

Lo histórico y lo biográfico en lo mediático juvenil (transformaciones en la cultura, fans e individuaciones juveniles)

*Héctor Gómez Vargas**

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, CAMPUS LEÓN

Resumen: Este documento es una síntesis de la experiencia biográfica de algunos jóvenes en la ciudad de León, Guanajuato, que se autodefinen como *fans* de algún producto mediático, con miras a acceder y entender parte de los procesos de transformación de los entornos urbanos, las culturas mediáticas, la configuración de las subjetividades juveniles. Se asume que estas exploraciones son los antecedentes de lo que se ha venido denominando como los “nativos digitales”, pero igualmente, de una generación que comienza a moverse por dinámicas “no locales” dentro de una cultura situada como la local.

Palabras clave: consumos mediáticos juveniles, jóvenes, fans, biografías mediáticas, ciudad.

Abstract: The present paper is a synthesis of the biographical experience of some youngsters of the city of Leon, Guanajuato, who define themselves as fans of some mediatic product, aiming to access and understand a part of the urban environment transformations, mediatic cultures and the configuration of juvenile subjectivity. It is assumed that these explorations are the background of what has been denominated "digital natives", but likewise, of a generation that has begun to move on "non local" dynamics within a situated culture like the local one.

Keywords: *youth media consumption, young, fans, mediatic biographies, city.*

* Doctor en ciencias sociales por la Universidad de Colima. Académico de tiempo completo de la Universidad Iberoamericana Campus León. Correo electrónico: hector.gomez@leon.uia.mx

I. HACIA LOS MUNDOS JUVENILES

El antecedente inmediato para estudiar a los jóvenes y las culturas mediáticas fue un proyecto de investigación que se centraba en las culturas locales de México, sus transformaciones a partir de la globalización y el papel desempeñado por los medios de comunicación, en particular el cine.¹

Al dirigir la mirada hacia la ciudad, se encontró que su articulación con los jóvenes y los medios de comunicación permiten entender algunas de sus transformaciones y las dinámicas de estructuración que han venido formando parte de la vida social cotidiana de sus habitantes (Bourdin, 2007). A partir de ello se tomó la decisión de trabajar el vínculo de los jóvenes con las culturas mediáticas a través del proyecto “Gente joven, mundos mediáticos y ambientes culturales”, articulando tres líneas de investigación: La ciudad y experiencias cotidianas de los jóvenes; los entretenimientos juveniles, biografías y mundos mediáticos juveniles. Con el proyecto se apostó a trabajar con los nuevos ambientes culturales (Morley, 1998) que se viven en la ciudad para explorar parte de las transformaciones culturales que se están dando, la manera cómo se constituyen y relacionan los sujetos, las lógicas de percepción y de movilidad espacial (Harvey 1993), la conformación de sus subjetividades (Dubet y Martucelli, 1998; Sibilía, 2008).

Partiendo de una perspectiva sociocultural (Giménez, 2007), y tomando en consideración algunos de los estudios de los consumos mediáticos juveniles (Livingstone, 2003; Buckingham, 2005; Urresti, 2008), así como de la convergencia de medios de comunicación (Jenkins, 2009) una serie de supuestos han orientado tanto los objetivos de la indagación como las decisiones sobre los procedimientos metodológicos y técnicos para el trabajo de campo. Algunos de ellos son:

Primero. Universos mediáticos juveniles. La dinámica de la cultura mediática ha modificado los sistemas de medios de comunicación tradicionales por la presencia de los medios de información y de comunicación digitales, interactivos y móviles (Alberich y Roig, 2005; Igarza, 2008), por lo cual se puede observar su presencia a nivel ecológico en lo social, la ampliación de sus ofertas mediáticas, y que en gran parte se han desarrollado teniendo como objetivo integrarse a la vida de la gente joven (Buckingham, 2008).

¹ Gómez Vargas, Héctor (2004). Todas las mañanas del mundo. Transformaciones en la cultura local y medios de comunicación. La experiencia de las mujeres con el cine en la ciudad de León, Guanajuato (1955-1975). Tesis de doctorado, Universidad de Colima, México.

