



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

“El friki yucateco ante el friki de la *cultura mainstream*”.

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

PRESENTA

Nadiezhda Palestina Camacho Quiroz

Tutora: Dra. Martha Regina Jiménez y Castilla-Ottalengo

Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

México, D. F., octubre de 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México, por la oportunidad de formarme, tanto académica como humanamente, dentro de sus aulas.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, porque sin la beca que me fue otorgada, esta tesis no hubiera sido posible.

A la Dra. Regina Jiménez Ottalengo, por su inmejorable guía, consejos y seguimiento, pero sobre todo por su fe en mí como ser humano y en mis capacidades como investigadora.

Al Dr. Fernando Ayala Blanco, por sus invaluable asesorías, así como por la oportunidad de participar en el Seminario Permanente “Arte, Poder y Hermenéutica” de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

A los profesores del Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por todas y cada una de sus enseñanzas.

A Román Vázquez Choreño, por ser el ángel guardián de los alumnos del Posgrado, siempre sonriente, dispuesto a ayudarnos en lo que se ofreciera.

A Fer, K, Charles, Jo, Sora, Maik, Raúl, Hoil, Aii & Joy, por permitirme conocer un poco de aquello que les da tanto sentido y significado.

A Manuel Guillermo Chen Cruz, Christian Pachecho Quijano, Fermín Flores Quiroz, Catalina Herrera, Tenoch Meneses Turriza, Edgardo De la Cruz Moreno, Miguel A. Civeira González, Raúl A. Pérez Navarrete y Wilberth Novelo Campo, por su tiempo y valiosa aportación a este trabajo.

A mi madre, el faro guía y muchas veces, motor, de esta incipiente navegante.

A mi padre, por enseñarme a pensar de manera crítica y a evitar el camino de la mediocridad.

A mis compañeros y amigos, por no permitirme tirar la toalla cada vez que sentía que el monstruo-tesis se me escapaba de las manos.

¡Muchas gracias!

ÍNDICE

Introducción, 4

CAPÍTULO I: La 'subcultura friki' frente al friki de la 'cultura *mainstream*', 12

- ¿Quién es el friki?, 12
- ¿Cómo se constituyó la 'subcultura friki'?, 19
- ¿La 'subcultura friki' convertida en 'cultura *mainstream*'?, 27

CAPÍTULO II: El 'fenómeno friki' en Yucatán: hacia una reconstrucción, 35

- De la subcultura friki mexicana al fenómeno friki en Yucatán, 36
- La llegada de los cómics, *mangas* y *fanzines* a México, 42
- Breve historia de la historieta mexicana contemporánea, 48
- Las primeras convenciones frikis en México, 51
- Una experiencia de vida friki, 55
- De una reunión de unos cuantos frikis en una cafetería de Mérida a la consolidación de las Convenciones de *anime*, *manga* y videojuegos: *Senka* y *Tsunami*, 68
- *Azimuth*: La primera revista de historietas 100% yucateca, 74
- ¡Siempre he querido ser un *Gangre!*: Breve historia de los jugadores de Rol en Mérida, 79
- *Cosplayers* en Yucatán, 82
- La necesidad de un Coloquio del Cómic en Mérida, 90
- La historia de *Los UxS Maid Café*: Una cafetería para todos los gustos, 93

CAPÍTULO III: Metodología y Análisis de Resultados, 99

- Metodología, 99

- Análisis e interpretación de resultados, 105
 - Adscripción, 107
 - Iniciación, 114
 - Dificultad, 117
 - Vida Cotidiana, 121
 - Espacios de Encuentro, 124
 - Personajes Favoritos, 128
 - Lecciones Aprendidas, 136
 - El friki como moda, 138

Conclusiones, 147

Glosario, 158

Referencias bibliográficas, 163

Entrevistas, 169

Relación de imágenes, 171

Introducción

La primera vez que noté que algo ‘raro’ estaba sucediendo en un mundo que yo creía conocer muy bien: el de las series de televisión estadounidenses, fue cuando vi el primer capítulo de *La Teoría del Big Bang*, por Canal 5 de Televisa. A pesar de que el doblaje no ayudaba mucho a entender los chistes de esta *sitcom*¹, un solo capítulo bastó para observar que los protagonistas no eran un grupo de detectives atléticos, atractivos y seductores tratando de resolver un sórdido crimen; sino cuatro científicos, con vestimenta retro, lentes de armazón, no muy altos y poco agraciados, amantes de los cómics de superhéroes, de series de ciencia ficción tipo *Star Trek*, desesperados por tener una mínima oportunidad con el sexo opuesto (a excepción de uno de ellos: Sheldon Cooper), particularmente con su vecina de enfrente: una rubia, tipo Barbie, caracterizada con un coeficiente intelectual más bien bajo.

Luego aparecieron más series de este tipo, es decir, con frikis como protagonistas. Por ejemplo: *Glee*, *New Girl*, *The IT Crowd*, y un largo etcétera. Al mismo tiempo, en el ámbito publicitario, un joven de gafas, cabello rizado tipo afro, y camisa de rayas, anunciaba los beneficios de contratar la red inalámbrica ‘más rápida’ del mercado, mientras resolvía los problemas de conexión de aquellos que lo rodeaban. De Telmex a Palacio de Hierro, todo parecía indicar que ‘el friki’ (al menos el estereotipo que suelen presentar los productos mediáticos) ‘estaba de moda’.

¹Abreviatura en inglés de ‘comedia de situaciones’. Es un tipo de serie televisiva cuyos episodios se desarrollan regularmente en los mismos lugares y con los mismos personajes. Suelen incluir risas grabadas (Wikipedia).

Entre mi grupo de amigos, compuesto en su mayoría por frikis que residen en Mérida, Yucatán, el debate sobre el tema no se hizo esperar. ¿Está el friki de moda, sí o no?, ¿Qué elementos del 'universo' que compone 'lo friki' están de moda? Entonces ¿Todos pueden ser frikis? ¿Cómo puede afectar este fenómeno a la comunidad friki meridana? Todas estas preguntas surgieron a la par que el fenómeno se intensificaba... Mientras yo tomaba una decisión que cambiaría mi vida en muchos sentidos: dejaba Mérida para estudiar una maestría en comunicación en la Ciudad de México.

Ante un fenómeno tan complejo, con tantas vetas inexploradas, podría haberme enfocado en estudiar muchas cosas: desde las razones detrás del posicionamiento del friki en el mercado mediático, hasta la percepción de los 'no frikis' sobre el hecho de que los frikis estuvieran de moda, de ser cierta esta premisa. Pero lo que yo en realidad quería, era **conocer, entender y explicar la visión que tenían los propios frikis sobre este fenómeno, particularmente aquellos que pertenecían a la misma comunidad que yo, la meridana.** A sabiendas de que estudiar a los miembros de la comunidad a la que pertenecía y mantener la 'distancia' requerida para que mi trabajo no perdiera su carácter científico y académico no era una tarea fácil, decidí correr el riesgo. Espero haber logrado el propósito.

Como se comentó con anterioridad, desde hace más de una década, particularmente en el cine y televisión estadounidenses, puede observarse la presencia cada vez más explícita e incluso protagónica del friki. Películas como *Superbad* (Mottola, 2007), *40 Year Old Virgin* (Apatow, 2005), *Paul* (Mottola,

2011); series televisivas como *Freaks and Geeks* (1999-2000, NBC), *The Big Bang Theory* (2007- hasta la fecha, Warner Channel) o *Glee* (2009- hasta la fecha, Fox) -por citar algunas-, todas exhibidas en México, son un claro ejemplo de este fenómeno. En ellas, los denominados *frikis* ya no son las 'comparsas'² de los personajes principales, sino los protagonistas de historias que, de alguna manera, reivindican sus cualidades y potencialidades dentro de un mundo que a la vez que los margina, los enaltece.

Además de estos productos culturales, también se puede observar el posicionamiento, tanto de la imagen del friki, como de algunos elementos que componen la 'subcultura friki', por ejemplo en la publicidad, e incluso, en la mercadotecnia³. Y es que, como bien señala Alejandro Soifer, autor del libro *Que la fuerza te acompañe. La invasión de las culturas nerd, geek y friki* (2012): "El imaginario actual del *nerd-geek*⁴ está presente en todos lados y ocupa cada día más espacios (...), de ocupar el lugar del perdedor pasó a ser percibido como el sujeto exitoso y *cool* de la nueva sociedad del conocimiento" (p. 20).

Desde esta perspectiva, sostener que es posible que la 'subcultura friki', caracterizada por mantenerse en los márgenes, en la periferia, de los gustos de 'la mayoría', ahora forme parte de la 'cultura *mainstream*', no resulta fuera de lugar. Menos aún que este fenómeno pudiera diluir, de alguna manera, algunos de los

² De acuerdo con la RAE: "Persona o entidad que ocupa un puesto secundario, sin protagonismo". (En red: <http://www.wordreference.com/es/en/frames.asp?es=comparsa>).

³ Como podemos comprobar ante la creciente oferta de productos relacionados con las sagas de *Star Wars* o *Star Trek*, así como con los superhéroes del sello editorial *Marvel* o *DC*, en tiendas departamentales como *Suburbia* o *Liverpool*, por dar un ejemplo.

⁴ Términos que, junto con el de 'fiki', originalmente denotaban características particulares que permitían diferenciar uno de otro. Con el tiempo, dichos términos se han ido homologando, tanto de manera coloquial como académicamente (este aspecto se explicará con mayor profundidad, más adelante).

rasgos 'distintivos' del 'ser friki' como su impopularidad, su marginalidad, entre otros.

Para poder responder la pregunta eje que guía esta investigación, a saber: **¿Cuál es la percepción del friki meridano sobre el friki que 'vende' la *cultura mainstream*?**, y cumplir con el objetivo general: **“Conocer la percepción que tiene el *friki* meridano sobre el friki que 'vende' la *cultura mainstream*, para analizar si esta comercialización puede diluir, o no, algunos de los rasgos distintivos del 'ser friki', tales como su marginalidad y/o impopularidad”**, debía responder primero: ¿Quién es el friki? ¿Cómo se constituyó la 'subcultura friki', en México y, particularmente, en Mérida, Yucatán? ¿Qué elementos la conforman? ¿Qué es la 'cultura *mainstream*'? ¿Por qué sostengo que la 'cultura *mainstream*' está tratando de comercializar algunos de los elementos propios de la 'subcultura friki'? ¿Está 'lo friki' de moda? Y finalmente, ¿Cuáles son las posibles consecuencias de este fenómeno, tanto para el friki de manera individual, como para la comunidad friki?

Si decidí centrarme únicamente en los frikis meridianos fue porque era una comunidad a la que conocía muy bien, incluso, a la que pertenecía; y sabía que el tiempo que tarda el investigador en ser admitido dentro de una comunidad para estudiarla, varía y depende de muchos factores, puede ir de meses a años. El tiempo que yo tenía para construir el proyecto, justificarlo teóricamente, hacer el trabajo de campo y sistematizar los resultados para poder analizarlos e interpretarlos, era limitado. Todavía más si consideramos el hecho de que hay

muy pocos estudios realizados sobre el tema, no sólo a nivel nacional, sino también regional.

Sobre este fenómeno en particular se ha encontrado poca literatura científica, posiblemente porque es muy reciente, o porque ha sido objeto de interés de pocos científicos sociales. La mayoría está en la Red. Entre lo más destacado están los libros: *Que la fuerza te acompañe. La invasión de las culturas nerd, geek y friki*, de Alejandro Soifer (2012); *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*, de Henry Jenkins (2009); *Orgulloso de ser friki* de Señor Buebo (2009); y *La vida es una historieta: El papel del cómic en la vida cotidiana de jóvenes universitarios en el Estado de Hidalgo*, de Tomás Serrano Avilés y Rocío Trejo Hernández (2011), publicada por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

A nivel de artículos están: *Lo geek vende. Transformaciones de los topoi sobre el adolescente inadaptado en las series de televisión norteamericanas*, de Pedro José García García (2011), de la Universidad de Sevilla; *Glee: el éxito de la diferencia*, de Beatriz González de Garay Domínguez (2010), de la Universidad Complutense de Madrid; *Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina*, de Tania Lucía Cobos, publicado en la revista electrónica especializada en comunicación *Razón y Palabra* (núm. 72, mayo-julio, 2010); *Generación 'friki', ¿el hombre del futuro?*, de Rodrigo Agulló, publicado en la revista electrónica del Foro Identidad (abril, 2011); *El sustrato teórico del fenómeno otaku*, de Mario J. Bogarín Quintana, publicado en la Revista (electrónica) *Observaciones Filosóficas* (núm. 6, 2008); *Quiero ser tan friki como*

Mark Zuckerberg, de Anna Barba Calvo, publicado en la página 'Colectivos Sociedad' (18 de octubre de 2010) del portal electrónico *suite 101*.Y, finalmente, el *Atlas geek*, de Ruy Xoconostle W., en palabras del autor, un "recorrido geográfico para enriquecer el prontuario del *ser geek*", publicado en la revista de divulgación *Conozca más* (Año 22, núm. 03, 2011) de circulación nacional.

Además de los textos antes mencionados, existen tesis, tanto de licenciatura, como de maestría, que abordan el 'fenómeno friki', desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas. Un ejemplo de ello es la tesis de licenciatura en Comunicación Social de Rocío de la Cruz Canul Pérez (2011), egresada de la Universidad Autónoma de Yucatán: "Estereotipos de género en el *anime* y los *otakus* yucatecos. Un estudio de recepción". En cuanto a tesis de maestría, está la de Jorge Anaya Martínez (2010): "Los mensajes políticos, sociales y culturales de los dibujos animados japoneses (*animé*)"; y la de Sergio Sánchez Sánchez (2012): "Cultura *Geek*. El proceso de construcción de identidad de los fans de *Star Wars* a través del consumo cultural", egresados ambos de la Maestría en Comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México.

De acuerdo con Henry Jenkins (en Soifer, 2012), el *fandom*⁵ "representa el prototipo experimental, el sitio de pruebas del modo en el que los medios y la industria cultural van a operar en el futuro" (p. 73). Por tanto, mientras que en el pasado, el consumidor ideal era aquel que sólo se conformaba con mirar y consumir; el del futuro, será aquel que cree foros en Internet para discutir sobre lo que consume, desde las tramas, los personajes o resoluciones de las series o

⁵Conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular (Wikipedia).

películas de su preferencia, por dar un ejemplo, hasta crear historias alternas, nuevos personajes, etc. El friki es, justamente, ese tipo de consumidor.

Por otro lado, el fenómeno es muy reciente y no se han encontrado estudios, hasta ahora, que traten de comprenderlo y explicarlo desde la perspectiva de los propios frikis, menos aún de los frikis yucatecos.

Para ejemplificar la presencia, cada vez más visible y numerosa de los frikis en nuestro país, vale la pena mencionar que en la República Mexicana existen numerosas convenciones de *anime*, cómics, videojuegos, etc., que congregan a un gran número de ellos. Las dos más importantes que se celebran en Mérida, Yucatán, son el *Senka* y la *Tsunami*. De acuerdo con Tenoch Meneses Turriza, uno de los principales organizadores de la *Tsunami*, en el 2009, esta convención reunió alrededor de 6000 personas⁶. Estamos hablando, entonces, de una gran comunidad que requiere ser estudiada desde su propio contexto cultural.

En síntesis, en el Capítulo I se define ¿Qué se entiende por friki? Se explica ¿Cómo surgió el término? ¿Cómo se constituyó la ‘subcultura friki’ a lo largo del tiempo? ¿Cuáles son los elementos que la conforman?, así como ¿Qué es la ‘cultura *mainstream*’? y ¿Cuáles son las posibles implicaciones detrás de la aparente ‘apropiación’ de la subcultura friki, por parte de la cultura *mainstream*?

En el Capítulo II se busca reconstruir la historia del fenómeno friki en México; y más tarde, en Mérida, Yucatán. Sin embargo, ante la imposibilidad de abarcar todos los elementos que conforman la subcultura friki, tanto mexicana

⁶ Este dato fue obtenido de una entrevista realizada a Tenoch Meneses Turriza, el 7 de mayo de 2009, en Mérida, Yucatán, como un antecedente de mi interés por el tema.

como yucateca, se hizo una selección de aquellos que se consideran los más significativos: el boom de la animación japonesa en México, la aparición de las primeras 'fanzines', la publicación de los primeros *mangas*, y la celebración de las primeras convenciones de *anime*, cómics, videojuegos, etcétera, en la República. Finalmente, con la intención de que fungiera como una suerte de hilo conductor de la historia del 'frikismo' en Mérida, Yucatán, se contó una experiencia de vida friki: la mía. Para después narrar la consolidación de las convenciones de *anime*, *manga* y videojuegos en Mérida; la breve pero importante vida de *Azimut*, la primera compilación de historietas 100% yucatecas; la experiencia de algunos jugadores de rol yucatecos; la pasión de *Aii & Joy* por hacer *cosplay*; la necesidad de hacer un Coloquio del Cómic en Yucatán; y, finalmente, la importancia de la cafetería friki: 'Los UxS *Maid* Café'.

En el Capítulo III se explica porque se eligió el paradigma hermenéutico, la metodología de investigación de corte cualitativo, el método etnográfico (particularmente la observación participante y la entrevista semi-estructurada), para llevar a cabo esta investigación; así como la forma como se construyó el modelo de análisis de datos para analizar e interpretar los resultados obtenidos. Las categorías que se analizaron fueron las siguientes: Adscripción, Iniciación, Dificultad, Vida cotidiana, Espacios de encuentro, Personajes favoritos, Lecciones aprendidas, y El friki como moda.

