Colombia: Editorial Norma.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. España: Ediciones La Torre, Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1994). *Al rescate de los medios. Desafío democrático para los comunicadores*. México: Universidad Iberoamericana, Fundación Manuel Buendía.
- Orozco, G. (1991). *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México: Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales, No. 2.
- Orozco, G. (coordinador) (1992). *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. México: PROIICOM, Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 6.
- Orozco, G. (coordinador). *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México: PROIICOM, Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y prácticas Sociales, No. 4
- Pérez, J. A. (2001), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre la Juventud.

- Pérez, J. A. & Arteaga, M. (coordinadores) (2004). *Historias de los jóvenes en México. Su presencia en el siglo XX*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Pérez, J. A., Valdéz, M., Gauthier, M. & Gravel, P. (coordinadores) (2003). *Nuevas miradas a los jóvenes. México-Québec*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Piña, C. (2004). *Cuerpos posibles... cuerpos modificados*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Rasmussen, T. (2004). "On distributed society. The Internet as a guide to a sociological understanding of communication", en Liestol, G., Morrison, A. y Rasmussen, T. (editors), *Digital media revisited. Theoretical and conceptual innovations in digital domains*. U.S.A.: MIT.
- Rebeil, M.A. y Montoya, A. (1987). *Televisión y desnacionalización*. México: AMIC y Universidad de Colima.
- Reguillo, R. (2002). "'Cuerpos juveniles, políticas e identidad", en Feixa, C., Molina, F. y Alsinet, C., *Movimientos juveniles en América Latina. Pachuchos, malandros, punketas*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Reguillo, R. (2000). "Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", en Medina, Gabriel (compilador), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*. México: El Colegio de México.
- Reguillo, R. (2000a). *La emergencia de las culturas juveniles*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Reguillo, R. (1998). "El año dos mil, ética, política y estéticas: imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano", en Cubiles, H., Laverde, M. y Valderrama, C. (editores), *"Viviendo a toda". Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Universidad Central, Siglo del Hombre Editores.
- Reguillo, R. (1991). *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*. México: ITESO.
- Reguillo, R., Pérez, J.A., Valdéz, M., Feixa, C. & Gomez-Granell, C. (coordinadores) (2004). *Tiempo de híbridos. Entre siglos. Jóvenes. México-Cataluña*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Reguillo, R. y Feixa, C. (2004). "Overtura. Entre siglos", en Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C. y Pérez-Islas, J. A. (coordinadores), *Tiempo de híbridos. Entresiglos. Jóvenes. México-Cataluña*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Secretaría de Educación Pública, Secretaría General de la Juventud de Cataluña.
- Sánchez, E. (coordinador) (1989). *Teleadicción juvenil: ¿mito o realidad?* México: Universidad de Guadalajara.
- Soto, J. (2004). "De la cabeza a los pies. Las formas sociales del tacto y el contacto personal", en *Texto Abierto*. Universidad Iberoamericana León, No. 5.
- Stald, G. (2002). "'More research needs to be done'. Problems and perspectives in research on children's use of interactive media", en *Nordicom Review*, 1-2.
- Sunkel, G. (coordinador) (1999). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

- Trejo, R. (1991). *Ver pero también leer. Televisión y prensa: del consumo a la democracia*. México: Instituto Nacional del Consumidor y Editorial Gernika.
- Urteaga, M. (2000). "Formas de agregación juvenil", Pérez Islas, Antonio (coordinador), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre la Juventud.
- Urteaga, M. (1998). *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Urteaga, M. & Feixa, C. (2005). "De jóvenes, músicas y las dificultades de integrarse", en García Canclini, N. (coordinador), *La antropología urbana en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Valenzuela, J. M. (coordinador) (2003). *Los estudios culturales en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Valenzuela, J. M. (1998). *Vida de barro duro. Cultura popular juvenil y graffiti*. México: Universidad de Guadalajara y Colegio de la Frontera Norte.
- Valenzuela, J. M.. *¡A la brava ese!* México, Colegio de la Frontera Norte.
- Vega, A. (2006). "De cerca: una mirada al análisis de la recepción y los estudios de audiencia en México", en Martell, L., Rizo, M. y Vega, M., *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina. Tomo II*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Wartella, E. (2002). "New generations-new media", en *Nordicom Review*, 1-2.