Segundo. Mundos sociales. El mundo social en que viven los jóvenes también se ha modificado. Esto se puede ver por lo menos en dos niveles: los espacios por los que se mueven de manera prioritaria en su vida cotidiana; los campos culturales en los cuales se desarrolla la vida social colectiva (Rey, 2008). Ambos entornos se vinculan con otros dos procesos que se viven en la ciudad: Los procesos de descentramiento, desespacialización, desarraigo, como parte de las nuevas formas de habitar la ciudad (Martín Barbero, 2008); los procesos de individuación que afectan las narrativas biográficas de sus habitantes (Sennett, 2006).

Tercero. Los jóvenes, mundos sociales. Un punto de partida para acceder a las realidades de los jóvenes es la travesía por distintas fases en la adolescencia (Bonfadelli, 1993). Pero la vida del joven no sólo es una etapa, sino una trayectoria por algunos mundos sociales y mediáticos (Guzmán Gómez y Saucedo Ramos, 2007), por los procedimientos de conformación de las subjetividades de los jóvenes (Beck y Beck-Gernsheim, 2008), y por los procesos de identificación con lo colectivo y lo simbólico (Maffesoli, 2007).

Cuarto. Los jóvenes, universos mediáticos. Con la introducción de la computadora, el internet, y los distintos soportes digitales e interactivos, las formas de concebir y estudiar la recepción y el consumo de medios se han alterado. La conformación ecológica de los medios se mueve por nuevas dinámicas debido a la convergencia tecnológica, con lo cual se accede a ellos por vías y procedimientos transmediales (Burgués y Green, 2009). Ante ello, una propuesta de investigación es la que realiza Silvia Livingstone (2002) quien opta por abordarlo por los ambientes, los entornos y los contextos que se generan a partir del vínculo de los sujetos con los medios, los nuevos y los tradicionales (Gil y Vallllovera, 2006; Morduchowicz, 2008).

El proyecto de investigación se ha venido realizando siguiendo una lógica abierta de acercamientos que facilite, desde diferentes ángulos, integrar varias dimensiones de las realidades juveniles, su vínculo con lo mediático, recurriendo a diversas metodologías y técnicas de recolección de información (encuesta, etnografía, entrevista a profundidad, historia de vida, análisis textual, historiografía, revisión bibliográfica y hemerográfica).

Lo que se presenta a continuación es una síntesis de un primer acercamiento con algunas biografías de jóvenes y trabajos etnográficos en sus entornos familiares. Ambos permitieron observar varios elementos y contextos de algunas realidades juveniles en la ciudad de León. A lo largo de este trabajo de indagación fuimos comprendiendo que la revisión histórica y biográfica nos colocaba en el umbral para entender dos procesos: Los entornos desde los cuales la ciudad, como una cultura local

y situada históricamente en el tiempo y en el espacio, algunos de los rasgos de la cultura no local que dinamizan procesos transculturales,² así como los contextos y ambientes culturales a partir de los cuales comienzan a moverse y a constituir un tipo de subjetividad las nuevas generaciones de jóvenes, aquellos que se les ha venido denominando con distintos nombres, como “nativos digitales”, “generación net”, “generación next”, y otros más.

II. LO HISTÓRICO JUVENIL

La emergencia de las culturas juveniles es un fenómeno cultural porque marca una serie de diferenciaciones que se materializa en el espacio, que puede ser representado con la metáfora de Georg Simmel (2001) del puente y la puerta, es decir, una articulación variable en el tiempo para la organización de la vida social en lo espacial.

Por su parte, el elemento temporal actúa mediante dos vectores: Aquel que se mueve a través de lo histórico y permite recuperar las trayectorias de los jóvenes en la ciudad hasta que llega a un punto donde el presente parece abrirse y dividirse continuamente; pero también aquel que se desarrolla a través por una configuración de información en cada momento, el instante, donde el tiempo y el espacio se unifican y proceden mediante pautas constructivas.³

Mediante el primer vector del tiempo es posible entender que las culturas juveniles son una construcción social e histórica, y la sucesión en el tiempo se puede observar en la manera cómo se ha transformado su contexto social y simbólico, la producción de subjetividades concretas y variables, que se manifiestan en algunos rasgos como las generaciones, los estilos de vida, la cotidianeidad, que permiten ubicar la trayectoria por la cual se va desplegando un orden sociocultural con una tendencia a la diversidad y a la multiplicidad.