Finalmente, en las Conclusiones, se buscó profundizar en la interpretación de cada categoría, así como llegar a los presupuestos más importantes relacionados con la pregunta eje de investigación y el objetivo general.

CAPÍTULO I

La subcultura friki frente al friki de la cultura *mainstream*

“Quien no encaja en el mundo, está cerca de encontrarse a sí mismo”

Hermann Hesse

El objetivo general que guía esta investigación es conocer la percepción que tiene el *friki* meridano sobre el friki que ‘vende’ la *cultura mainstream*, para analizar si esta comercialización puede diluir, o no, algunos de los rasgos distintivos del ‘ser friki’, tales como su marginalidad y/o impopularidad. Para ello es necesario definir qué se entiende por friki, cómo se constituyó esta subcultura a lo largo del tiempo, qué se entiende por cultura *mainstream* y cuáles son las posibles implicaciones detrás de la aparente ‘apropiación’ de la subcultura friki, por parte de la cultura *mainstream*.

¿Quién es el friki?

De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, el friki es alguien “extravagante, raro o excéntrico; así como también una persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición”⁷. Para el bloguero español, Germán Martínez (mejor conocido como Señor Buebo⁸): [el friki] “es alguien con una predisposición para el coleccionismo, la cinefilia, el conocimiento de aparatos electrónicos y ordenadores” (2009: 21). Para el periodista Jerónimo Andreu (*El País*, 2008), autor del reportaje *Imagine un orden mundial 'friki'... y no huya*, el friki

⁷ En red: <http://lema.rae.es/drae/?val=friki>

⁸ Famoso por crear el ‘Día del Orgullo Friki’ en España, celebración que, por cierto, ya ha trascendido a nuestro país.

es “alguien obsesionado por una afición y que tiende a agruparse en comunidades de fans. Una persona apasionada de la informática, los cómics y las subculturas del rol y la ciencia ficción. El friki exhibe un sentido lúdico de la vida y adora la extravagancia, de ahí la etimología de la palabra: *freak*, monstruo en inglés”.

Hay que señalar que, si bien en la actualidad, tanto en la academia como de manera coloquial, términos como *geek*, *nerd* u *otaku* –los primeros de origen anglosajón y el segundo, de origen japonés- llegan a usarse como sinónimos de *friki*, originalmente denotaban características, más que diferentes, bien específicas. El *geek* se distinguía por ser un entusiasta o experto del campo o la actividad tecnológica⁹; el *nerd*, por ser un devoto esclavizado de sus ambiciones intelectuales o académicas, además de tener un aspecto poco atractivo y de ser considerado socialmente inepto¹⁰; y el *otaku* (occidental, porque en Japón, el término tiene otra acepción y es más bien peyorativo), por ser un fanático de todo lo relacionado con la cultura japonesa, en particular, del *anime* y el *manga*.

Así se puede observar que mientras en España, el 25 de mayo¹¹ se celebra el Día del Orgullo Friki, con el objeto de reunir a todos los integrantes de esta subcultura y celebrar su ‘frikismo’, en Argentina se celebra la Marcha del Orgullo

⁹ De acuerdo con el Diccionario Merriam-Webster de la Lengua Inglesa, en su tercera acepción. En red: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/geek>

¹⁰ Única definición de *nerd* de acuerdo con el Diccionario Merriam- Webster de la Lengua Inglesa. En red: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/nerd?show=0&t=1349725937>

¹¹ La selección de este día obedece a que el 25 de mayo de 1977 se estrenó en EUA el largometraje de George Lucas ‘La Guerra de las Galaxias’, película considerada ‘icónica’ para la subcultura friki; además, esta fecha coincide con el ‘Día de la Toalla’, celebración mencionada en la novela de culto friki ‘*Guía del autopista galáctico*’ de Douglas Adams.

*Nerd*¹², en Estados Unidos, el *Geek Day Parade*, y finalmente, en México, la Marcha del Orgullo *Otaku-Friki*. El público que asiste se caracteriza por tener más de una afición en común (todas ellas, englobadas en el fenómeno *otaku-friki*), como se observa en la consigna de la Marcha del Orgullo *Otaku-Friki*: México 2012: “Muéstrate orgulloso de ser *Otaku*, *Gamer*¹³, Dibujante, *Cosplayer*¹⁴, o *Músico*”.¹⁵



(Imagen 1.- Fotografía tomada del blog *Esta es mi ciudad* que muestra un contingente de la Marcha del Orgullo Friki celebrada el 22 de mayo del 2011 en la Ciudad de México)

Es por ello que en esta investigación se utiliza el concepto ‘friki’ de manera predominante, aunque los otros términos (*nerd*, *geek*, *otaku*) son también manejados, como una suerte de sinónimos, cuando las fuentes a las que se recurra no tomen en cuenta las diferencias, un tanto sutiles, entre ellos.

¹² Entendiendo por *nerd* a una persona con una gran inteligencia, cierta incapacidad social para establecer relaciones con otras personas y un modo de aproximación a la cultura pop que trasciende el mero consumo (Soifer, 2012).

¹³ Aficionados a los videojuegos.

¹⁴ Aficionados a disfrazarse como personajes de *anime*, *manga*, etc.

¹⁵ En red: <http://anigame.mx/8411/marcha-del-orgullo-otaku-mexico-2012/>

Para el argentino Alejandro Soifer (2012: 22), profesor de Letras por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, lo que caracteriza al *nerd-geek*:

(...) no es sólo establecer una relación inteligente con su objeto de amor (...), sino guiar su vida por ese objeto (...), coleccionar obsesivamente *merchandising*¹⁶ de sus héroes de cómic favoritos, encontrarse con amigos para jugar juegos de rol, entre miles de otras cosas que necesariamente se circunscriben a ciertos productos, ciertas series, ciertos libros, ciertas historietas, etc., que son: a) de origen estadounidense o japonés y b) un grupo cerrado, o casi cerrado, donde es muy poco probable (...) que se inserten nuevos productos que no tengan que ver con la recursividad y la meta-reflexión acerca de lo ya hecho hasta comienzos de la década de los 90's".

El *nerd* –sostiene Soifer- es ante todo un fanático que se construye a sí mismo alrededor de ese fanatismo; su forma de consumo, el modo en que sus aficiones se incorporan a su piel, se vuelven parte de él, es precisamente lo que lo definen como *nerd* (o friki, para el caso de la presente investigación).

Además de ser fanático de ciertos productos o expresiones culturales tales como: los cómics, videojuegos, *gadgets*, la informática, electrónica; las películas, series de televisión o libros de ciencia ficción, fantasía heroica o terror, y finalmente, el *manga* y *anime* (historieta y animación japonesa, respectivamente), el friki ha sido caracterizado como alguien que padece de cierta 'ineptitud social' (Barba, 2010; Buebo, 2009; García, 2011; Soifer, 2012); relacionarse con 'el otro', particularmente con aquel que no comparte sus aficiones, le resulta por demás

¹⁶ El *merchandising* o micro-mercadotecnia es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad de un producto en el punto de venta. Con el fin de promocionar el lanzamiento de un producto o un evento cultural (película, simposio, feria, un acontecimiento deportivo, etc.) los fabricantes o productores ponen en circulación objetos relacionados con el mismo: muñecos, camisetas, llaveros, juguetes, etc. (Wikipedia)

difícil. Sobre todo porque, en muchas ocasiones, ese 'otro', distinto a él, suele marginarlo, hacerlo a un lado, ya sea por esa misma ineptitud (traducida a veces como timidez o cierto tipo de anti-sociabilidad), ya sea porque no comparte su gusto por esas aficiones [a las que suele catalogar de 'infantiles' o 'inmaduras' (Buebo, 2009, Soifer, 2012)]. A todo esto, se debe sumar la falta de interés que, comúnmente, el friki manifiesta ante aficiones más 'populares', como por ejemplo, ser fan de algún equipo de fútbol, en México, o seguir alguna telenovela, mismas que podrían ayudarlo a encontrar un punto de encuentro con 'ese otro que lo excluye'.

En este proceso dialéctico de marginación-auto-marginación, el friki termina, generalmente, refugiándose en su casa, principal espacio donde puede dar 'rienda suelta a su *frikismo*', sin temor a ser juzgado. No por nada, entre los 'Derechos inalienables del friki' (Buebo, 2009: 21) está, en segundo lugar, el 'Derecho a quedarse en casa'.

Es por todas estas razones que se sostiene que el friki es un individuo estigmatizado; entendiendo por estigma, en primera instancia, a "una clase especial de relación entre un atributo y un estereotipo" (Goffman, 1968: 14). De acuerdo con Ervin Goffman, hay tres clases de estigmas: los resultantes por 'abominaciones del cuerpo', los relacionados a 'defectos del carácter del individuo' (al que pertenecen los frikis); y los 'estigmas tribales de la raza, nación o religión'. ¿Quién establece los medios para categorizar a las personas, así como la serie de atributos que serán considerados 'normales' en los miembros de cada categoría? El autor responde: La sociedad (Goffman, 1968).

Para Goffman (1968), la inseguridad es una de las ‘características claves’ de los individuos estigmatizados, carentes de aceptación. La consecuencia lógica es que estos individuos terminen formando asociaciones de iguales. Al respecto señala García (2011: 172): “Los grupos se forman por afiliaciones varias, pero en el caso del estigmatizado, es la indefensión y el rechazo del resto de grupos lo que lo obliga al aislamiento social compartido”. Paradójicamente, sus ‘pares’, sus ‘iguales’ son los encargados de devolver al *nerd/geek/friki* a un estado de ‘aislamiento feliz’, propio del grupo, así como de crear una ‘esfera inmune’ a los ataques del exterior (García, 2011). Un buen ejemplo de esto, es el siguiente fragmento escrito por Paul Feig, co-creador de la serie de culto *Freaks and Geeks* (NBC, 1999-2000), tomado de un ensayo incluido en la edición estadounidense del DVD de la serie:

“Lo mejor del espíritu *geek* es que ningún obstáculo en la vida parece acabar con nuestro entusiasmo, nuestro optimismo y nuestras ansias por experimentar el mundo. Si el mundo nos tira al suelo, nosotros nos levantamos (aunque a veces lo hagamos muy despacio), nos sacudimos la suciedad de la ropa, volvemos a nuestro grupo y lo seguimos intentando. Mantenemos el sentido del humor, protegemos nuestra dignidad, hablamos con nuestros amigos de la experiencia y empezamos de nuevo al día siguiente. Y es así como maduramos y entendemos cómo funciona el mundo, para descubrir finalmente cuál es nuestro sitio y dónde está nuestra felicidad”.¹⁷

Finalmente, me gustaría agregar una suerte de declaración de principios frikis, por demás interesante, aunque no por ello libre de polémica¹⁸: el Manifiesto

¹⁷ Traducción de García, 2011: 173.

¹⁸ Este manifiesto fue duramente criticado por muchos de los autoproclamados ‘frikis’ porque consideraban que varios de sus puntos no representaban del todo la ‘identidad friki’ y, además, éste contribuía a que la celebración no fuera tomada en serio, sobre todo por los medios de

de los 'Deberes y Derechos inalienables del friki', creado previamente a la celebración del primer Día del Orgullo Friki, el 25 de mayo de 2006, por el Señor Buebo y un grupo de frikis españoles.

Deberes del friki (de obligado cumplimiento)¹⁹:

- 1) Ser friki, pese a todo.
- 2) Intentar ser más friki que otro friki.
- 3) Si hay alguna discusión sobre algún tema friki entrar a dar opinión.
- 4) Salvaguardar todo el material friki.
- 5) Hacer todo lo posible por exponer el material friki.
- 6) No ser friki de todo. Hay que estar especializado en algo.
- 7) Ir al estreno de cualquier película friki y comprar antes que nadie un libro o *DVD* friki.
- 8) Esperar cola ante un estreno friki y si es disfrazado, mejor.
- 9) No desprenderse nunca de nada relativo al mundo friki.
- 10) Intentar dominar el mundo.

Derechos inalienables del friki:

- 1) A ser más friki.
- 2) A quedarse en casa.

comunicación. Con el objeto de disminuir el descontento generado, se hicieron posteriormente algunas modificaciones al mismo (Buebo, 2009).

¹⁹ Buebo, 2008: 21-22.

- 3) A no tener pareja y ser virgen hasta la edad que sea. Si se tiene, intentar convertirla en friki.
- 4) A no gustarnos el futbol ni el deporte en general.
- 5) A la asociación friki.
- 6) A tener pocos amigos (o ninguno).
- 6.1) Derecho a tener todos los amigos frikis que se quieran.
- 7) A no ir a la moda.
- 8) Al sobrepeso y a la miopía.
- 9) A exhibir el propio frikismo.
- 10) A dominar el mundo.

Pero ¿cómo se constituyó el friki en lo que es actualmente? ¿Cuándo y dónde comenzó a gestarse la subcultura friki?

¿Cómo se constituyó la 'subcultura friki'?

Para poder comprender a cabalidad qué se entiende por *subcultura friki* y el proceso en el que ésta se fue constituyendo en lo que es, actualmente, se tiene que comenzar este apartado explicando por qué se considera una subcultura.

Tania Arce (2008: 259-263) refiere que históricamente la noción de subcultura ha sido utilizada desde la antropología y la sociología para nombrar, entre otras formas, al fenómeno de la búsqueda de identidades y de pares. La autora

menciona las maneras como ha sido utilizado el concepto desde diferentes escuelas: para describir un aspecto visual y un comportamiento que distingue a los diferentes grupos; para hacer referencia a una teoría de las desviaciones; como una operación de resistencia de los jóvenes trabajadores ante el sistema dominante, y para estudiar aquellos elementos que dotan de un sentido de individualidad y de identificación a cada integrante de la subcultura, a partir de sus intereses personales y biografía.

Para los fines de esta investigación, se entiende por subcultura a un “grupo de comprensiones, comportamientos, objetos prácticos y simbólicos y vocabulario que distinguen a un grupo particular de otros miembros de su sociedad. Para que una subcultura exista, los individuos deben identificarse con el grupo (...) y deben interactuar y compartir información con otros que se identifiquen con el grupo, directa e indirectamente” (Geller y Levine, 2000: 103). La clave para que un grupo determinado sea considerado subcultura es que sus miembros se vean y sean vistos por los ‘otros’ como ‘diferentes’, y si hay algo que distingue a los frikis del resto de la sociedad es precisamente su insistencia en remarcar esa ‘diferencia’.

Como se puede observar, los componentes claves de una subcultura son la identificación y la diferenciación. El antropólogo Gilberto Giménez, al explicar cómo se da el fenómeno de construcción de las identidades, señala que “La primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los ‘otros’” (2005: 1). Sin embargo, tal y como lo señala este mismo autor, no es suficiente con que de manera individual nos definamos como seres ‘distintos’ a esos ‘otros’, con un “repertorio de atributos culturales generalmente valorizados y relativamente

estables en el tiempo” (Giménez, 2005: 9). Sino que, dicha auto-identificación, tiene que ser *reconocida* por los demás sujetos con los que interactuamos para que exista ‘social’ y ‘públicamente’. Es por ello que, para los frikis estudiados, resulta fundamental que los ‘no frikis’ los reconozcan como ‘diferentes’, aunque la forma como unos y otros entiendan esa ‘diferencia’, no siempre sea la misma.

Ahora bien, para poder comprender cómo se constituye una subcultura se tiene que comenzar por contar su historia desde sus orígenes, y en el caso de la subcultura friki, estos orígenes se encuentran en Estados Unidos.

De acuerdo con Soifer (2012), la palabra *nerd* se originó en Estados Unidos durante la década de los cincuenta, para descalificar a una persona, una forma de llamarla: ‘idiota’ o ‘estúpida’. Con el tiempo el término se transformó en justo lo contrario, y comenzó a nombrarse así a las personas *con una gran inteligencia, cierta incapacidad social para establecer relaciones con otras personas y un gusto por prolongar la adolescencia durante varios años*, al mismo tiempo que empezaron a aparecer productos culturales que podían consumirse de manera masiva y accesible. A partir del fanatismo compartido por *ciertos bienes de consumo culturales despreciados por las formas institucionales del arte* (como la literatura de ciencia ficción o las series de televisión, en ese entonces), estos ‘primeros *nerds*’ se retrotrajeron formando cofradías cerradas, que más tarde se convertirían en las primeras ‘convenciones’ de fans (Soifer, 2012).



[Imagen 2.- Creación propia. Algunos elementos que conforman la subcultura friki (de izquierda a derecha): Portada de la novela de ciencia ficción *Yo, Robot* de Isaac Asimov; portada del primer ejemplar del cómic *Superman*; portada de la película de Clase B *El monstruo de la Laguna Negra* (en español); portada de la revista compilatoria de *space operas* “Amazing Stories Quarterly”, editada por Hugo Gernsback; portada de la novela de fantasía heroica *El señor de los Anillos: La comunidad del anillo*, de J. R. R. Tolkien; portada del libro que acompañaba al Juego de Rol *Calabozos y Dragones* (en español)].