Desde el segundo vector, las cosas cambian porque ya no es únicamente entender a los jóvenes en un contexto, sino cómo se configura un ambiente

² Para una revisión de lo transcultural y los jóvenes, se recomienda la ponencia de Matt Hills, *Transcultural otaku: Japanese representations of fandoms and representation of Japan in anime/manga fan cultures*, presentada en el Simposium *Media and transition 2: Globalization and convergente*, en el MIT del 10 al 12 de mayo de 2002. Consultado el 3 de diciembre de 2009. Bajado de: web.mit.edu/cms/Events/mit2/abstracts/MattHillspaper.pdf

³ Para una revisión de lo temporal en lo social, sus diferentes configuraciones, se recomienda revisar Elías, 1982; Maffesoli, 2007; Sibilia, 2008.

que se desarrolla por procesos de estructuración a través de continuas reorganizaciones en lo biográfico, como parte del proceso de individuación de los jóvenes a partir de la experiencia con lo mediático, que se manifiesta por la conformación de una narrativa que se configura como un conocimiento distribuido en un tiempo histórico-cultural, la ontogenia generacional y los procesos varios de microgénesis (Cole y Engeström, 2001).

Para entrar al primer vector del tiempo es necesario considerar la relación de la ciudad y de los jóvenes en el tiempo y en el espacio, las variaciones que ha tenido a lo largo de la historia. Una forma de acercarse a estos procesos es a partir de señalar los tipos de ciudad que se han gestado. Se propone el siguiente acercamiento:

CUADRO 1
Fases y tendencias en la ciudad de León, Gto.

ETAPA:	TIPO CIUDAD:	TENDENCIA CIUDAD:	ESPACIO:
Hasta 1930	Histórica	Ontológica	Centro y alrededores
1930-1960	Industrial	Funcional	Centro y periferia
1940-1980	Mediada	Funcional	Centro y periferias
1980-1990	Internacional	Relacional	Renovación del centro, expansión y diversificación de las periferias.
1990-en adelante	Multicultural	Relacional	Regionalización de la ciudad por territorios. Conexión de las periferias.

Fuente: Elaboración propia a partir de: García Canclini, 1997; Gergen, 1997; Reguillo y Godoy, 2005; Giddens, 1995; Debray, 1994.

Al tener en cuenta esos entornos y fases temporales, es posible observar algunas de las variaciones que se han dado en los entornos urbanos y que tienen incidencias importantes en cuanto a la conformación de los jóvenes en la ciudad, principalmente a partir de un segundo momento, que inicia en la década de los cincuenta del siglo XX, cuando la mancha y la infraestructura urbana se alteran, se expanden y, por tanto, la vida cotidiana, las prácticas culturales, los procesos de conformación de subjetividades.⁴

⁴ En este punto, nos inspiramos en libros como los de Richard Sennett (2007) y Raymond Williams (2001).

Si bien hay antecedentes importantes que provienen desde finales del siglo XIX, los jóvenes adquieren un primer rasgo de empoderamiento juvenil al tornarse socialmente visibles y diferentes al resto de la población: la importancia y la necesidad de su autodefinición y autolegitimación como joven, y esto en sí mismo produjo una división en las estructuras sociales y en las configuraciones simbólico colectivas de la ciudad, porque trazaban nuevas líneas en los procesos de individuación a las formas tradicionales como se había realizado anteriormente.

Una breve representación de lo anterior se puede encontrar en el siguiente cuadro:

CUADRO 2
Los jóvenes en la ciudad de León a lo largo del siglo xx

DÉCADA	JÓVENES	MEDIOS:	VISUAL:
50	Rebelde sin causa	Radio, cine, televisión, discos de vinil.	Cine
60	Pandilleros, hippies	Televisión vía satélite, radio, cine, discos de acetato.	Televisión
70-80	Chavos banda, chavos disco	Televisión, radio, cine, cassettes, CDs, videojuegos.	Televisión
90	Punks, skatos, cholos, metaleros, ravers, góticos, fans, etc.	Televisión por cable y sistema de paga, video, internet, celulares, videojuegos.	Video, imagen digital
2000	Emos, otakus, reggetoneros, cosplay, bloggers	Internet, MP3, videojuegos, comunicación móvil	Video digital, anime

Fuente: Elaboración propia a partir de: García Canclini, 1997; Gergen, 1997; Reguillo y Godoy, 2005; Giddens, 1995; Debray, 1994.