Quizás, el friki se apropió de esa forma de este tipo de producciones, de bajo presupuesto, menospreciadas y criticadas por las grandes élites culturales, porque, de alguna manera, se sentía identificado con ellas, después de todo, él también era un individuo menospreciado, marginado por el resto de la sociedad. Y curiosamente, el futuro de esas producciones, se convirtió en el futuro de los frikis: pasaron de ser esa película de bajo presupuesto, criticada y olvidada, a convertirse en una suerte de objeto de culto, o incluso, en una película *mainstream*.

Soifer (2012: 14-15) afirma que:

En una sociedad que avanzaba hacia la era del capitalismo de servicios o post-industrial [en referencia a la sociedad estadounidense] y con la guerra fría moldeando las subjetividades, el cine clase B²⁰, las ficciones literarias heredadas de las *pulp fictions*²¹ (en su variante de literatura épica maravillosa medieval²² y de las *space operas*²³), la popularización de las historietas, la aparición de los juegos de rol y luego de los videojuegos, fueron forjando este tipo específico de subcultura amarrada, en un principio, por el fanatismo del iniciado, el que tenía acceso, fascinación y pasión por estos nuevos objetos de consumo.

Tanto Buebo (2009) como Soifer (2012) coinciden en afirmar que el gran parte aguas dentro de la 'historia del frikismo' fue el estreno del *Episodio IV: Una nueva esperanza (A New Hope)* de *Star Wars* en 1977 (conocida en nuestro país simplemente como 'La Guerra de las Galaxias'), porque su creador, George Lucas, entendió muy bien algunas de las reglas básicas del sistema de referencias y mecanismos que constituyen el ecosistema friki: "la referencialidad y rescritura de productos previos, el aprovechamiento de las herramientas que brindaba la ciencia ficción menos cerebral (*space opera*) mezclado con la épica baja

²⁰ El cine *Clase B* (también llamado Serie B), era el nombre con el que se denominaba al cine producido en el Hollywood de los años treinta, realizado con bajo presupuesto y actores principiantes, no reconocidos o en decadencia. La clasificación se sigue usando hasta la fecha y se asocia comúnmente a producciones de baja calidad (Wikipedia).

²¹ *Pulp* era el término popular con el que se nombraban a ciertas revistas especializadas en narrar diferentes géneros de literatura de ficción, por el formato en que eran encuadernadas: rústico y barato. Estas revistas aparecieron a principios de los años 30 y dejaron de imprimirse en los 50. A pesar de que no existe el género 'pulp fiction' como tal, suele nombrarse de esa manera al estilo, las características y el enfoque literario y estético que caracterizaban a estas revistas: lo más importante era la trama, ágil, funcional y moderna, el desarrollo de los personajes y los diálogos, pasaban a segundo término (Wikipedia).

²² Como por ejemplo, la saga de cuentos y novelas cortas de *Conan el Bárbaro* de Robert E. Howard, o la saga de J. R. R. Tolkien: *El Señor de los Anillos*.

²³ La *space opera*, ópera espacial u opereta espacial es un subgénero de la ciencia ficción. En ella se relatan historias que giran en torno a romances espaciales. Los personajes suelen pertenecer al arquetipo héroe-villano, y los argumentos típicos tratan sobre viajes estelares, batallas, imperios galácticos, etc. En ocasiones, la ópera espacial se utiliza como un término peyorativo para referirse a la ciencia ficción de mala calidad (Wikipedia).

traspolada de la literatura de *sword and sorcery*²⁴, los seriales de aventuras *Clase B* en los cines, el *western*²⁵ y *La fortaleza escondida*²⁶ de Akira Kurosawa (1958), así como un estudio intenso de la construcción de los mitos según el experto Joseph Campbell” (Soifer, 2012: 40-41). George Lucas se convirtió así en uno de los grandes íconos de la subcultura friki, pues, además de crear la saga de *La Guerra de las Galaxias* creó un verdadero ‘imperio’ de productos derivados de ésta, contribuyendo con ello a consolidar una de las ‘características frikis’ por excelencia: “el coleccionismo obsesivo y detallista de juguetes, réplicas y todo accesorio relacionado con el objeto de amor infantil [en este caso, la saga de *Star Wars*] (p. 41)”. Lo que implicó, de alguna manera: *el comienzo de la masificación de lo nerd[-frikij]*.

Sumado a la parafernalia ‘starwarsniana’, vale la pena agregar como simientes de la naciente ‘subcultura friki’: la llegada -también en 1977- del *Atari 2600* (Soifer, 2012), primera consola de videojuegos para el hogar; la aparición de la serie de televisión *Star Trek* (1966- 1969), en palabras de Soifer (2012: 39): “La serie más significativa y generadora de *nerds* de la historia”. La publicación, en 1974 del primer juego de rol con fines comerciales *Dungeons and Dragons* (Calabozos y Dragones). Y finalmente, la masificación de las computadoras y con ella, unos años más tarde, del Internet que, entre el 2003 y el 2005, terminó de hacerse

²⁴ Es un subgénero de la fantasía épica que describe las aventuras bélicas de personajes heroicos en épocas de apariencia medieval, especialmente sus batallas contra enemigos mágicos o sobrenaturales. Los elementos propios de este subgénero son lo sobrenatural, el romance y la magia. A diferencia de otras obras de fantasía épica, las historias de ‘espada y hechicería’, aunque también dramáticas, enfatizan mucho más las batallas personales del héroe que los peligros que puedan acechar al mundo en el que éste habita (Wikipedia).

²⁵ El *western* es un género cinematográfico típico del cine estadounidense que se ambienta en el viejo Oeste estadounidense (Wikipedia).

²⁶ En la que está basada esta saga.

masivo y participativo para un amplio sector de la población: “abriendo [con ello] las puertas de esta subcultura que había vivido compactada, con sus propios códigos, modos de sociabilización y preferencias estéticas” (Soifer, 2012: 16).

Y es que no había manera de que los *nerds-geeks-frikis* no terminaran controlando este nuevo medio, pues como coinciden en señalar, Agulló (2011), Buebo (2009) y Soifer (2012): ellos son los que lo habían diseñado desde un principio.

Finalmente, llegó la ‘edad de oro de la nerditud’, en palabras de Soifer (2012), a partir del *boom* de la Web 2.0 y con ella de un *Internet hiperveloz y sin límites de conexión*, mismo que ubica, a partir del 2003 y hasta nuestros días:

El proceso que se sucedió a partir del año 2003 (...) fue la liberación de los límites de una forma de apropiación de esos productos masivos hacia un público globalizado y amplio, facilitado por el acceso a una Internet veloz y económica que se hizo masiva, además de la saturación de la novedad en pos de una cultura del *remake* y la nostalgia de un pasado en el que ‘todo era bueno y bonito’ (...) Ser friki cobró un nuevo sentido (...) porque se pasó de una web estática, sujeta a la subida de contenidos de unos pocos, donde la información era (en comparación a lo que vendría) escasa, a una que dependía de la generación de contenidos de sus usuarios para seguir en movimiento (...) Esta web 2.0 abrió los límites de lo que sucedía en los foros de Internet a toda la red [permitiendo la ‘viralización’ de contenidos] (...) La cultura *nerd* dejaba de ser de ‘gheto’ para hacerse no solo accesible para cualquiera, sino necesaria para estar integrado a la cultura popular contemporánea (Soifer, 2012: 72-76)”.

En este contexto es como el *nerd/geek/friki*, pasó de ser el ‘*loser*’ (perdedor), el ‘tonto’, el ‘inadaptado’, a convertirse en el tipo ‘*cool*’, admirado por

aquellos que antes lo despreciaban, una suerte de 'modelo aspiracional' para el resto de las personas 'comunes', 'normales'.

Soifer no es el único en notar que el imaginario actual del nerd/geek/friki está presente en todos lados y ocupa cada día más espacios. Ya lo señalaba unos años antes, el periodista Jerónimo Andreu (2008: s. p.), en un artículo que abordaba precisamente la emergencia del 'fenómeno friki' en España: "En los últimos años [los frikis] se han convertido en referentes reconocibles para el gran público. Los cazadores de tendencias vigilan las evoluciones del colectivo y atacan de cuando en cuando con gafas de pasta o camisetas de superhéroes".

Para García (2011), la figura del geek/nerd/friki está de moda en esta primera década del S. XXI porque lo que se busca ahora es vender la diferencia como tendencia, sobre todo en una sociedad en la que, cada vez, es más difícil destacar.

Además, no hay que olvidar que una de las principales características del friki es precisamente su capacidad de consumo, factor que no podemos obviar a la hora de tratar de entender semejante reposicionamiento. Como bien señala Andreu (2008): los frikis "no son simples raritos (...) son un público comercial jugosísimo (...) Además de comprar, son dueños de una imagen que cada vez vende más" (s. p.). 'Chema' (Andreu, 2008, s. p.) un fotógrafo algecireño que se declara "panfriki" (porque es obseso de todo lo que un friki puede adorar), le da la razón: "Somos una vanguardia; estamos adelantando cosas que serán tendencia

(...) Las compañías tendrían que mimarnos porque se forran cada vez que damos la voz de alarma al público no especializado".

Coincidente, Soifer (2012: 277) afirma:

La cultura *nerd* y *geek* se encuentra en un punto de tal ebullición y se ha convertido en un modo de expresión *mainstream*²⁷ de forma tal que finalmente podemos ver la verdadera 'venganza de los *nerds*'. Los *nerds* y los *geeks* dominan la cultura popular y es ahora cuando, por fin, ese gusto y ese placer pueden empezar a ser reconvertidos en formas de aceptación social e incluso, monetaria.

A primera vista, uno pensaría que el mayor deseo de un friki, que siempre ha 'jugado' en la periferia del tablero, sería jugar justo 'en el centro', pero esto no necesariamente es así, no a todos los frikis les agrada la idea de 'haberse puesto de moda'. Como bien señala Buebo (2009: 31): "Dentro de cada uno hay un pequeño marginadito que espera ser liberado de la clandestinidad. Y si se le quita al friki esto, entonces, dejaría de serlo". Y es que, si justo aquello que te hacía 'especial' y 'diferente' del 'otro', se convierte en un 'común denominador' de la mayoría ¿en dónde radica ahora tu 'diferencia'?

¿La 'subcultura friki' convertida en 'cultura *mainstream*'?

¿La subcultura friki, realmente, se ha transformado en parte de la cultura *mainstream*? De ser así ¿Cuáles son las implicaciones de este proceso para sus miembros, los frikis?

²⁷ La palabra *mainstream*, difícil de traducir, significa literalmente 'dominante' o 'gran público', y se emplea generalmente para un medio, un programa de televisión o un producto cultural destinado a una gran audiencia (Martel, 2011: 22).

De acuerdo con el sociólogo y periodista, Frédéric Martel (2011: 22): “La expresión ‘cultura *mainstream*’ puede tener una connotación positiva y no elitista, en el sentido de *cultura para todos*, o más negativa, en el sentido de *cultura barata*, comercial, o cultura formateada y uniforme”. Considero que si bien, parecieran contradictorias, ambas connotaciones se complementan para ofrecer una definición más completa de lo que es la ‘cultura *mainstream*’: es en efecto, un tipo de cultura que está, prácticamente, al alcance de todos, en gran parte gracias al apoyo de los grandes medios de comunicación, de la publicidad y de la mercadotecnia; pero al mismo tiempo, se caracteriza por ser una cultura, cuyo fin último, es comercializarse, venderse.



[Imagen 3. (Izquierda) Anuncio publicitario de la tienda departamental *El Palacio de Hierro*, con motivo del regreso a clases (septiembre de 2011). Imagen 4. (Derecha) Anuncio publicitario de la corporación transnacional *Coca cola* (2012)]

De acuerdo con Soifer (2012), no tiene ningún sentido denominar de algún modo (llámese *nerds*, *geeks*, frikis) a alguien, si ‘ese modo especial de vida empieza a derramarse, cada día, sobre más y más gente’; por lo tanto: el *nerd/geek/friki* ha muerto, porque perdió justo lo que lo distinguía.

Si bien es cierto que, ciertos elementos que tradicionalmente formaban parte de la subcultura friki (como la afición por el cine de superhéroes o la literatura fantástica) cada día son más comercializados, vamos, ya son parte de la 'cultura *mainstream*', me parece demasiado aventurado, por no decir, exagerado, afirmar que esta subcultura ha dejado de existir, y con ella, los miembros que la conforman, que le dan vida y sentido.

Para Soifer, pareciera que todo se reduce a que cada día es más fácil acceder a los productos culturales y con ellos, al conocimiento esotérico, que antes era exclusivo y representativo de los frikis, gracias, sobre todo, a la masificación del Internet. Si bien es cierto que el modo de consumo friki es una de sus características definitorias, 'ser friki' no se reduce a ese 'modo de consumo'. **Ser friki es ante todo 'reinterpretar' esas manifestaciones culturales, 'vivirlas en carne propia'. Más que un modo particular de consumir, implica un modo particular de 'vivir lo que se consume'.**

El propio Soifer (2012) reconoce en el friki a una 'máquina reinterpetativa' que además, posee un 'nivel de apasionamiento y especialización' que le es propio. Esa capacidad de reinterpretación y apasionamiento por aquello que consume, lo distingue y seguirá distinguiendo del resto de los consumidores. En ese sentido, el friki podrá cambiar de nombre, pero no de esencia.

Además, como bien señala Nightingale (1999: 41) "un grupo determinado de personas puede constituir simultáneamente un mercado de los medios de comunicación y una subcultura (...) Los objetos, palabras, sonidos y posturas

adoptados por una subcultura determinada (los signos de su diferencia), reflejan la experiencia de este grupo sobre la cultura dominante y su localización dentro de la misma”.

Henry Jenkins (2006), estudioso desde hace casi dos décadas del ‘mundo de los fans de los medios’, comprende la aparente contradicción que hay detrás de este mundo (al que sin duda pertenecen los frikis), pues ha sido testigo de cómo estos fans se han movido “desde los márgenes invisibles de la cultura popular hasta el centro de la reflexión actual sobre la producción y el consumo de los medios” (p. 23). De como, por un lado, “de acuerdo con la lógica de la economía afectiva, el consumidor ideal es activo, emocionalmente comprometido y socialmente interconectado (...) [Pero también de que] si tales afiliaciones estimulan un consumo más activo, estas mismas comunidades [de fans] pueden convertirse en protectoras de la integridad de la marca y, por ende, en críticas de las empresas que soliciten su lealtad” (p. 30).

Es decir que, si bien es cierto que el friki podría representar “el prototipo experimental, el sitio de pruebas del modo en el que los medios y la industria cultural van a operar en el futuro” (Jenkins, en Soifer, 2012: 73); también lo es que: “la cultura de los fans opera a la sombra de, en respuesta a, y como alternativa a la cultura comercial [pues] la cultura de los fans se define mediante la apropiación y transformación de materiales tomados de la cultura de masas; es la aplicación de las prácticas de la cultura popular a los contenidos de la cultura de masas” (Jenkins, 2006: 244).

De acuerdo con Jenkins (2006: 254):

Los fans rechazan la idea de una versión producida, autorizada y regulada por algún conglomerado mediático. Antes bien, vislumbran un mundo donde todos nosotros podemos participar en la creación y difusión de mitos culturales esenciales. El derecho a participar en la cultura se considera aquí 'la libertad que nosotros mismos nos hemos otorgado', no un privilegio concedido por una empresa benevolente, no es algo que están dispuestos a trocar por mejores archivos sonoros o servidores gratuitos. Los fans rechazan también la asunción del estudio de que la propiedad intelectual es un 'bien limitado', que ha de ser férreamente controlado para que no se diluya su valor. Antes bien, interpretan la propiedad intelectual como un 'programa compartido', algo que aumenta de valor conforme circula por diferentes contextos, vuelve a contarse de varios modos, atrae múltiples audiencias y se abre a una pluralidad de significados alternativos" (2006: 254).

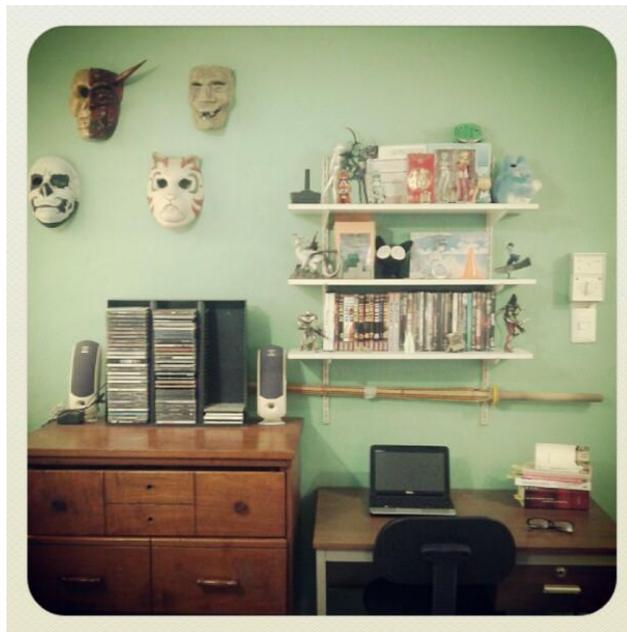
En conclusión, es indiscutible que muchas de las aficiones características de la 'subcultura friki', como los cómics, los libros de fantasía o ciencia ficción, los videojuegos, el cine de superhéroes, o incluso el *anime* y el *manga*, son día con día compartidas por más y más gente; y que el papel que han jugado las grandes corporaciones, el 'Mercado', junto con sus dos grandes aliadas: la mercadotecnia y la publicidad, alrededor de este fenómeno, ha sido determinante. Hoy en día, Hollywood está invirtiendo notablemente en el cine de superhéroes, en películas y series fantásticas basadas, a su vez, en libros que se convirtieron en *bestsellers*, como la saga de *Harry Potter* o la serie de novelas y novelas cortas 'Canción de hielo y fuego' (*A Song of Ice and Fire*) de George R. R. Martin, sobre la que se basa la exitosa serie de HBO: *Game of Thrones*.