A los vectores del tiempo, corresponden espacialidades que se van abriendo y diversificando, que hacen emerger a una nuevas experiencias temporales, entre ellas, un crecimiento de dinámicas translocales (Reguillo y Godoy, 2005), una sociabilidad que se desenvuelve a partir de pautas generacionales, de agrupamientos colectivos que habitan los espacios urbanos y los mundos mediáticos, a la manera de suburbios, territorios temporalizados por aquello a lo que se accede, vincula y simboliza (Morley, 2008).

La presencia de los jóvenes en la ciudad fueron una primera tendencia unitaria que se prolongó hasta parte de la década de los ochenta, en

cuanto que la presencia de los rebeldes sin causa, los hippies y los chavos banda, manifestaban un intento por afirmar su individualidad y autonomía grupal a través de una serie de elementos de corte clasista, una confrontación en lo ideológico, en momentos donde lo comunicativo estaba predominantemente centrado en lo visual de la televisión, así como la importancia que tenían para ellos la industria musical, a través de la radio y los discos de vinil.

Pero a partir de la década de los noventa los contextos fueron otros. Ya no era una condición juvenil unitaria, sino múltiple, fragmentada, cambiante. Si bien siguió presente la tendencia de la búsqueda de una individuación y autonomía colectiva de corte clasista e ideológica en muchos casos, igualmente comenzó la tendencia de hacerlo por vía de los procesos de individuación juvenil, es decir, ser joven a través de la autoafirmación por pertenencia a un estilo de vida, donde el cuerpo, el entorno y las interacciones sociales fueron dispositivos comunicativos de cosmovisiones, deseos, afiliaciones, sensibilidades (Maffesoli, 2004).

Los referentes y ámbitos comunicativos igualmente se expandieron y diversificaron, la imagen digital e interactiva se instaló como la predominante, la presencia de pantallas varias (televisión de aire, de paga y restringida, consolas de videojuegos, computadoras, celulares, agendas electrónicas, etcétera), por las cuales se amplió su experiencia con los mundos mediáticos, una ecología de medios de comunicación muy diferente a cuando únicamente se hacía a través de la televisión, el cine o la industria musical.⁵

III. LO BIOGRÁFICO Y LO MEDIÁTICO

Una forma de acceder a la manera cómo los jóvenes comenzaron a entrar a los mundos mediáticos fue a través de lo que se denominó “biografías mediáticas”, con lo cual se pretendía explorar los contextos de la ciudad, el tránsito de la infancia a la adolescencia, que fueron pautando cierto tipo de entrada y de experiencia con la cultura mediática.

Un elemento que facilitó trabajar con el material biográfico fue el fenómeno de los *fans* que se estaba comenzando a manifestar en la ciudad, porque se consideró que a partir de las biografías mediáticas de jóvenes que se asumían *fans* de algún producto de la cultura mediática (Star Wars, Harry Potter, El Señor de los Anillos, etcétera), era posible acercarse a la

⁵ Para tener una imagen del desarrollo de los medios de comunicación y su paso a lo digital e interactivo, se recomienda el libro de Diego Levis (2009), y el libro coordinado por Mario Carlón y Carlos Scolari (2009).

relación que han tenido con el consumo de medios, el conocimiento que han desarrollado sobre los universos mediáticos, a lo largo de su proceso de individuación como joven (Hills, 2002; Brooker, 2002).

En varios casos, ser consciente de que se es fanático de un producto mediático representa un acto de afirmación de sí mismo y un proceso de diferenciación de su vida y de su entorno, un evento que será importante en la constitución de su subjetividad (Jenkins, 2009a). Se puede vivir como un momento que “marca” o como un proceso en el cual se va introduciendo hasta que se ve inmerso en él. En ambos casos, es el resultado de varios procesos y contextos que se van tejiendo, e implica una serie de relaciones con diferentes grupos sociales, con quienes siente compatibilidad en los mismos intereses, comparten experiencias y referentes simbólicos diversos, que se constituyen en una estructura sensible con la que se identifican, se reconocen y se vinculan.

Un elemento importante es el entorno desde el cual los fanáticos vivieron sus vidas y comenzaron a generar un tipo de historia y experiencia con la cultura mediática. Todos los jóvenes con quienes se trabajó nacieron en la década de los ochenta y ese fue parte de los contextos en los cuales nacieron y crecieron. En ello hubo tres procesos básicos e interrelacionados:

- Los procesos de transformación que se vivían en el país y que se manifestaban en las alteraciones del metabolismo, de las dinámicas y equipamientos para el consumo en muchas ciudades en México. Momentos en los que el país se abría a un nuevo tipo de economía, la internacionalización de los mercados, la ampliación de la industria de la cultura, la introducción en los hogares de nuevas tecnologías de información y de comunicación, así como de nuevos soportes de reproducción en distintos formatos de productos y bienes simbólicos mediáticos.

- Los procesos de transformación de la vida familiar y el equipamiento tecnológico en el hogar. Esto conlleva tanto el proceso por el cual las familias y sus dinámicas se fueron modificando durante la infancia de los fanáticos, así como la capacidad y actitud de la familia por equipar el hogar con tecnología de información y de comunicación en las casas, y bajo esos entornos cambiantes, los hijos crecieron con determinada ecología de medios (televisión abierta, equipos de sonido, videocassetera).

- Los tránsitos de la infancia a la adolescencia y su vínculo con la cultura mediática a través del equipamiento tecnológico en el hogar. En la mayoría de los casos que se trabajó, la televisión abierta era el principal vínculo de los niños con lo mediático, aquél que provenía por la programación infantil, principalmente las caricaturas y las películas, que se complementaba en las casas donde se tenía videocassetera. Esto se modificó cuando se accedió a televisión de paga y se introdujo en la casa el DVD: además de la ampliación

de la oferta televisiva, se procedió a un tipo de televidencia distinto, pues los niños comenzaron a observar otro tipo de productos, a seleccionar aquello que les interesaba más, a coleccionar películas, series de televisión.

La mayoría de los jóvenes entrevistados reconocieron que su afición a un mundo mediático es recordado como un momento en el cual muchas cosas en su vida, o en su forma de ver al mundo, cambió. Un *fan* lo sintetizó al expresar que fue una “experiencia que marca” en la adolescencia. Esto no significa que antes no habían tenido contacto con productos mediáticos, al contrario, en la mayoría de los casos crecieron inmersos en ellos a través de la televisión, el cine, las revistas, pero era aquello que los padres les proveían o facilitaban. Más adelante, cuando tuvieron la capacidad de elegir lo que querían ver y hacer, marcó una serie de distinciones y alejamientos con los miembros de su familia: Los gustos fueron pautas de diferenciación por donde su individualidad iba ganando autonomía.

Una primera manifestación del interés por esos mundos mediáticos fue el coleccionismo, que no sólo serían las marcas de su interés y sus procesos de identificación, igualmente de una trayectoria personal a lo largo del tiempo dentro de esos mundos.⁶ El coleccionismo puede ser visto como una estrategia del mercado para mantenerlos cautivos dentro de un sistema de objetos simbólicos (Baudrillard, 2007), pero desde la perspectiva de la vida de los *fans*, como *fans*, es un recurso permanente para expandir un vínculo emocional con algo que ha sido importante en la conformación de su subjetividad, y retornar a momentos fundacionales de su vida emocional que los liga a algo o a alguien, que los religa a una experiencia individual (Jenkins, 2009a; 2008; Maffesoli, 2001).

En algunos casos, la experiencia coincide con el paso de la infancia a la adolescencia, y eso implicó realizar una especie de diferenciación con lo que se vivía en la niñez en relación con lo que llegaron a vivir como adolescentes porque, por un lado, los contextos y los mundos de la infancia cambiaron, y por otro lado, porque su actitud con lo mediático se dinamizó de manera particular: No sólo porque hubo cambios en los contenidos de los productos mediáticos, sino igualmente por un crecimiento en la exposición a otros productos a través de dispositivos tecnológicos, como una práctica ampliada para acceder a sus aficiones de acuerdo con sus gustos y aficiones particulares.

Esto significa que el niño o el adolescente cobró cierta autonomía para gestionar con los padres la adquisición de un soporte tecnológico para entrar en esos mundos (videojuegos, computadora, DVD), y para adquirir

⁶ Para una revisión de la importancia del coleccionismo, recomendamos el libro de Giorgio Agamben (2006), particularmente el capítulo, “Freud o el objeto ausente”.

los objetos de la colección (libros, muñecos, ropa, etcétera), pero también porque en algunos casos ellos mismos pudieron adquirirlos con sus propios recursos. En ambos casos, se fue conformando la distancia, entre otras, de los cambios en las narraciones, las estéticas, los géneros, que se vivían en “familia” a los que comenzaron a disfrutar por sí mismos y a compartir con los amigos.