Sin embargo, el hecho de que una parte de lo que conforma esta subcultura, en particular ciertas aficiones, ahora forme parte de la 'cultura

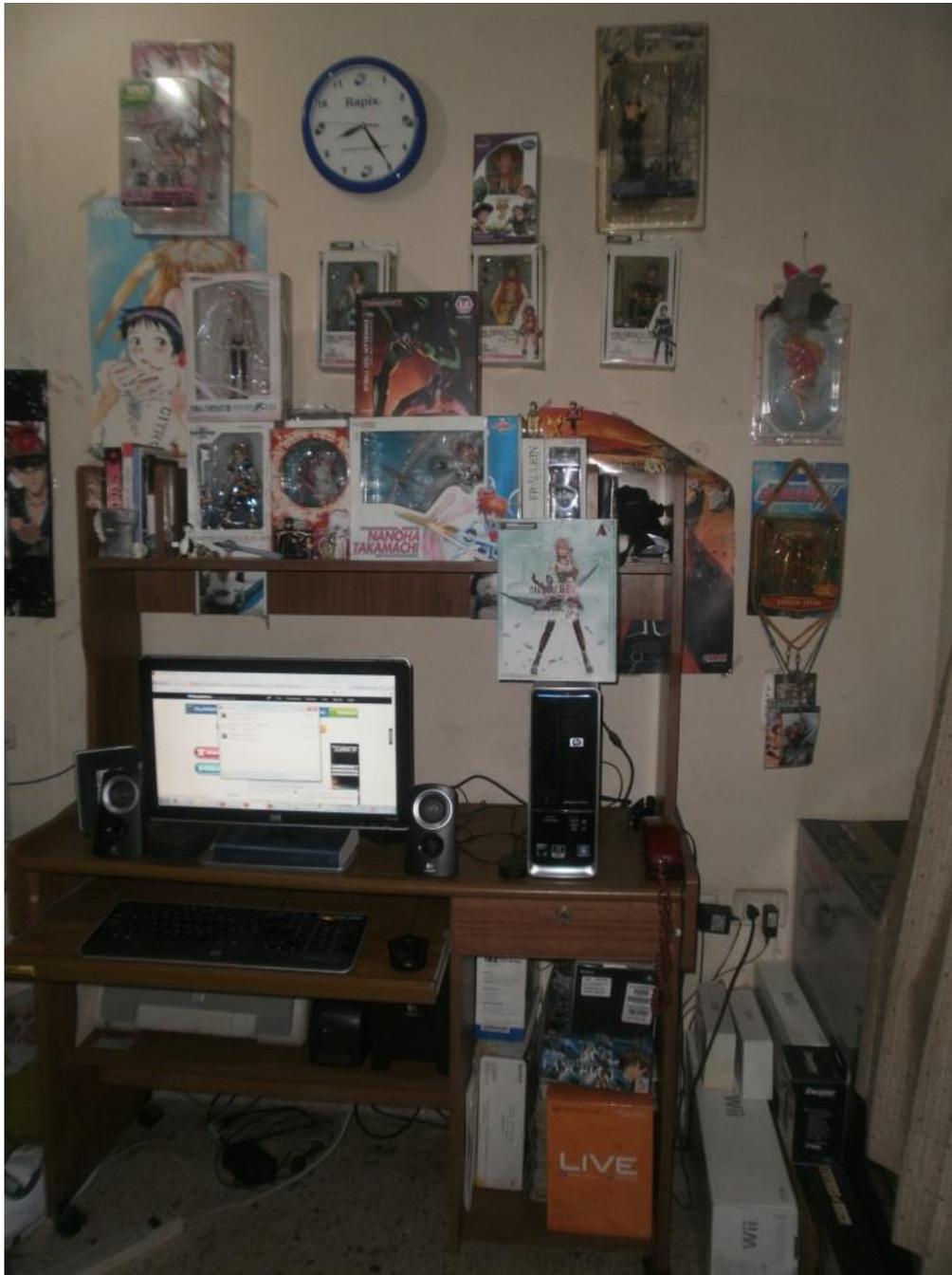
mediática dominante', de lo 'comercial', de la 'cultura *mainstream*', no significa que la primera vaya a desaparecer, porque entonces, estaríamos reduciendo sus condiciones de existencia (como en el caso de los frikis) a las aficiones que comparten sus miembros. Y una subcultura es mucho más que eso, si bien esas aficiones (al igual que el 'modo de consumo' friki) son 'características' de esta subcultura, también lo es la forma como sus miembros 'significan' estas aficiones, el sentido que le atribuyen a las mismas, el modo en que se apropian de ellas, en que una historia determinada, de un videojuego -por dar un ejemplo- le da sentido, dirección, a sus propias vidas. Las 'aficiones frikis' son para el friki, para los miembros de esta subcultura, como un 'tatuaje', forman parte de su piel, no es algo que puedan eliminar de ella tan fácilmente, de la noche a la mañana, no son algo pasajero, son algo que los define, forman parte de su esencia. **Por ello, no importa cuántas personas 'compartan esas aficiones', que el 'Mercado' quiera comercializarlas, porque 'el modo de sentir, de apropiarse, de significar algo' no puede ser comercializado o vendido, es propio, característico de cada persona, en este caso, de un grupo de personas que se distingue precisamente por eso, esas son las marcas de su diferencia.**



(Imagen 5. Fotografía propia que muestra el tatuaje que se hizo en la espalda, con motivo de su cumpleaños 26, uno de los sujetos estudiados. La imagen tatuada es una –de varias– representaciones de la **Trifuerza**. En la saga *The Legend of Zelda* de la compañía japonesa de videojuegos *Nintendo*, la Trifuerza suele representarse a través de la imagen de un triángulo dorado compuesto, a su vez, por tres triángulos más. Su poder radica en que es capaz de cumplir los sueños de todo aquel que consiga posar sus manos sobre él. Es un símbolo del equilibrio entre los tres grandes poderes con los que las diosas Din, Nayru y Farore crearon el mundo en el que se desarrolla el juego: Poder, Sabiduría y Valor, respectivamente).



(Imagen 6. Fotografía propia de la recámara de uno de los sujetos de estudio. En ella podemos apreciar algunos de los elementos que conforman la identidad friki, como el gusto por consumir y coleccionar *mangas* japoneses, figuras coleccionables de *animés*, videojuegos, entre otros).



(Imagen 7. Fotografía propia de la recámara de uno de los sujetos estudiados. En ella podemos observar algunos de los elementos que conforman la identidad friki, como el gusto por consumir y coleccionar consolas de videojuegos, posters y figuras coleccionables de *animes*, videojuegos, entre otros).

CAPÍTULO II

El 'fenómeno friki' en Yucatán: hacia una reconstrucción

Para poder hacer una reconstrucción de lo que ha sido la historia del fenómeno friki en Mérida, Yucatán, primero hay que contextualizar dicho fenómeno en un marco más grande, el de nuestro país. Sin embargo, ante la imposibilidad de abarcar todos los ángulos que conforman la subcultura friki en México, se ha hecho una selección de aquellos que se consideran los más influyentes en la conformación de la subcultura friki yucateca. Este es el caso del boom de la animación japonesa, la aparición de las primeras 'fanzines', la publicación de los primeros *mangas* y/o la celebración de las primeras convenciones de comics, ciencia ficción y fantasía, en México.

Además, ante la complejidad de unir en un solo cuerpo la emergencia o consolidación de cada una de las aficiones que conforman la subcultura friki en Mérida, o la forma particular como algunos de sus miembros viven estas aficiones, se optó por contar, a manera de preámbulo, una experiencia de vida friki –la mía-, con el objetivo de hilar, a través de ella, los retazos encontrados de esa amplia y abigarrada historia que es el fenómeno friki en la capital del estado de Yucatán. Desde: a) la consolidación de las convenciones de *anime*, *manga* y videojuegos: *Senka* y *Tsunami*; b) la breve pero importante vida de *Azimut*, la primera compilación de historietas contemporáneas 100% yucatecas; c) la experiencia de algunos jugadores de rol yucatecos; d) la pasión de *Aii & Joy* por hacer *cosplay*; hasta: e) la necesidad de un Coloquio del Cómic en la Cultura en Yucatán. El

capítulo cierra con la historia de ‘Los UxS *Maid* Café’, una cafetería friki, que busca satisfacer a varios de los públicos que conforman este universo, desde los *otakus* (fanáticos del *anime* y *manga* japonés), hasta los amantes del *K-pop* (pop coreano).

De la subcultura *friki* mexicana al fenómeno friki en Yucatán

Tratar de reconstruir la historia del ‘frikismo’ en México no es una tarea fácil. De entrada, el término ‘friki’ en nuestro país tiene muy poco tiempo de haberse comenzado a usar, tanto de manera coloquial como por los propios ‘frikis’ para autodefinirse. Además, lo que ahora se engloba dentro de la ‘subcultura friki’, era, hasta hace no mucho, un grupo de subculturas distintas, aunque con delimitaciones poco claras [la subcultura *otaku*, una de las más importantes en nuestro país, es un buen ejemplo de ello, pues por un lado pertenecían a ella los fanáticos del *anime* y *manga* japonés, pero por el otro, también los aficionados a disfrazarse de personajes de *animés* o videojuegos (*cosplayers*) o los jugadores de videojuegos (*gamers*)]. De igual forma, los registros con los que se cuenta son muy pocos; la mayoría pertenecen a blogs o revistas digitales, pues como se señalaba con anterioridad, por un lado, el friki suele caracterizarse por tratar de mantenerse oculto, al margen de la sociedad; y por el otro, el Internet ha sido uno de sus vehículos de socialización preferidos.

El escritor y columnista Ruy Xocostle W., en su *Atlas Geek*²⁸, publicado en la revista mexicana *Conozca Más*²⁹, intenta “ofrecer un vistazo a los lugares geográficos del pasado y el presente, en los que la humanidad ha *nerdeado*” (2011: 45). Hace ‘escala’ en México, en sólo dos ocasiones: la primera, en Guadalajara, para rendir homenaje al ‘genio *geek*’ mexicano: Guillermo del Toro (Guadalajara, 1964) de quien afirma:

Transpira cine de horror y *geekería* desde hace muchos años: pupilo del artista del maquillaje Dick Smith y uno de los responsables del éxito de la serie televisiva *La hora marcada* (1986)³⁰, es un ‘videojugador’ empedernido y lector ávido de cómics. Su opera prima es una original cinta de vampiros estelarizada por Federico Luppi y Ron Perlman –su futuro *Hellboy*–, en la que un anticuario (Claudio Brook) encuentra un dispositivo que procura la vida eterna y, de paso, la sed por chupar sangre³¹ (2011: 54).



(Imagen 8. Guillermo del Toro frente al personaje del ‘Fauno’, de su película *El Laberinto del Fauno*. Imagen tomada del portal de noticias ‘frikis’ level.up.com)

²⁸ Recordemos que, como señalábamos en el capítulo anterior, términos como friki, *geek* u *otaku*, suelen usarse de manera indistinta, incluso en nuestro país, para referirse a personas que ‘practican de manera desmedida una afición, considerada por la generalidad de las personas, extraña o diferente de lo común’.

²⁹ Edición de marzo del 2011.

³⁰ *La hora marcada* fue una serie de televisión de corte de horror/terror, transmitida por el Canal de las Estrellas, los martes a las 10 pm, con media hora de duración, de 1986 a 1990. (Wikipedia)

³¹ Se refiere a *La invención de Cronos* (1992).

La segunda 'parada' la hace en el estado de Hidalgo, lugar de nacimiento de Rodolfo Guzmán Huerta (1917-1984), mejor conocido como *Santo*, *El Enmascarado de Plata*, quien, además de protagonizar 52 películas, tuvo su propia tira cómica (dibujada por José Guadalupe Cruz). En palabras de Xoconostle (2011: 55) "las películas del *Santo* eran desdibujadas historias de *kitsch* de ciencia ficción que, sin embargo, convirtieron al *Enmascarado de Plata* en un ícono". Un dato, por demás curioso, que también menciona el columnista, es que el *Santo* "se unió al *Capitán América* para luchar contra el malvado *Hombre araña*, en una terrible película turca de 1973 titulada *3 Dev Adam*" (2011: 55).

Por su parte, Tomás Serrano Avilés y Rocío Trejo Hernández (2011), en su investigación sobre el papel del cómic en la vida cotidiana de jóvenes universitarios en el estado de Hidalgo; a la hora de contextualizar el fenómeno que les interesa explicar, sólo se centran en describir la llegada del *anime* a México y cómo éste influyó, de manera determinante, en la constitución de la "identidad *otaku*". Por el contrario, la periodista digital y maestra en Ciencias en Comunicación, Tania L. Cobos (2010), profundiza más en el tema, y aporta valiosa información para comprender el 'fenómeno *otaku* en México'.

De acuerdo con Cobos (2010) la palabra japonesa *otaku* significa literalmente "tu casa" o "tu hogar", pero se usa también para decir "tú", de manera muy formal. Muchos de los jóvenes aficionados al *manga* y *anime* en Japón, se caracterizaban por cierta timidez y problemas de socialización, por lo que solían ser 'excesivamente respetuosos' con los demás. Su exagerado uso del término (*otaku*) llevó a que los medios de comunicación japoneses terminaran

nombrándolos *otaku-zoku* (tribu otaku) o simplemente, *otaku*. Ahora bien, hoy en día, el término se ha extendido para nombrar a ‘todo aficionado, en extremo, por algo’, como por ejemplo los *pasokon otaku* o aficionados a las computadoras, los *gemu otaku* o aficionados a los videojuegos, o los *gunji otaku*, aficionados a las artes militares, entre otros.

La palabra *otaku* en México (así como en Estados Unidos, Europa y el resto de Latinoamérica) tiene una connotación un tanto distinta al término japonés, pues si bien un *otaku* es todo aquel aficionado al *anime* o *manga*, también lo es el aficionado al *J-pop* (pop japonés), al *J-rock* (rock japonés), al *cosplay*³², al *karaoke*³³, así como a la cultura japonesa, en general.

Tanto para Cobos (2010) como para Serrano y Trejo (2011), la llegada del *anime* a Latinoamérica y en particular, a México, en la década de los setenta, fue fundamental para el nacimiento de los ‘primeros *otakus*’. *Animes* como *Heidi*³⁴, *Candy Candy*³⁵ y *Remi*³⁶, por mencionar algunos, todos transmitidos en televisión abierta y doblados al español, fueron el ‘germen’ de los futuros aficionados a las caricaturas japonesas.

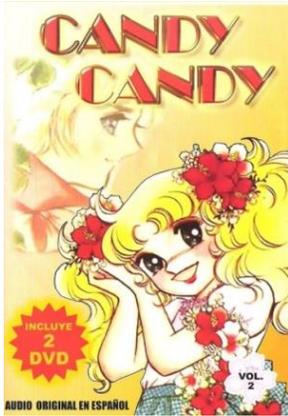
³² Nombre que se le da al disfraz de algún personaje de *anime*, *manga*, etc.

³³ Actividad que consiste en interpretar una canción de algún cantante o grupo conocido, siguiendo la letra de la misma, en una pantalla de TV, computadora, etc. Para los miembros de la ‘subcultura friki’, es la forma como se denomina a la práctica de cantar canciones en japonés, generalmente pertenecientes a un *anime* o grupo japonés famoso.

³⁴ Escrita originalmente en 1880 por Johanna Spyri, fue producida por el estudio *Nippon Animation* en 1974 (Wikipedia).

³⁵ Originalmente, un *manga* creado por Kyōko Mizuki y Yumiko Igarashi, fue producida por el estudio *Toei Animation* de 1976 a 1979 (Wikipedia).

³⁶ *Anime* producido por *Tokyo Movie Shinsha* (actualmente *TMS Entertainment Limited*) en 1977. Está basada en la novela *Sin familia* del escritor francés Hector Malot (Wikipedia).



(Imagen 9. Portada del DVD del anime 'Candy Candy')



(Imagen 10. Póster del anime 'Mazinger Z')



(Imagen 11. Póster del anime 'Dragon Ball Z')

Para los ochenta, la oferta se había multiplicado. Entre los *animés* más famosos transmitidos en esa época se encuentran: *La Abeja Maya* (Nippon Animation, 1975), *La familia Robinson* (Nippon Animation, 1981), *Mazinger Z* (Toei Animation, 1972) y *Robotech* (Harmony Gold, 1985) (Serrano y Trejo, 2011).

La década de los noventa puede considerarse, como bien señalan Cobos (2010) y Serrano y Trejo (2011), el *boom* de la animación japonesa en México y Latinoamérica, gracias a animaciones como: *Los Caballeros del Zodiaco* (Toei Animation, 1986), *Sailor Moon* (Toei Animation, 1992), *Supercampeones* (Tsuchida Productions, 1983), *Las Guerreras Mágicas* (Tokyo Movie Shinsha, 1994), *Dragon Ball* y sus secuelas *Z* y *GT* (Toei Animation, 1986) y *Ranma ½* (Studio DEEN, 1989). Debido al éxito masivo de estos *animés* comenzaron a salir *fanzines*³⁷ especializados en animación e historieta japonesa tales como: *Domo*, *Animanga*, *Plan B*, *Monos y Pelotas* y finalmente, *Conexión Manga*. Estas revistas no sólo incluían información sobre los *animés* y *mangas* del momento, sino

³⁷ Revista realizada por fans del *manga* y del *anime*, con una tirada de muy pocos ejemplares (Schmidt y Delpierre, 2007).

también sobre cómics, juegos de rol, videojuegos y películas, tanto de fantasía heroica, como de ciencia ficción, o incluso de terror.

De igual forma, comenzó a venderse *merchandising*³⁸ oficial de algunos de estos *animés*, como por ejemplo, figuras de acción de *Los Caballeros del Zodiaco*, *Dragon Ball* o muñecas (tipo *Barbie*) de *Sailor Moon*, en los centros comerciales.

Finalmente, para la primera década del 2000, la oferta de *animés* rebasó a la televisión abierta, y éstos comenzaron a transmitirse en televisión privada a través de canales especializados como *Animax* (antes *Locomotion*) que sólo transmitían animación japonesa. De acuerdo con Serrano y Trejo (2011), entre las series más vistas en esta primera década están: *Pokemon (Oriental Light and Magic, 1997)*, *Sakura Cardcaptor (Madhouse, 1998)*, *Neon Genesis Evangelion (Gainax, 1995)*, *Naruto (Pierrot, 2002)*, *One Piece (Toei Animation, 1999)*, *Bleach (Pierrot, 2004)*, *Death Note (Madhouse, 2006)* y *Fullmetal Alchemist (BONES, 2003)*.

Otra pieza importante del enorme rompecabezas que constituye la subcultura friki en nuestro país, fue el boom del cómic estadounidense en México, a principios de los noventa. Así como también la llegada, años más tarde, del *manga*, su respectivo boom y finalmente su declive, cortesía de la misma editorial que reeditó varios de los cómics más emblemáticos de las compañías estadounidenses *Marvel* y *DC Comics*, en México: *Editorial Vid*. Además de estos dos fenómenos gráficos, también desempeñaron un papel fundamental los primeros *fanzines*

³⁸ El *merchandising* o micro-mercadotecnia es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad de un producto en el punto de venta. Con el fin de promocionar el lanzamiento de un producto o un evento cultural (película, simposio, feria, un acontecimiento deportivo, etc.) los fabricantes o productores ponen en circulación objetos relacionados con el mismo: muñecos, camisetas, llaveros, juguetes, etc. (Wikipedia).

nacionales, por lo que se describirá, de manera breve, su aparición, multiplicación y posterior desaparición.

La llegada de los cómics, mangas y fanzines a México

Según Flores (1996, en García y García, 2012) el 10 de octubre de 1992 se estableció la primera tienda formal de cómics en México; su nombre era *Comics S. de R.L.* y estaba ubicada en la colonia Narvarte, en el DF. Para 1993, existían dos más: *ComiCastle* y *Comics S.A.* ¿Por qué comenzaron a aparecer cada vez más y más tiendas especializadas en cómics en México?

Una posible explicación es que, justo en la primera década de los noventa, sucedió un evento inimaginable en el universo del cómic estadounidense: “La muerte de Superman” (*DC*, 1990). Publicada en nuestro país por *Editorial Vid*³⁹, varios *comiqueros* (aficionados al comic) recuerdan este suceso como el detonante del ‘boom’ que vivió el cómic en nuestro país (Civeira, 2012; Pérez, 2012; Pacheco, 2013). El éxito de este número permitió que otros cómics de la misma compañía (*DC Comics*), y de otras como *Marvel*, *Image*, *Vértigo*, etc., llegaran a nuestro país.

³⁹ *Grupo Editorial Vid*, antiguamente *Editorial Argumentos* (EDAR), fue una editorial mexicana dedicada a la publicación de historietas en México y en gran parte de Sudamérica, dirigida por Mane de la Parra, después de que la heredase de su padre Manelick de la Parra, y éste a su vez de sus padres Yolanda Vargas Dulché y Guillermo de la Parra. Destacó especialmente, por ser la propietaria de derechos de editoriales estadounidenses como *DC Comics* y *Marvel Comics* durante un tiempo, además de su producción autóctona, que incluye títulos tan duraderos como *Lágrimas*, *Risas y Amor* y *Memín Pinguín*. En 2012 renació bajo un nuevo nombre, *Kamite Cómics*. (Wikipedia).



(Imagen 12. Portada del cómic *La muerte de Superman*)

El primero de agosto de 1994, *Editorial Vid* obtuvo la licencia para publicar los cómics de *Marvel* en México⁴⁰. Sin embargo, aunque terminó de publicar su colección en septiembre de 1995, tuvo que devolver los derechos a la compañía. A finales de 1998, *Marvel* volvió a cederle los derechos de sus cómics, por lo que la editorial mexicana empezó a editar *Spider-Man*, *X-men* y *Avengers*. Más tarde, publicó títulos como *Daredevil* y *Wolverine*. Finalmente, a principios del 2000, publicó la línea *Ultimate*⁴¹.

Editorial Vid no sólo tenía los derechos de editoriales como *Marvel* o *DC*, sino también de otras como: *Image*, *Vértigo*, *Wildstorm*, y *Dark Horse*. Sin embargo, por razones desconocidas (una de las hipótesis es que las reimpresiones que vendía en nuestro país resultaban muy caras para el aficionado promedio), perdió los derechos de *Marvel* en el 2005, y después los de *DC* en 2011. El 30 de marzo

⁴⁰ Wikipedia.

⁴¹ Ídem.

de 2012, se dio a conocer que Televisa había comprado los derechos de *Marvel* y de *DC*⁴².

A mediados del 2012, en la única y última tienda *Mundo Vid*⁴³ que permanecía abierta (ubicada en el Pasaje de los Libros, cerca del metro Zócalo-Pino Suarez de la Ciudad de México), comenzaron a circular unos volantes que anunciaban el nacimiento de una nueva editorial dedicada al relanzamiento de cómics de licencia en México: *Kamite* Cómics (palabra de origen japonés, cuyo significado literal es competente o hábil, pero que también hace referencia a la posición más alta en una jerarquía). Entre los títulos anunciados por esta nueva editorial estaban: *Spawn*, *The Walking Dead* (ambas de *Image Comics*) y *Hellraiser* (de *Boom! Comics*)⁴⁴.

Es muy probable que, mientras el boom del cómic en México esté relacionado con aquel número icónico de *La muerte de Superman*; el boom del *manga* lo esté con el éxito de ciertos *animés* televisados como *Dragon Ball* o *Sailor Moon*.

De acuerdo con Rodrigo Álvarez Reynal (2002), el primer proyecto sobre una revista de *anime* y *manga* en México se realizó en 1992, bajo el nombre de *Anime: Figuras en Movimiento*. Desafortunadamente, por desacuerdos entre los editores, *Anime: Figuras en Movimiento*, se disolvió. De la ruptura se formaron dos grupos, uno de ellos editaría el *fanzine Animanga* (1994-s. i.) y el otro grupo, *Domo* (1994-

⁴² Ocampo, J. (14 de abril de 2012) *Editorial Televisa se hace de los derechos de publicación de DC Comics en México*. Artes 9.com. En red: <http://artes9.com/2012/04/14/editorial-televisa-se-hace-de-los-derechos-de-publicacion-de-dc-comics-en-mexico/>

⁴³ Tiendas especializadas en cómics editados por *Editorial Vid*, ubicadas en varios estados de la República, entre ellos, Yucatán.

⁴⁴ Jiménez, D. (8 de octubre de 2012) *Kamite, Nueva editorial de Cómics en México*, Artes 9.com. En red: <http://artes9.com/2012/10/08/kamite-la-sorpresa-del-mes/>

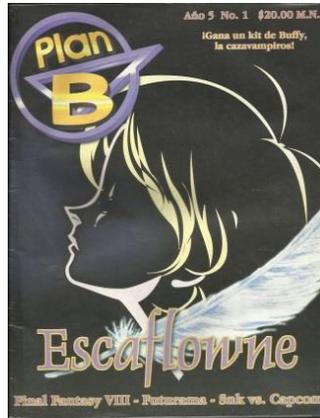
2001). La primera, editada por *Dos Cuervos*, “no sólo informaba de las novedades del mercado, sino que cubría el campo con análisis del *manga* y *anime*, reseñas de nuevas series, biografías y trabajo creativo propio [historias originales escritas y dibujadas por las editoras]” (García y García, 2012: s. p.). La segunda, *Domo*, también tenía por objeto informar sobre la animación japonesa que se transmitía en México, pero también abordaba otros temas, entre ellos: *animés* que no llegaban a la televisión abierta, *mangas*, películas, etc. A finales de los noventa, esta revista tuvo incluso su propia página de Internet y un foro.

Finalmente, la revista *Plan B* (1995-2000), con la ‘intención de hacer una publicación más plural’, evitó centrarse sólo en el *anime* y *manga* e intentó “quitarle el estigma *freak-nerd* a la gente que les gustaban los cómics” (Álvarez Reynal, 2002: s. p.). Por ello, llegó a publicar artículos sobre el cómic estadounidense *El Cuervo* (creado por John Wagner, Alexander Maleev y James O'Barr), la animación japonesa *Dragon Ball*, o la banda de rock *REM*, de origen estadounidense (Ídem).

En 1997, la editorial *Edito Poster* publicó *Tetsuko: la chica de acero*, el primer *manga* mexicano con éxito. En esta revista, apareció una sección llamada *Conexión Manga*, misma que, años después (en octubre de 1999) se convertiría en el primer fanzine en llegar a los 200 números (para septiembre de 2009) (García y García, 2012). Es el único *fanzine* de los antes mencionados, en seguir actualmente en circulación.



(Imagen 13. Portada de *Domo*, Año 4, No. 4, febrero de 1998)



(Imagen 14. Portada de *Plan B*, Año 5, No. 1, marzo de 2000)



(Imagen 15. Portada de *Conexión Manga*, No. 171, marzo de 2008)

Por su parte, *Editorial Vid* lanzó en 1999, los dos primeros *mangas* con formato original japonés en México: *Dragon Ball* y *Mixxzine*. Esta última era “una revista con cobertura nacional que se dedicó exclusivamente a difundir productos relacionados con el *manga* y *anime*, como juegos de video, modelos coleccionables, etc.” (García y García, 2012: s. p.). En ella se publicaron por un lado, el *manga* original de *Las Legendarias Guerreras Mágicas* y por el otro, el de *Sailor Moon Super S*.

Otra de las publicaciones más importantes de *Editorial Vid* fue *Video Girl Ai*. Castañeda (2011, en García y García, 2012: s. p.) sostiene que:

Video Girl Ai fue un parte aguas para el *manga* en México, ya que se le dio una clasificación para mayores de edad, ya que trataban temas más adultos, había escenas de pechos al aire y se veían algunos <calzones>, esto generó algunos tabúes alrededor del *manga* en general (aún más de los que ya había), ya que se demostraba que las ‘caricaturas chinas’ no eran sólo para un público infantil, (...) gracias a su aceptación *Editorial Vid* decidió traer otros títulos de Masakazu Katsura, *DNA2*, *Shadow Lady*, *I’s* y *Zetman* (...) *Video Girl Ai* con su secuela *Video Girl Len*, se convirtió en el primer *manga* COMPLETO que se publicaría en

México, con un total de 30 medios tomos, que vieron la luz entre Junio de 1999 y Agosto de 2001.

La Edad de Oro del *manga* en México podría ubicarse a principios del siglo XXI, cuando *Editorial Vid* publicó *Card Captor Sakura* (también conocida como *Sakura Card Captor*), uno de los *animés* más famosos de nuestro país. En palabras de Castañeda (2011, en García y García, 2012: s. p.):

A principios del 2001, los *otakus* mexicanos, caerían en histeria colectiva gracias a [la publicación de] *Card Captor Sakura*, ya que no sólo fue el [*anime/manga*] sustituto de series como *Magic Knight Rayearth* [Las Guerreras Mágicas] y *Sailor Moon*, sino que marcó la que fuera la siguiente generación de *otakus* en México, ya que acercó a una gran cantidad de fans a las convenciones y al mundillo en general.

Para el 2005, se estaban publicando en nuestro país quince *mangas* al mismo tiempo: *Ai love you*, *Angelic Layer*, *BTX*, *Chobits*, *Clover*, *Cowboy Beebop*, *Dragon Quest*, *Fruit Basket*, *Karekano*, *Kirara*, *Marmalade Boy*, *Neon Genesis Evangelion*, *Shamang King*, *Slayers* y *Zetman*. El colapso fue inevitable. Castañeda (2011, en García y García, 2012: s. p.) lo explica:

Todos estos *mangas* vieron la luz en un punto donde los *otakus* gritábamos de la emoción, por tantas cosas que se presentaban ante nosotros, el problema aquí fue que pronto nos dimos cuenta que el ritmo de compra era muy pesado y casi imposible de seguir para cualquier *otaku* promedio, por lo que más de uno necesitamos elegir uno o dos de estos títulos, esperando algún día poder comprar los demás. Algunos eran títulos largos, otros no; algunos conocidos, otros eran sorpresas (...) pero para este momento eran ya demasiados títulos (...) Todos manejaban una media en el precio de 55 pesos mx.

Finalmente, para el 2008, la historia del *manga* en México vio su fin. Fue durante el mes de mayo cuando el último título de *Vid: Lovely Complex* salió al

mercado, dejando incompletas obras como *Claymore*, *D Gray Man*, *Hunter X Hunter* y *Razaefon* (Castañeda, 2011, en García y García, 2012). En el 2011 se corrió el rumor de que la *Editorial Vid* cerraba por quiebra. En las tiendas que aún venden sus productos, se pueden encontrar la mayoría de los mismos, al 50% de descuento. Hasta ahora, ninguna otra editorial ha tomado la estafeta para seguir publicando *manga* en México.

Breve historia de la historieta mexicana contemporánea

Ante el boom que vivió en nuestro país, tanto el cómic estadounidense, como el *manga* japonés, hubo varios intentos por hacer historieta en México que pudiera competir con los gigantes estadounidenses y nipones, u ofrecerle al público algo distinto, más relacionado con la 'cultura nacional'.

Como bien señala Álvarez Reynal (2002), desde principios de los ochenta, la crisis de la historieta nacional era evidente, los años dorados de *La Familia Burrón*, *Memín Pinguín*, *Kalimán*, etc., habían pasado. La industria se limitaba a publicar los llamados *Sensacionales*, historietas de formato pequeño, papel de mala calidad y tramas pobres con tintes eróticos. Sin embargo, como dice la *vox populi*: "crisis es sinónimo de oportunidad", así es que es justo en esos tiempos, cuando surge una generación de artistas independientes, que habrían de redefinir la manera de hacer historieta en nuestro país. Este grupo se concentró en la publicación de una revista, que, a la postre, sería considerada 'el padre del cómic independiente mexicano': *Gallito Inglés* o *Gallito Cómics* (Gantús, 2010).

Publicada por primera vez en enero de 1992, *Gallito Cómics* fue dirigida por Víctor Del Real, y contó con la participación de Edgar Clement (autor de la icónica novela gráfica: *Operación Bolívar*), Ricardo Peláez (autor de *A fuego Lento*), Pepe Quintero (autor de la historieta *Buba*), Frik (autor de *Krónicas perras*), entre otros. Con 60 números a cuestas (el último ejemplar se publicó en el 2001), *El Gallito* dio origen al famoso *Taller del Perro*, colectivo de artistas que, con el tiempo, se convertiría en una suerte de escuela para autores como Patricio Betteo, Tony Sandoval, Puyou o Ponce. Actualmente, con la intención de revivir a la revista, Clement, Quintero y Frik, crearon el sitio web: <http://gallitocomics.blogspot.com>⁴⁵. Es importante destacar la influencia que tuvo el *Gallito Cómics* y el *Taller del Perro* en los creadores yucatecos, tanto de cómic, como de *manga*, como se verá en los siguientes apartados.

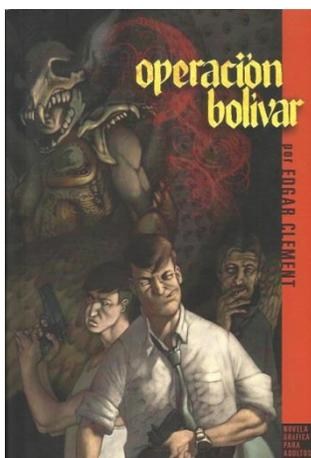
También es importante mencionar algunos intentos por hacer *manga* en México o 'mexi-*manga*'. Están los casos de *Los Supercampeones del fútbol* (basado en el *anime* del mismo nombre), publicado por *Editorial Toukan*. La revista *Toukan Manga*, una compilación de historietas originales, en su mayoría, estilo *manga* (también publicada por *Editorial Toukan*). *Meteorix 5.9 No Aprobado* de Jorge Break (*Editorial Toukan*); *Goji, un dragón con ángel* de Edgar Manjarrez (*Vanguardia Editores*) y finalmente, *Tetsuko, la chica de acero* de Arnulfo Flores y Arturo Vázquez (*Edito Poster*).