Para algunos aficionados de *Star Wars*, la estética y el realismo de las imágenes los trasladó para entrar a otro mundo de lo posible. Para los de *Harry Potter*, saber de que hay otros mundos más allá de los muggles fue algo similar, al igual que el mundo de los elfos, los orcos, los urukai, los enanos, de *El Señor de los Anillos*. En los tres casos, era un mundo por explorar, pues los creadores habían fundado un mundo nuevo, con algunas historias oficiales, pero dejaba de lado muchas cosas por descubrir. En términos de los fans de *Star Wars*, era ser parte de la creación de los “universos expandidos”. Como lo dijo una fanática de *Star Wars*, lo importante no era la historia en sí misma, sino el fondo, lo que está más profundo y sostiene a la historia, lo que abre como posibilidad y que el fanático tiene que descubrir.

En ese punto no sólo fue entender que se había pasado de una etapa a otra, sino que debía comenzar una nueva forma de ser, y es por ello que otro elemento importante de los momentos que los marcaron, es que propició una actitud diferente ante lo mediático. Una joven fanática expresó que haber entrado a los libros y a las películas de *Harry Potter* y de *El Señor de los Anillos*, la habían llevado a ser una “espectadora activa” porque, a partir de entonces, se abocó a conocer tanto lo que había en los libros, como a estudiar literatura y apreciación de cine. Un joven fanático de *El Señor de los Anillos* sintetizó su experiencia diciendo que a partir de haber leído los libros, a la par que veía las películas, le había llevado a entender su vida, su mundo y lo que sucede con la gente, que desde ese momento su relación con el cine era un “cine por socialización”.

En muchos casos, la entrada a esos mundos los llevó a otro proceso nuevo: La ampliación de sus redes sociales con diversas comunidades de fanáticos con quienes se encontraban a través de lo virtual (*Messenger*), en espacios urbanos particulares (la escuela, cafeterías, casas de alguno de ellos, el cine, lugares en la ciudad para comprar películas, animé, jugar rol o cartas de combate), o en eventos especiales como los congresos de fanáticos de *Star Wars*, del cómic y del animé, de otakus, y otro más.

Pero entrar en esos mundos no sólo fue el paso de la infancia a la adolescencia, sino que hubo otros factores, y para ello es necesario entender algunos entornos de la transición.

Sus primeros contactos con lo mediático fue a través del cine, la televisión o los videos, los cuales eran parte de las rutinas familiares o de la convivencia con amigos, siendo las caricaturas y los productos infantiles (películas de Walt Disney, caricaturas de Hanna-Barbera, Warner Brothers) los que más les atraía. Otro elemento presente eran las revistas y los discos de música que les compraban porque era para niños. En algunos casos, tuvieron las primeras consolas de videojuego de Atari. Un punto en el cual se percibe los antecedentes de algunas transiciones es el gusto por determinadas series que veían en la televisión, en particular *He Man*, *Thundercats*, *Candy-Candy*, *Los Caballeros del Zodiaco*, que veían en la televisión abierta, o por la renta de videocasetes. Para sus padres, eran caricaturas, como una variación del Pájaro Loco, Don Gato y su pandilla, *Los Picapiedra*, que habían visto en su adolescencia, pero para los hijos era entrar a un mundo que los marcó.

Las circunstancias cambiaron con la adolescencia. La casa se convirtió en un mundo dual: Por un lado, fue abandonada para ir con los amigos o acudir a hacer algún tipo de ejercicio o deporte, pero por el otro lado fue el epicentro del contacto y de convivencia con los amigos, o de la ampliación de su mundo personal, por su relación con los mundos mediáticos a través de varias innovaciones en el hogar: La introducción de la televisión de paga y de las consolas de videojuegos, la sustitución de la videocassetera por el DVD, la llegada de la computadora y el acceso a internet, a partir de lo cual comenzaron a buscar información, bajar música, videos, documentos, y a estar en permanente contacto con amigos, desconocidos y comunidades “por afición”.