Otros ejemplos de cómics mexicanos contemporáneos son: *Ultrapato* de Edgar Delgado (editada por el estudio de cómic mexicano: *Cygnus Studio*), *Xiuhcoátl, la*

⁴⁵ Gantús, L. (30 de noviembre de 2010) *Los padres del cómic independiente mexicano*. En red: <http://estoesperfecto.produccionesbalazo.com/?p=1386>

serpiente de fuego de Fernando García Rosales (*Estudio Entropía*), *Odisea 400* [del *Grupo Semper y Adhinor* (Asociación de Historiadores del Noreste de México)], *El Cerdotado* de Polo Jasso (actualmente publicada en el periódico *Milenio Diario*), *El Monito* de Rubén Armenta (editado por *Chaneke Cómics y Action Philia*) y *El Bulbo* de Sebastián Carrillo ‘Bachan’ (publicado por la editorial *Shibalba Press*)⁴⁶, entre otros.

Finalmente, debe mencionarse al “cómico mexicano más vendido en la República⁴⁷”: *Los Guardianes de Almas: Soulkeepers*. Escrito por Fernando Sánchez Antillón e ilustrado por René Córdova, Emmanuel Ordaz, Quetzal Cárdenas y Clonerh. Apareció por primera vez en el 2008 y cuenta, actualmente, con 24 ediciones y dos libros recopilatorios⁴⁸.



(Imagen 16. Portada de la novela gráfica para adultos *Operación Bolívar*)



(Imagen 17. Portada de la compilación N. 19 de *El Cerdotado*)



(Imagen 18. Portada del primer número compilatorio de *Soulkeepers*)

⁴⁶ Información publicada en la revista digital *RPG MX* (<http://hsienko.forums-free.com/revista-rpg-mx-del-numero-0-al-9-t5.html>)

⁴⁷ En red: <http://soulkeeperscomic.com/es/conoce/acerca-de/>

⁴⁸ Ídem.

Las primeras convenciones frikis en México

En 1992 (entre enero y febrero) se celebró la primera Convención de Cómics en nuestro país, bajo el nombre de *Feria de la Historieta*, organizada por los alumnos de la licenciatura en Comunicación de la ENEP Aragón (Flores, en García y García, 2012; Álvarez, 2002).

De acuerdo con Luis Gantús⁴⁹, la primera de su tipo fue la *Convención Quetzalcóatl o CONQUE*⁵⁰, organizada por Martín Arceo, Gaby Maya, Adalisa Zarate y él. Con el apoyo de Carlos Tron (dueño de *Comics, S.A.*) y Víctor Aguilar Guízar (de *Urantia Blue Comics*), esta convención se celebró del 26 al 28 de julio de 1994, en el Polyforum Cultural Siqueiros, de la Ciudad de México. En ella participaron Antonio Gutiérrez y Yolanda Vargas Dulché, creadores de *Lágrimas, risas y amor*⁵¹, a los que se les hizo un homenaje. Además de ellos, también participaron: Sixto Valencia (dibujante de la célebre historieta mexicana *Memín Pinguín*), Oscar González Loyo (creador de la historieta mexicana *Karmatrón y los*

⁴⁹ Especialista y estudioso de la historieta en todas sus variantes. Fue uno de los principales organizadores de la *CONQUE*, desde 1994 hasta el 2001. Fue asistente editorial de *Grupo Editorial Vid*; editor de *Editorial Toukan*, así como de *Shibalba Press*. Columnista y traductor de las revistas de *Marvel Comics* publicadas por *Editorial Televisa*. Ha escrito artículos para revistas como *Cinemanía*, *Generación*, *Mad* y *Big Bang*. Mantiene un blog, desde el 2007, llamado: *Esto es FERPECTO!!!*, donde aborda diversos tópicos sobre el comic y sus momentos históricos (En red: http://estoesperfecto.produccionesbalazo.com/?page_id=2).

⁵⁰ Según Gantús (2010), el nombre de esta convención surgió porque: “Queríamos un nombre que tuviera la sílaba CON; pasamos por *Mexicon*, *Histocon*, *Histericon* (...) y nomás no dábamos con el adecuado. En esos momentos llegó mi madre que había ido al súper, y se dio cuenta que llevábamos más de tres horas ahí sentados (...) y sin saber qué estábamos haciendo, solo atinó a decir ¿CONQUE se siguen haciendo mensos? (...) Martín y yo nos volteamos a ver y empezamos a preguntarnos: ¿Y CONQUE dinero vamos a pagar?, ¿Y CONQUE vamos a contactar a los invitados?, ¿Y CONQUE gente la vamos a hacer? Decidimos llamarla CONQUE (...) Ya en el evento, cuando la prensa nos preguntó qué significaba el nombre, dijimos que CONVENCION QUETZALCOATL, porque no queríamos quitarle seriedad al evento” (En red: <http://estoesperfecto.produccionesbalazo.com/?p=158>).

⁵¹ *Lágrimas, risas y amor* es una de las revistas de historietas mexicanas más populares de México. Publicada por primera vez en 1982 por Editorial Argumentos, luego Vid, muchas de sus historias fueron adaptadas al cine y a la televisión (Wikipedia).

transformables), Eduardo del Río 'Rius' (célebre caricaturista, autor de *Los Supermachos* y *Los Agachados*), Sebastián Carrillo 'Bachan', Edgar Clement, Edgar Delgado, entre otros. Se reunieron alrededor de diez mil personas⁵².

A raíz del éxito de esta convención, empezaron a surgir otras convenciones, una de ellas fue la *MECyF* (Modelismo Estático, Ciencia Ficción y Fantasía), organizada por Grupo Editorial Vid, en 1995, en la Ciudad de México. La primera de ellas se realizó en un centro de convenciones, a un costado del Monumento a la Revolución; mientras que las *MECyF* 96 y 97 se llevaron a cabo en el Centro de Convenciones del *World Trade Center*. A dichas convenciones asistieron personalidades de la industria del cómic como: Dennis O'Neil, entonces editor de *Batman* (*DC Comics*) y creador del personaje *Azrael* (del mismo cómic); Todd McFarlane (creador del cómic *Spawn*), Dan DeCarlo (dibujante del cómic *Archie*), Dan Jurgens (escritor y dibujante de cómics estadounidense, famoso por ser el autor del emblemático número de *La Muerte de Superman*), Gabriel Vargas (creador de la famosa historieta mexicana : *La familia Burrón*), entre otros⁵³.

En 1996 se realizó la primera convención "La MOLE", en el Gimnasio Juan de la Barrera; para después trasladarse a Expo Reforma⁵⁴. Actualmente se celebra en el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones: *World Trade Center*. Entre sus invitados se encuentran: David Finch (ilustrador de *Batman: The Dark Knight*); Arthur Suydam 'The Zombie King' (autor de las portadas de *Marvel Zombies*); Greg Capullo (dibujante de historietas, conocido por sus trabajos en

⁵² En red: <http://estoesferpecto.produccionesbalazo.com/?p=158>

⁵³ Wikipedia.

⁵⁴ Información publicada en la revista digital *RPG MX* (En red: <http://hsienko.forums-free.com/revista-rpg-mx-del-numero-0-al-9-t5.html>)

Quasar, *X-Force*, *Angela* y *Spawn*); Dan Slott (escritor de cómics, conocido por sus trabajos en *The Amazing Spider-Man*, *Arkham Asylum: Living Hell* y *She-Hulk*); Ariel Olivetti (dibujante de cómics de origen argentino, conocido por ser uno de los co-creadores de la historieta *Cazador de Aventuras* y por su trabajo en *Daredevil*, *X-Man*, *El Fantasma del Espacio* y *Punisher War Journal*); Francisco Plascencia (colorista profesional de cómics, ha trabajado en *Batman*, *Spawn*, *The Walking Dead*, *Invincible* y *Gemini*, entre otros); Raúl Valdés (autor del web comic *Living with Shine*, ha colaborado en proyectos como *El muertito sabrozón* y *Un mexicano en cada hijo te dio*, así como en el título *Xtreme X-men* de Marvel Comics); y René Córdova, (director de arte del cómic mexicano: *Los Guardianes de Almas: Soulkeepers*) entre otros⁵⁵.

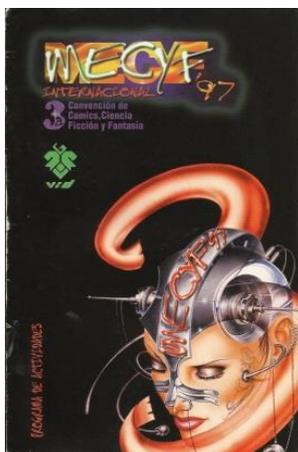
En el 2001, se celebró por primera vez la *TNT* (considerada la ‘competencia’ de *La Mole*) en el Centro de Convenciones Tlatelolco, lugar donde sigue realizándose. Según la revista digital *RPG MX*⁵⁶ este evento surgió gracias a un evento llamado *TOLUCOM*, celebrado en la ciudad de Toluca. Debido a su éxito, se trasladó a la Ciudad de México⁵⁷. Sus invitados especiales suelen ser variados, desde autores de cómics, como Jorge Break o Raúl Treviño (autor de *La Danza de la Conquista*), hasta dobladores de *animes* y series animadas en general, como: Christine Byrd, Carlo Vázquez, Enzo Fortuny, Javier Olguín, Romina Marroquín y Paty Acevedo; *cosplayers* internacionales como las italianas: NadiaSK y Mogu;

⁵⁵ En red: <http://lamole.com.mx/la-mole/invitados-especiales/>

⁵⁶ Información publicada en la revista digital *RPG MX* (En red: <http://hsienko.forums-free.com/revista-rpg-mx-del-numero-0-al-9-t5.html>)

⁵⁷ Ídem.

grupos como *Everlast* (grupo de *pop indie* japonés); o cantantes como Shinji Kakijima (cantante, compositor y productor de *anime*, de origen japonés)⁵⁸.



(Imagen 19. Portada del programa de actividades de la MECyF 1997)



(Imagen 20. Póster promocional de *La Mole* 2006)



(Imagen 21. Cartel promocional de la TNT 2011)

El boom de la animación japonesa en México, la publicación de cómics, *mangas* o *fanzines*; así como la celebración de convenciones de cómics, *mangas*, *animés* o videojuegos, no fue ajeno a Mérida, Yucatán. Por lo que no sería exagerado afirmar que la cimiento de la subcultura friki en Yucatán, fue la misma que la del centro del país. Aspecto que se apreciará con mayor claridad en los siguientes apartados, centrados en la historia local, también sinuosa, de esta subcultura.

⁵⁸ En red: <http://expo-tnt.com/>

Una experiencia de vida friki

La intención de este apartado es que, a través de la narración de mi propia experiencia de vida, como friki, pueda introducir al lector a este intento por bosquejar la historia de la subcultura friki en Mérida, Yucatán. Desde su nacimiento, conformación, hasta su posterior consolidación, recordando siempre que la cultura es algo vivo, en constante movimiento y transformación.

¿Cuándo comencé a ser friki? No sé si sea posible especificar una fecha exacta para algo así; en todo caso, un contexto. En mi caso, probablemente haya sido la mudanza de mi familia y yo en el lejano año de 1992, de la ciudad donde nací, México, D. F., a la ciudad donde crecí y viví por casi 18 años, Mérida, Yucatán. Tendría yo 10 años aproximadamente.

Aun cuando desde pequeña me gustaban muchísimo ciertas caricaturas que, después sabría, eran de origen japonés (como *Heidi*, *La familia Robinson*, *Las aventuras de Tom Sawyer*⁵⁹, o *El Mago de Oz*⁶⁰), no recuerdo que este gusto particular me hiciera sentirme distinta o diferente al resto, ni que nadie me hiciera sentir de ese modo por verlas. En todo caso, la familia de la que provenía, con tendencias ideológicas de izquierda, así como haber sido atea desde que tengo uso de memoria en un país predominantemente católico, fueron los principales recordatorios de que yo no era exactamente como el resto de los niños que conocía.

⁵⁹ Basada en la novela estadounidense de Mark Twain, este *anime* fue producido por *Nippon Animation* y emitido originalmente en 1980 (Wikipedia).

⁶⁰ Es una serie de *anime* basada en cuatro de los libros originales de L. Frank Baum, producida por el estudio *Panmedia*, se transmitió por primera vez en 1986.

Sin embargo, no fue hasta quinto año de primaria, mi primer año de escuela en Mérida, que tomé plena conciencia de mi 'diferencia'. Por múltiples razones, ese año me costó mucho trabajo hacer nuevos amigos. Entre los pocos que hice, estaban dos chicas, a las que de ahora en adelante llamaré *G* y *B*, que compartían conmigo el gusto por las animaciones japonesas que se transmitían en ese entonces por televisión abierta. Nuestra amistad sería fundamental en mi constitución como friki.

Corría el año de 1994, yo estaba en sexto año de primaria, cuando comenzó a transmitirse una caricatura que cambiaría notablemente la idea que montones teníamos sobre los 'límites' y la profundidad argumental que debía tener una animación para niños, entre muchas otras cosas. Su nombre era *Los Caballeros del Zodiaco*, animación japonesa que se transmitía los sábados, por la mañana, dentro de la barra de caricaturas que conformaban el programa de televisión para niños: *Caritele*, perteneciente a la naciente televisora *Televisión Azteca* (antes *Imevisión*), conducido por la inolvidable Adriana de Castro. No creo exagerar al afirmar que este programa, pero particularmente las caricaturas japonesas que se transmitían en él, fueron una especie de génesis de muchos de los futuros *otakus* mexicanos.

Una de las caricaturas japonesas transmitidas en este programa, que marcó mucho mi adolescencia fue *Sailor Moon*. Al momento de su transmisión en México, yo tenía como la protagonista (Serena Tsukino en México, Usagi Tsukino en Japón) 14 años, e iba –al igual que ella- en segundo de secundaria. Una de las cosas más 'frikis' que recuerdo haber hecho en ese entonces, fue correr a casa de

mi primo pequeño (vivía en la misma colonia que yo), porque mi televisión se había descompuesto, para poder ver el capítulo de ese sábado. Como mi tía había salido, la reja de la cochera de la casa estaba cerrada con candado. Recuerdo que la altura de la misma, así como el hecho de que terminara en puntas de hierro, no fueron suficientes para detenerme. Logré treparla sin problema y caer del otro lado sin lastimarme. Mi tía aún recuerda el susto que se llevó al ver a su sobrina sentada con su pequeño hijo en el sofá de la sala, viendo felizmente una caricatura, cuando ella había dejado la reja cerrada con candado.

La pasión que *G*, *B* y yo sentíamos por *Sailor Moon* era tal, que hasta elegimos, cada una, un personaje para identificarnos con él. Yo siempre me sentí identificada con Rei Hino (*Sailor Mars*), porque era la que tenía el carácter más fuerte; *G* se sentía identificada con Serena (*Sailor Moon*) porque se consideraba igual de 'torpe' y 'chillona' que la protagonista; y *B*, con Mina Aino (*Sailor Venus*), porque siempre se revolvía cuando citaba algún 'dicho popular' (como le sucedía frecuentemente al personaje). De esta animación no sólo conservo recuerdos inmejorables, sino lecciones de vida que, a la fecha, aplico en mi vida cotidiana. Como por ejemplo, cada vez que me topo con una persona que trata de hacerme daño, recuerdo que: No hay mejor forma de derrotar al 'enemigo', que tratar de entender sus motivos, perdonarlo por intentar dañarte y después, tenderle una mano franca.

Otras dos animaciones que estaban transmitiéndose en aquellos tiempos y que recuerdo significativamente fueron: *Súpercampeones* y *Las Guerreras Mágicas*. También a *G* y a *B* les gustaban mucho. Tanto, que decidimos 'casarnos'

con algunos de sus personajes principales. Yo era la esposa de Oliver Atom (Tsubasa Ozora en el original), el personaje principal; G era la esposa de Tom Misaki (Taro Misaki en el original), su mejor amigo; y B, de Benji Price (Genzo Wakabayashi en el original), rival del protagonista en un principio, y después, uno de sus mejores amigos. Incluso, hasta diseñamos unos teléfonos con cartón, para ‘comunicarnos’ con ellos: simulábamos que nos platicaban sus hazañas en la cancha (mismas que habíamos visto, un día antes, por televisión). En ese entonces, la editorial *Toukan Manga*, publicó una especie de *manga*, con bastantes ‘licencias’ sobre este *anime*; G les envió una carta contándoles sobre nuestro ‘matrimonio’ con los protagonistas y, sorprendentemente, fue publicada en la sección de correspondencia de la revista.

El caso de *Las Guerreras Mágicas* fue aún más especial. Como en *Sailor Moon*, hubo repartición de papeles entre G, B y yo. G era Anahí (Fuu Hououji en el original) -aunque siempre quiso ser Marina-, B era Marina (Umi Ryuuzaki en el original), y yo era la protagonista Lucy (Hikaru Shidou en el original). Hasta ese entonces, ningún personaje, de ninguna serie, ya fuera animada o actuada, estadounidense o japonesa, me había ‘llegado’ tanto como lo hizo Lucy. Yo tenía 13/14 años en ese entonces. Justo en el momento en que estaba siendo transmitida la segunda temporada de la serie, experimenté una crisis existencial/emocional, misma que desencadenó una suerte de guerra conmigo misma que duraría muchos años. Lucy estaba experimentando algo parecido. Albergaba tanta tristeza en su corazón, por lo que ella y sus compañeras tuvieron que hacer en la primera temporada (matar a la noble Princesa Esmeralda, por

petición de ella misma, para evitar que se transformara en un ser oscuro), que, producto de la represión de este doloroso sentimiento, nació Luz (Nova en el original), una especie de alter ego malvado, que amenazaba con destruir todo lo que ella amaba. Al final de la temporada, Lucy logra vencer a Luz (en una clara alegoría sobre la importancia de perdonarse a sí mismo). Años más tarde, cuando comencé a *cosplayarme* para las convenciones de *anime* y *manga* que se realizaban en el estado (alrededor del 2006, aproximadamente), Lucy fue uno de los primeros personajes de los que me *cosplayé*.

Es indiscutible la importancia que ciertas fanzines, algunas mexicanas, otras españolas, tuvieron en la consolidación de mi identidad como 'otaku/friki'. No creo faltar a la verdad al afirmar que no sólo de la mía, sino de la de montones de *otakus/ frikis* de mi generación. Revistas como: *Animanga*, *Domo*, *Plan B* y/o *Monos y Pelotas*, por mencionar algunas mexicanas, o *Dokan* y *Minami*, de origen español, nos permitieron comprender, con mayor profundidad, qué era lo que estábamos 'consumiendo', de qué iba esto del *anime* y el *manga* japonés; así como los *TCG's*, videojuegos e incluso, algunos Juegos de Rol. Si mal no recuerdo, estas revistas fueron las primeras en mencionar la palabra *otaku* en nuestro país, en darnos un 'nombre' a todos aquellos que nos considerábamos amantes de todas estas expresiones culturales.

La aparición de estas fanzines coincide con mi paso a la preparatoria, momento clave de mi vida 'friki', porque es ahí donde, por primera vez, me identifico plenamente como *otaku*, y conozco a un grupo de compañeros que, como yo, comparte estas aficiones y se identifican también como tales. Además

de estas aficiones, los integrantes de este grupo compartíamos la misma sensación de incompreensión o aislamiento por parte del resto de la escuela. A todos nosotros, en nuestros respectivos salones, se nos tachaba de 'raros', 'extravagantes', 'inmaduros' o 'infantiles'. Pero, a diferencia de mis amigos 'frikis' de la secundaria, los miembros de este grupo no 'ocultaban' su 'frikismo', sino todo lo contrario, lo exaltaban cada vez que podían. Eso me agradaba mucho.

En el grupo había de todo, desde los que consumían cómics y *mangas*, hasta los que incluso, dibujaban historietas donde ellos eran los personajes principales, tenían súper poderes y vivían aventuras extraordinarias. Dos de ellos participarían, varios años más tarde, en ese digno intento de hacer historieta en Yucatán llamado *Azimut*. No todos poseíamos las mismas habilidades con el dibujo, así es que algunos nos conformábamos con aprender canciones en japonés o acumular la mayor cantidad de información posible sobre los *animés*, *mangas* o cómics del momento. También disfrutábamos sobremanera, hacer cosas que otros consideraban ridículas, como por ejemplo, saltar agarrados de las manos mientras cantábamos: '*la la larala la*', como si fuéramos pitufos (a esto le llamábamos 'pitufear'). ¿Por qué lo hacíamos? No lo sé, quizás porque era una manera de burlarlos de aquellos que nos señalaban, criticaban, juzgaban. En el fondo, sabíamos que, de alguna manera, nos envidiaban, porque nosotros éramos más libres que ellos, porque podíamos hacer lo que se nos viniera en gana sin temor a lo que los demás pensarán de nosotros, a que nos consideraran 'ridículos', ya estábamos acostumbrados a ello. Además, el hecho de ser

considerados distintos al resto, implicaba de alguna manera, que éramos especiales, o al menos así nos sentíamos, y eso nos hacía muy felices.

Fue por esos años que supe de una tienda que vendía productos 'para *otakus*' llamada *Japomanía*, escondida en alguna parte de la Colonia Chuminópolis. No estoy segura si fue la primera de su tipo, pero no recuerdo haber escuchado antes de otra igual. El dueño era un joven veinteañero que sentía tal pasión por el *anime* y el *manga*, que encontró el modo de traer productos originales de Japón con ayuda de su mamá, y decidió comenzar a comercializarlos en Mérida. Había desde mantas enormes de algunas animaciones famosas, tanto en Japón como en México, hasta *mangas* en japonés, de los que nunca habíamos oído hablar. G y yo emprendimos toda una odisea para encontrar la tienda, tendríamos como 16 años en ese entonces, y nuestro sentido de orientación, así como nuestro poder adquisitivo, eran muy pobres. Nos perdimos por más de una hora, pero al final, logramos encontrarla. Los productos originales japoneses eran muy caros, de tal suerte que apenas pudimos comprar un par de posters de las animaciones *Ranma ½* y *Neon Genesis Evangelión*⁶¹, así como una o dos *OVA's*⁶², grabadas en formato VHS, de *Ranma ½* y *Dragon Ball Z* (si mi memoria no me falla, la primera doblada al inglés, la segunda doblada al castellano).

⁶¹ Esta animación aún no se había transmitido en televisión abierta, pero ya era considerada de 'culto' entre los *otakus* de ese entonces, así es que resultaba 'obligado' verla, aunque fuera doblada al inglés o al castellano.

⁶² *OVA (Original Video Animation)* es el nombre que se le da a los capítulos especiales de algún *anime*, producidas directamente en formato de vídeo. No se transmiten en televisión, y, por lo general, tienen una calidad superior a la de la serie original (Wikipedia).

Vale la pena comentar en este punto, que animaciones como *Ranma 1/2* o *Dragon Ball Z*, fueron un parte aguas en la conformación de la incipiente 'subcultura friki' en México, y por ende, de la constitución de la identidad de sus miembros, tanto por el éxito masivo que tuvieron entre muchos adolescentes que las recuerdan como las 'caricaturas' que los 'convirtieron' en *otakus*, como por la polémica que desataron entre algunas 'asociaciones de padres de familia' o entre ciertos jerarcas de la Iglesia Católica en México, ya fuera porque las consideraban muy 'violentas', ya porque el protagonista de una de ellas (*Ranma 1/2*) se convertía en una chica cuando le caía un balde de agua fría. Lo cierto es que ambas eran transmitidas en horario *prime time* de la televisión mexicana: a las 8 pm *Dragon Ball Z* y a las 8:30 pm *Ranma 1/2*, de lunes a viernes, por Canal 5 de Televisa, razón por la cual muchos consideran esta época como la Era Dorada del *anime* en México. Sin embargo, yo la recuerdo también como una época llena de intolerancia y descalificación hacia los que gustábamos de este tipo de series, pues la polémica desatada vino acompañada de una ola de condena y desacreditación a todo lo relacionado con la animación japonesa, hasta llegar a niveles tan absurdos como considerar ciertas caricaturas como 'satánicas'. El resultado fue que, lejos de que creciera la comprensión y el respeto de los 'otros' hacia nosotros, los *otakus*, los diferentes, se intensificaron la burla y el desprecio, producto, sin duda, de la intolerancia. Por lo que, aun cuando sabíamos que ninguno de nosotros se convertiría en un asesino serial por ver *Dragon Ball Z* o en *gays* o lesbianas por ver *Ranma 1/2*; todo lo que significaban para nosotros, las lecciones aprendidas en ellas sobre el amor o la amistad incondicional, tendrían

que seguir siendo reprimidas muy adentro nuestro, guardadas para ser compartidas sólo con aquellos que eran como nosotros.

Además de *Japomanía*, aparecieron otras tiendas después, que se volvieron parte de mi vida cotidiana. Una de ellas, ubicada en Gran Plaza (importante centro comercial de Mérida), llamada *Mundo Cómic*, sería una especie de germen, sin lugar a dudas, de las futuras convenciones de *anime* y *manga* que se realizarían en la ciudad, por la simple y sencilla razón de que ahí se reunían a jugar Rol, *TCG's (Trading Card Games)*⁶³, comprar cómics, CD's de *J-pop* y demás *merchandising*, pero, sobre todo, a convivir muchos de los *otakus-frikis* que unos años más tarde se convertirían en los organizadores de estas convenciones.

Aun cuando nunca fui una asidua lectora de cómics de superhéroes, en gran medida porque mis padres consideraban que tanto *Superman* como *Batman* no eran más que 'propaganda ideológica imperialista', siempre quise acercarme a este amplio universo, de tal forma que conseguí que uno de mis primos pequeños me prestara su colección de cómics de los *X-men*, y que uno de mis mejores amigos de la prepa me prestara clásicos de *DC* o *Marvel* como: *Kingdom Come*⁶⁴ o *Marvels*⁶⁵. Por razones que desconozco, mi padre se reconcilió al paso de los

⁶³ Los *Trading Card Games* o *TCG's* (Juegos de Cartas Coleccionables en español) son juegos de cartas no predefinidas, existentes en gran cantidad, variedad y características, mismas que le otorgan individualidad a cada carta. Con ellas puede construirse una baraja (o mazo) libremente de acuerdo a las reglas de cada tipo de juego en particular. El concepto de «juego de cartas coleccionables» nació en 1993 con *Magic: The Gathering*, creado por Richard Garfield. Entre los *TCG's* más famosos están: *Legend of the Five Rings*, *Mitos y Leyendas* y *Yu-Gi-Oh!* (basado en el *anime* y *manga* del mismo nombre). Continuamente aparecen *TCG's* basados en películas de cine, series televisivas, cómics o libros (Wikipedia).

⁶⁴ Cómic con estatus de 'culto', escrito por Mark Waid y dibujado por Alex Ross, publicado en 1996 por la editorial *DC Comics* (Wikipedia).

⁶⁵ Novela gráfica escrita por Kurt Busiek y dibujada por Alex Ross, publicada por la editorial *Marvel Comics* en 1994 (Wikipedia).

años con *Batman* (creo que las películas de Tim Burton tuvieron mucho que ver con esto) y entonces, él mismo comenzó a comprar cómics de *Batman*. Por lo que, con su 'permiso indirecto', apenas tuve cierto poder adquisitivo propio, comencé a comprarme los cómics que siempre había querido leer. Como por ejemplo, *La Broma Mortal*⁶⁶ y *Arkham Asylum*⁶⁷ (ambos de *Batman*), dos de mis cómics favoritos de todos los tiempos. Esta última, cuyo nombre original es *Arkham Asylum: A Serious House on Serious Earth*, es un cuestionamiento brutal sobre lo que implica la locura en nuestros tiempos, sobre qué tan locos o cuerdos realmente estamos los que habitamos fuera del manicomio.

En cuanto al *manga*, recuerdo haber recibido menos críticas por parte de mis padres, cada vez que llevaba uno a la casa (imagino que, por un lado, ya se habían 'resignado' a tener una hija *otaku*, y por el otro, las historias les resultaban menos familiares, por lo que no era/resultaba tan sencillo criticarlas). Como montones de *otakus* de mi generación, el primer *manga* que compré fue *Video Girl Ai* (publicado por *Editorial Vid*) del famoso *mangaka* Masakazu Katsura. A la fecha, no olvido la imagen brutal de Yota, el personaje principal, un joven tímido e inseguro, subiendo unas larguísimas escaleras de cristal que se destrozaban a su paso, para enterrarse cruelmente en su cuerpo, tratando de llegar a la cima para rescatar a Aii, una chica 'virtual' salida de un televisor que, por un accidente, a diferencia de sus otras compañeras, había desarrollado la capacidad de 'amar', y

⁶⁶ *Batman: The Killing Joke* (en el original) es un cómic de culto, escrito por Alan Moore y dibujado por Brian Bolland. Fue publicado en 1988 por la editorial *DC Comics*. aparecida el año 1988 (Wikipedia).

⁶⁷ *Arkham Asylum: A Serious House on Serious Earth* (en el original) es un cómic de culto, escrito por Grant Morrison (escritor) y dibujado por Dave McKean. Fue publicado en 1989 por *DC Comics* (Wikipedia).

para el colmo, se había enamorado del protagonista. El joven, al final, se da cuenta que le corresponde y decide hacer todo lo posible –incluso poner en riesgo su vida- para evitar que ella desaparezca, a sabiendas de que es un destino que no puede eludir. Ésta es una de las analogías sobre la fragilidad y el sentido del primer amor, más hermosas que he leído y visto.

Otra de las facetas que considero importantes en mi vida como friki/*otaku*, es la de *cosplayer*. Si bien nunca he sido una '*hardcore cosplayer*', o sea, alguien que invierta demasiado tiempo, dinero y esfuerzo en sus disfraces, a comparación de otros frikis; sí me he *cosplayado* en varias ocasiones para ir a alguna convención. De hecho, mi primer *cosplay*, lo hice para mi dieciseisavo cumpleaños, en casa de uno de mis mejores amigos. Todos los invitados tenían que ir 'disfrazados' de alguno de sus personajes favoritos de *anime*, cómics o videojuegos. Yo me *cosplayé* de la Capitana Misato Katsuragi, uno de los personajes principales del *anime* de culto *Neon Genesis Evangelion*. Durante mucho tiempo fue mi personaje de *anime* favorito pues se caracterizaba por ser una mujer fuerte, alegre, con varias heridas físicas y emocionales ocultas en su cuerpo, pero con un sentido del 'deber' inquebrantable.

Mi primer *cosplay* para una convención fue, si no me equivoco, el de Nausicaa, de la película animada *Nausicaa del Valle del Viento*⁶⁸, del genial Hayao Miyasaki. También Nausicaa se caracterizaba por su determinación, aplomo, y sentido del deber. Sin embargo, a diferencia de Misato Katsuragi, su destino es

⁶⁸ Película animada japonesa, inspirada en el *manga* del mismo nombre, creado también por Hayao Miyazaki. Estrenada en 1984, fue producida por el estudio *Topcraft*, un año antes de la fundación del famoso *Studio Ghibli* (Wikipedia).

menos trágico. Mi apego al personaje es tal, que mi correo electrónico no es otra cosa que un juego de palabras entre su nombre y el mío.

Mi siguiente *cosplay* fue de *onigiri*, una suerte de bolita de arroz con un relleno especial que se come comúnmente en Japón. La razón detrás de semejante *cosplay* es que otro de mis personajes favoritos: Toru Honda del *anime/manga Fruits Basket*⁶⁹ se identificaba con los *onigiris*. De personalidad tierna y sensible, Toru consigue romper con la maldición de la Familia Soma (una familia muy especial, cuyos miembros se transformaban en alguno de los doce signos del Zodiaco Chino cuando eran abrazados por alguien del sexo opuesto), a pesar de no tener ningún poder en especial, por el simple hecho de ser la única en aceptarlos y amarlos tal y como eran, con todo y sus ‘demonios’ interiores y exteriores. Una de las frases más hermosas de la serie es de ella: “Todos somos como *onigiris*, poseemos un relleno especial, pero como está en nuestra espalda, podemos ver con mayor facilidad el de los demás que el nuestro, de ahí nace nuestra envidia. Si pudiéramos ver con claridad nuestro propio y maravilloso relleno, no envidiaríamos a nadie”.

También me *cosplayé* de Haruhi Suzumiya del *anime: La melancolía de Haruhi Suzumiya*⁷⁰, una joven enérgica y temperamental que sólo desea rodearse de personas ‘especiales’ (*aliens*, viajeros en el tiempo, etc.) porque la vida cotidiana le parece demasiado aburrida y se niega a conformarse con ser una persona común y corriente, pero que desconoce, paradójicamente, que ella es una

⁶⁹ Basado en un *manga* del mismo nombre, fue adaptado a *anime* por el *Studio DEEN* en el 2001 (Wikipedia).

⁷⁰ Inspirada en una novela ligera del mismo nombre, fue adaptada a *anime* por el estudio *Kyoto Animation* en el 2006 (Wikipedia).

suerte de 'diosa' con la capacidad de modificar radicalmente la realidad que la rodea, para bien y para mal.

Finalmente, en *La Mole* de marzo del 2012 (convención de cómics y *manga* celebrada dos veces al año en el DF), me *cosplayé* del personaje de Mokona negra (hay dos tipos, la negra y la blanca) del *anime/manga XXX Holic*⁷¹: una especie de ser mágico, con forma de conejo negro, que disfruta de comer y beber a todas horas, siempre está de buen humor y no suele tomarse nada en serio. Después de todo, *cosplayarse*, también es una cuestión de humor; y las convenciones de *anime*, *manga*, cómics, etc., son una suerte de liberación, una 'oda' a la 'frikés'. Creo que, cada vez que nos disfrazamos, ya sea para algún Carnaval, festividad popular u ocasional, pero sobre todo, para una convención friki, somos más nosotros mismos que nunca. Porque en cada uno de los aditamentos que conforman nuestro *cosplay*, hay algo de nuestras cualidades y defectos; de lo que fuimos, somos o queremos ser. Incluso, un recordatorio de lo que jamás seremos. Todos los frikis y probablemente, los no frikis, tenemos algo de Bruce Wayne/ *Batman* en nuestro interior: Bruce es nuestro disfraz, *Batman* es quien realmente somos.