Esto se reflejó en dos cosas: El cambio en el tipo de programas de televisión y de caricaturas que comenzaron a ver. El paso de las caricaturas estadounidenses de los setenta a las producciones japonesas del animé, y de series de televisión que sentían como más cercanas a ellos. En la mayoría de los casos señalan que el “factor” de *Los Simpson* fue determinante en sus gustos y en el tránsito hacia otro tipo de series televisivas, así como el hecho, de quienes la vieron, la serie de anime, *Evangelión*.

Como se dijo anteriormente, la vivencia de los *fans* de algunos productos mediáticos dan cuenta de un entorno y de algunos procesos que implican alteraciones más amplias: Las transformaciones en la ciudad, del tipo de equipamiento urbano como ofertas culturales para el desarrollo de un tipo de experiencia y de vida social; alteraciones en las instituciones básicas como la familia, la escuela, la diversión, las maneras de estar juntos; la llegada y modificación de una diversidad de ofertas mediáticas y espaciales para la presencia de los jóvenes, dentro de las cuales no sólo se favorece la constitución de una cotidianeidad vinculada con estilos de vida particulares.

IV. CONCLUSIONES

La presencia generalizada de las tecnologías de información y de comunicación en las ciudades del país se remite a un poco más de dos décadas, lo cual quiere decir en términos de la historia un lapso de tiempo muy corto. La cuestión es que su presencia no se ha dado dentro de una temporalidad de continuidad lineal, sino más bien dentro de un ritmo de corte fractálico, es decir, una continua onda de trayectorias cíclicas, rizomáticas de progresión orgánica que contiene su propia temporalidad y se abre a una serie de continuidades y discontinuidades.

Es por ello que en unas cuantas décadas su presencia se ha generalizado y se ha ido constituyendo en parte de la vida social y cotidiana, en la manera como se construye socialmente la realidad (Vizer, 2003). La cultura mediática ha dejado de ser un producto y una mediación de la modernidad y de la posmodernidad, para ser un elemento que constituye la experiencia posmoderna o hipermoderna (Lipovetsky y Serroy, 2009: 28).

El consumo de cultura permite entender los nuevos entornos urbanos y las culturas juveniles son una forma de acceder a lo que se está moviendo y se está impulsando hacia distintos órdenes en la ciudad, y marca la ruptura y transición mediológica que se ha venido gestando y está en proceso (Alonso, 2006).

Dentro de los estudios de las culturas juveniles, de los nuevos medios de comunicación, de las ciberculturas, se ha venido expresando que muchos de los jóvenes en la actualidad, aquellos que nacieron a partir de la década de los noventa, son la primera generación que crecieron dentro de una ecología de medios digitales e interactivos, y a esos jóvenes se les concibe como la generación *net*, la generación *Messenger*, los “nativos digitales”, pero a la llegada de esta nueva generación se le ha de considerar que lo hace dentro de una cultura situada en el tiempo y en el espacio, donde se ha configurado una constelación de generaciones previas, los pioneros en el acceder a los espacios y universos simbólicos de una cultura local no situada, quienes crecieron en una zona de transformaciones varias, las cuales nos dan algunas pistas de las tendencias desde donde los “nativos digitales” comienzan a moverse.

Es por ello que parte de lo que ha investigado se ubica en la antesala para explorar estos nuevos entornos sociales, culturales y mediáticos, porque ha permitido estudiar tanto a la ciudad como a una generación de jóvenes que son los antecedentes inmediatos a los nativos digitales que se están haciendo visibles y presentes en diversos entornos de la ciudad.

FUENTES REFERENCIALES

- Agamben, Giorgio (2006). *Estancias. Las palabras y el fantasma en la cultura occidental*. Valencia, Pre-Textos. Segunda reimpresión.
- Alberich, Jordi & Roig, Antoni (coordinadores) (2005). *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona, Editorial UOC.
- Alonso, Luis Enrique (2006). *La era del consumo*. Madrid, Editorial Siglo xx.
- Baudrillard, Jean (2007). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid, Siglo XXI.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elizabeth (2008). *Generación global*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Bonfadelli, Heinz (1993). Adolescent media use in changing media environment, en *European Journal of Communication*, vol. 8., núm. 2, June.
- Bourdin, Alain (2007). *La metrópoli de los individuos*. México, Universidad Iberoamericana Puebla, ITESO, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Brooker, Hill (2002). *Using the force. Creativity, community and Star Wars fans*. New York, Continuum.
- Buckingham, David (2005). *The media literacy of children and young people: A review of the literature*. London, Centre for the Study of Children Youth and Media Institute of Education, University of London.
- (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires, Editorial Manantial.
- Burgess, Jean & Green, Oshua (2009). *Youtube. Online video and participatory culture*. USA. Polity Press.
- Carlón, Mario & Scolari, Carlos (editores) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, La Crujía.
- Cole, Michael & Engeström, Yrjö (2001). Enfoque histórico-cultural de la cognición distribuida, en Salomón, G. (compilador), *Cogniciones distribuidas. Consideraciones psicológicas y educativas*. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.
- Debray, Régis (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Dubet, François & Martucelli, Danilo (1998). *En la escuela. Sociología de la experiencia escolar*. Barcelona, Editorial Losada.
- Eliás, Norbert (1982). *La sociedad cortesana*. México, Fondo de Cultura Económica.

- García Canclini, Néstor (1997). *Imaginario urbanos*. Buenos Aires. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Gergen, Kenneth (1997). *El yo saturado*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Giddens, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Editorial Amorrortu.
- Gill Juárez, Adriana & Val-Ilovera, Montse (2006). *Jóvenes en cibercafés: La dimensión física del futuro virtual*. Barcelona, Editorial UOC.
- Gimenez, Gilberto (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México, CNCA-ITESO.
- Gomez Vargas, Héctor (2004). *La ciudad y la furia. Hacia una cronología sociocultural de León*. México, Universidad Iberoamericana León.
- Guzman Gómez, Carlota & Saucedo Ramos, Claudia (coordinadoras) (2007). *La voz de los estudiantes. Experiencias en torno a la escuela*. México, Ediciones Pomares.
- Harvey, David (1993). From space to place and back again: Reflections on the condition of postmodernity, en Bidr, J., Curtis, B. (editors), *Mapping the futures. Local cultures, global change*. London, Routledge.
- Hills, Matt (2002). *Fan cultures*. London, Routledge.
- Igarza, Roberto (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía.
- Jenkins, Henry (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago, The Mackartur Foundation.
- _____ (2009a). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona, Editorial Paidós.
- _____ (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Levis, Diego (2009). *La pantalla ubicua*. Buenos Aires, La Crujía. 2ª edición ampliada.
- Lipovetsky, Pilles & Jean Serroy (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona, Editorial Anagrama.
- Livingstone, Sonia (2002). *Young people and new media*. London, SAGE.
- Livingstone, Silvia (2003). *The changing nature and uses of media literacy*. London, Media@lse London School of Economics and Political Science. Medi@lse Electronic Working Papers, núm. 4.
- Maffesoli, Michel (2001). *El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades postmodernas*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- _____ (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México, Editorial Siglo XXI.

- _____ (2007). *En el crisol de las apariencias*. México, Editorial Siglo XXI.
- Martin Barbero, Jesús (2008). El cambio de la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades, en Morduchowicz, R. (coordinadora), *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de socialidad*. Buenos Aires, Editorial Gedisa.
- Morduchowicz, Roxana (2008). La relación de los jóvenes y las pantallas, en Morduchowicz, R. (coordinadora), *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de socialidad*. Buenos Aires, Editorial Gedisa.
- Morley, David (2008). *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona, Editorial Gedisa.
- _____ (2005). Pertenencias. Lugar, espacio e identidad en un mundo mediatizado, en Arfuch, L. (compiladora), *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- _____ (1998). El postmodernismo: Una guía básica, en Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. (compiladores). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Reguillo, Rossana & Godoy, Marcial (editores) (2005). *Ciudades translocales: espacios, flujo, representación*. México, ITESO y SSRC.
- Rey, Germán (2008). *Las tramas de la cultura*. Colombia, Convenio Andrés Bello.
- Sennett, Richard (2006). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Editorial Anagrama. Novena edición.
- _____ (2007). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización Occidental*. Madrid, Alianza Editorial. Tercera reimpresión.
- Sibilia, Paula (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Simmel, Georg (2001). *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona, Editorial Península.
- Urresti, Marcelo (2008). Introducción: Las preguntas de una investigación colectiva, en Urresti, M. (editor), *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires, La Crujía.
- Vizer, Eduardo (2003). *La trama (in) visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires, Editorial La Crujía.
- Williams, Raymond (2001). *El campo y la ciudad*. Buenos Aires, Editorial Paidós.