Hace algunos meses cumplí 30 años (5 de noviembre de 2012). Sigo siendo friki. No fue una 'condición' que desapareciera con el acné característico de la adolescencia o mi incorporación al mundo adulto, 'productivo' y 'funcional'. Sigo buscando 'respuestas' al sentido de mi existencia, en el cine, los libros, el *anime* o los cómics. En todo lo que huele a 'fantástico'. En mi cuarto hay una repisa llena

⁷¹ Es un *manga* escrito e ilustrado por el famoso grupo de *mangakas* CLAMP, cuya adaptación al *anime* fue producida por el estudio *Production I. G.* en el 2006 (Wikipedia).

de pequeñas figuras coleccionables de los *animés* que me han marcado a lo largo de mi vida, me los traje desde Mérida (actualmente radico en la Ciudad de México) para que me recordaran, por si me atrevía a olvidarlo, de dónde suelo sacar la fuerza necesaria para seguir de pie, cuando me canso y las rodillas comienzan a temblarme. Junto a mi cama hay una manta de un metro de ancho por uno de largo, de Yuko Ichijara, la *Bruja de las Dimensiones* (personaje del *anime/manga XXX- Holic*), mientras me sonrío misteriosamente, parece susurrarme al oído: “Recuerda que las coincidencias no existen”. Finalmente, en la puerta de mi cuarto hay un póster de la película: *Batman: The Dark Knight Rises*. Cada vez que lo miro, me vienen a la memoria las palabras que le dice Thomas Wayne a su hijo, Bruce, cuando éste se cae por primera vez: “¿Sabes por qué nos caemos hijo? Para aprender a levantarnos”.

De una reunión de unos cuantos frikis en una cafetería de Mérida a la consolidación de las Convenciones de *anime*, *manga* y videojuegos: *Senka y Tsunami*.

En el 2001, un grupo de *otakus* o aficionados al *anime* y *manga* japonés, motivados por el crecimiento de estas aficiones en Mérida, organizaron la primera convención con el objetivo de reunir, en un solo lugar, a todos los seguidores del *anime*, *manga*, juegos de rol, videojuegos e incluso de las películas de *Star Wars*. El resultado fue pobre, apenas lograron reunir a 200 personas. Ocho años después, las dos convenciones más importantes de su tipo en la ciudad: el

Tsunami y el *Senka*, reúnen, de acuerdo con sus organizadores, alrededor de 6,000 personas por evento.

Tenoch Meneses Turriza⁷², uno de los principales organizadores de la convención *Tsunami*, comenta:

Las primeras jornadas en Mérida, las organizamos unos amigos y yo en un terreno ubicado en Los Pinos. Un año después, la realizamos en el café *Tiempos* (ubicado en la Colonia Jesús Carranza). Hasta el 2004 se llevaron a cabo, por primera vez, en el Centro de Convenciones Siglo XXI⁷³, bajo el nombre de *Tsunami*⁷⁴. Acudieron cerca de mil personas. En la *Tsunami 15* [marzo del 2009] asistieron más de 6000 personas.

Cuando comenzamos había sólo cuatro estantes de productos japoneses, todos pertenecientes a tiendas locales, entre ellas la nuestra. Ahora hay más de treinta estantes de diversas tiendas especializadas del país. Los eventos más importantes de las primeras jornadas eran las proyecciones de anime, los torneos de videojuegos, las tarjetas coleccionables [TCG's], el concurso de dibujo y de karaoke. Actualmente traemos actores de doblaje reconocidos, tanto nacionales como internacionales, así como *cosplayers* estadounidenses. También se presentan grupos de rock e instrumental, que interpretan melodías de *anime* o videojuegos como: *Gasara* del D. F., *Raizen* de Cancún y los yucatecos: *Umi no kami*, *Kanan* y *Musike*, algunos integrantes de este último también forman parte de la Orquesta Sinfónica de Yucatán.

⁷² Entrevista realizada el 7 de mayo de 2009.

⁷³ El centro de convenciones más importante de Yucatán.

⁷⁴ Una de las dos convenciones de *anime*, *manga* y videojuegos más importantes de la península yucateca.



(Imagen 22. Volante promocional de la Tsunami 20, diciembre de 2011)



(Imagen 23. Banner promocional del Senka de mayo de 2013)

Por su parte, Fermín Flores Quiroz⁷⁵, co-organizador del *Senka*, del 2005 al 2008, afirma que:

Las convenciones son el máximo para la vida friki (...) porque todos los frikis [reunidos] pueden dejar salir su 'frikés' tal cual, como es, sin tener miedo a lo que la gente pueda pensar (...) Puedes vestirse del personaje que siempre has querido, comprarte muñecos de ese personaje y probablemente en lugar de que la gente te diga ¿Para qué gastas en eso? Te lo van a chulear, te van a decir ¡Qué chingón! ¿Cuánto te costó? Cosas de ese estilo.

Precisamente, su gusto por la cultura japonesa, por el *anime* y el *manga*, lo llevaron a unirse al grupo que organiza esta convención:

Cuando me uní al grupo, ésta era muy pequeñita... No lograba reunir una cantidad realmente importante de gente, a lo mucho unas 150 personas. Estuve en ella durante 4, 5 años, hasta que logramos que fuera un evento grande, que se hiciera en el salón más importante de la ciudad, el salón Chichén Itzá⁷⁶ del Centro de Convenciones Siglo XXI, con alrededor de más de 6 mil personas.

⁷⁵ Entrevista realizada el 8 de julio de 2012.

⁷⁶ Es el salón más grande del Siglo XXI.

Sin embargo, a pesar de los logros obtenidos, Flores Quiroz tuvo que dejar la organización del *Senka*:

Por razones de trabajo, escuela y todo eso (...) Fue un proceso largo (...) Para organizar el *Senka*, teníamos que reunirnos cinco meses antes de cada evento, diseñábamos una pirámide de mandos bien organizada, de tal forma que los encargados de ciertas áreas (instalación de estantes, videojuegos, sonido, electricidad, seguridad o comida) fueran lo más expertos posibles, después trabajábamos arduamente en la logística durante el evento (...) Ya durante la Convención, tenías que estar viendo que todo funcionara, estar frente a la gente hablando, conduciendo algunos eventos, después, quedarte hasta el final a guardar todo (...) Para mí, en lugar de que fuera un día solamente [como para la mayoría de los frikis que asisten] eran meses de estar planeándola a detalle (...) Una semana antes, era vivir la Convención al máximo. Y el mero día, era dedicarte a que funcionara para los demás... Simplemente, dejé de disfrutarlas.

Otra de las personas que estuvo en el staff del *Senka* durante más de cuatro años es Catalina Herrera⁷⁷:

Yo viví en carne propia lo que es una convención y resulta muy descorazonador ver que todo se centra en la cuestión comercial. Uno planea incluso la forma en que van a estar los stands para que el flujo, el movimiento de las personas, sea recorrerlo todo, antes de llegar a las actividades (...) Las actividades estaban en un segundo plano. Y si yo y otro compañero no estábamos ahí, viendo que se hicieran, no se realizaban. Esa es la razón por la que no disfrutaba de las convenciones. Cuando mi compañero y yo nos quitamos del staff, se dejaron de hacer [las actividades], se volvió más comercial.

Antes de ser una de las organizadoras del *Senka*, Catalina Herrera era una aficionada más del *anime*, del *manga*, pero sobre todo, de los videojuegos; esa es la razón por la que decidió unirse a la organización del *Senka*:

⁷⁷ Entrevista realizada el 8 de julio de 2012.

Todo empezó en una convención muy pequeña que se hacía en un café, ahí por el 2000, 2001. Recuerdo que realmente lo disfruté mucho. Como novato, cuando estás viviendo eso por primera vez, es algo así como: ¡Wow! ¿Qué es esto? Recuerdo que lo que más me gustaba era ver *anime* ahí, en ese momento... Ver a la gente que estaba jugando videojuegos. Meterme a jugar a las 'retas'... Comprar algunas cosas relacionadas con el *anime* que se había proyectado... [El espacio] era muy pequeño, por lo que, rapidísimo, terminabas de recorrer el lugar... Además, había poca gente, a lo mucho, unas 150 personas.

Poco tiempo después, conocimos a un chico que además de estudiar lo mismo que mi novio y yo, trabajaba en *Mundo Vid*⁷⁸. Entonces, nos hicimos amigos de él. Era más grande que nosotros y quería hacer una convención, entonces decidimos apoyarlo. Todo empezó en un lugar pequeño, creo que era la Cámara de Comercio. Fue muy padre aprender cómo se organizaba algo así, desde buscar los locales [para realizarla], hasta diseñar cómo distribuir los espacios. Al principio, proponíamos que *animés* se iban a proyectar y los conseguíamos. Ese era nuestro primer trabajo. O sea, no nos metíamos tanto en la organización, sino en la selección de *animés*: saber cuáles eran los más nuevos, que casi nadie los hubiera visto, y conseguirlos. Eso era lo más padre, porque eso era lo que a mí más me gustaba en ese momento, ver *anime*. Las siguientes dos [convenciones], ya nos metimos más en la distribución espacial. Como arquitectos, era inevitable que termináramos viendo las distribuciones espaciales, la colocación de los stands. Después empezó todo el asunto de las actividades. Empezamos a desarrollar juegos como los 'torneos de espadas'. Nosotros hacíamos las espadas, conseguíamos los materiales, prácticamente, hacíamos manualidades. Otra actividad que recuerdo que organizamos fue la del *jan ken pon* [el juego de manos 'piedra, papel o tijeras' en japonés]. Siempre tratábamos de organizar cosas distintas, que no se hubieran hecho antes. Ya durante la Convención, aparte de supervisar el desarrollo de estas actividades, nos hacíamos cargo del 'Concurso de dibujo' en vivo... Y de repente, ya para la siguiente [convención], nos dimos cuenta de que si no estábamos nosotros [para la supervisión de estas actividades], nadie más se hacía cargo de ellas. Obviamente no podíamos dividirnos en mil personas. Ahí fue donde nos percatamos de que el objetivo del organizador principal era que funcionara lo comercial, no el entretenimiento de los asistentes. Recuerdo que hubo una ocasión

⁷⁸ Tienda perteneciente al extinto Grupo Editorial Vid, de origen mexicano, se especializaba en la publicación de cómics y *mangas*.

en que dejó el espacio para las proyecciones, que era lo que a mí más me importaba, al último, no había luz, ni buen sonido, para poder proyectar los *animés*. Porque lo más importante para él era la tarima, que se invitara a la gente a comprar... Esa fue la razón por la que me quise salir [de la organización], después de cuatro años y ocho convenciones [se organizan dos por año], ya no valía la pena para mí.

A pesar de todo, las convenciones de *anime*, *manga*, videojuegos, etc., como el *Senka* o la *Tsunami*, son un espacio único de convivencia, intercambio de significados y comunión de sentidos, entre los frikis. Es ahí donde refuerzan su identidad 'friki', ya que, por un lado, el friki se caracteriza por establecer una relación tanto afectiva como orientadora con sus aficiones, misma que expresa (entre otras formas) a través del consumo de todo aquello que se relacione con ellas (ya sean playeras, tazas, peluches, figuras de colección, DVD's o CD's, de sus *animés*, cómics, películas o series de televisión favoritas, entre otros productos). Y por el otro, el friki suele tener dificultades para relacionarse con aquellos que no comparten su afición, por lo que, rara vez, abandona los espacios donde se siente cómodo y seguro (como su casa o la casa de sus amigos), por lo que las convenciones juegan un papel fundamental en su proceso de socialización, entendiendo por ésta, el proceso a través del cual se adquiere el sentido de identidad, se aprenden las creencias de la cultura circundante, así como las expectativas que tienen, sobre nosotros, los demás (Geller y Levine, 2000). Recordemos que nuestros grupos de pares son agentes de socialización, influyen en nuestro comportamiento y en el sentido que le atribuimos a lo que somos y a lo que vivimos. Las interacciones con ellos "fuera del círculo de amigos cercanos, como los amigos de amigos, conocidos, extraños e incluso los enemigos, también sirven como un reflejo que [nos] proporciona (...) un sentido

más amplio del mundo” (Giordano, en Geller y Levine, 2000: 141).



(Imagen 24. Área para jugar TCG's, *Senka*, 14 de julio de 2012)



(Imagen 25. Cosplayers posando, *Tsunami*, 18 de diciembre de 2011)

Azimut: La primera revista de historietas 100% yucateca

Como parte del ‘fenómeno friki’ en Yucatán, es importante destacar que al igual que en el centro de la República, o en ciudades como Monterrey o Guadalajara; en la capital yucateca, un grupo de jóvenes ilustradores y guionistas -amantes de la historieta, particularmente del cómic estadounidense y del *manga* japonés- se reunieron para darle vida a la primera revista de historietas cien por ciento yucateca: *Azimut*, que es un término cartográfico de origen árabe que significa: “seguir el rumbo” (Pacheco, 2013).

La intención de la revista, en palabras de su director de arte y diseñador gráfico, Christian Pacheco Quijano⁷⁹, era: *“Hacer una revista que les diera algo a todos. Al que le gustara la tira cómica, que leyera tira cómica; al que le gustara el cómic, que leyera cómic; al que le gustara la novela gráfica, que leyera novela*

⁷⁹ Entrevista realizada el 11 de enero de 2013.

gráfica(...) Así como ofrecer un espacio de promoción y exposición al talento local”.

Financiada por el ex Instituto de Cultura de Yucatán (ICY), ahora Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán (SEDECULTA), la revista logró editar solo dos números. Sin embargo, su calidad gráfica y argumental, los colaboradores con los que contó, así como el hecho de que fuera un esfuerzo, hasta ahora único en su tipo, en el estado de Yucatán, la hacen merecedora de un apartado propio en este intento de esbozo de la historia de la subcultura friki en Yucatán.

¿Cómo y por qué surge *Azimuth*? El diseñador gráfico Christian Pacheco Quijano, responde:

A mediados del 96, empieza en México la fiebre de las convenciones (...) La primera convención a la que recuerdo haber asistido es la CONQUE o Convención Quetzalcóatl, en la Ciudad de México (...) Ahí comenzaron a salir los principales autores mexicanos de cómic contemporáneo: Del *Taller del Perro*, que es el taller que resulta de la extinción de la revista *Gallito Cómics*, salieron Ricardo Peláez, Edgar Clement, José Quintero y ‘Frik’ (...) Esta convención se quedó fuertemente grabada en mi memoria (...) Ya en Mérida, yo estaba buscando un tema para titularme (...) Recuerdo haber asistido a la ‘Primera Jornada de *Anime*, Cómics...’, un nombre larguísimo, y veo un potencial enorme... Se habrá hecho en el 2002, 2003 aproximadamente, en la cafetería ‘Tiempos’. Conozco por primera vez a Grettel, Tenoch y Ulises, que eran muy amigos de Alberto e Irene, quienes tenían la tienda de *Mundo Cómic*. Yo iba a comprar cómics ahí y siempre que iba, los veía dibujando. Entonces, me llamó la atención el trabajo de Irene, porque era muy profesional (...) Me acerco a ellos, les digo que yo no soy fanático, llevaba años alejado del cómic, nunca había leído un *manga* y lo único que sabía de *anime* era sobre *Dragon Ball*; pero me despertó cierta fascinación el hecho de que hubiera gente que fuera a la tienda y pagara dinero por ver *anime*. Porque un adulto de 24 años que ve caricaturas es raro, entonces ahí, te sentías en confianza (...) Poco

después, se acercan Tenoch y Ulises a nosotros, y se da –paralelamente- la creación de la revista, con la gestación de las convenciones. ***Azimut se creó gracias a las convenciones de cómics y anime, si no hubiera sido por eso, no surge. Azimut y Alter Ego*** [el estudio] **se crean gracias a los frikis.**

Sin embargo, concretar un proyecto de esta naturaleza, no fue nada fácil.

Pacheco Quijano cuenta la odisea:

Entonces les digo, a Alonso Pérez, Alberto Andrade, Irene, Humberto Chí 'Tochi', Juan Carlos Fleites y a Sergio [Pérez] Moo, que era el que coordinaba el grupo: "Miren, ustedes son un grupo de artistas, yo no dibujo, pero soy diseñador. Yo les puedo apoyar en el área en la que están fallando. Su proyecto es muy bueno, pero no tiene forma. Y yo necesito un proyecto para darle forma, necesito un tema para hacer un proyecto de tesis". Me preguntaron en qué los podía ayudar, y les dije: "Les puedo ayudar a hacer el logotipo de la revista, en el diseño y en darle un concepto, porque la revista no tiene ni pies ni cabeza". Y así surge *Azimut* (...) Empezamos a ver que el proyecto estaba creciendo, pero se necesitaba una contraparte, porque en ese entonces era muy fuerte el estigma del *otaku*: ñoños, frikis, fenómenos, etc., todavía no era 'cool ser *geek*'. Entonces les dije: "Yo tengo un amigo, Sergio Neri, que es caricaturista", no conozco a nadie más *freak* que él. Cuando lo invito, me pregunta "¿Quiénes están en el proyecto?" Cuando le digo, se quedó asombrado, imagínate que un *freak* se asuste de otros *freaks*. Fue difícil, porque estás hablando de cambiar la ideología de los que eran 100% *otakus*, y de cambiar la ideología de los que eran 100% 'comiqueros'. Creo que la importancia de *Azimut* fue esa, tratar de conciliar dos disciplinas, que no tenían por qué ser enemigas [*manga* vs. cómic] (...) El objetivo de la revista era ofrecer un espacio de promoción y exposición al talento local (...) Las historias tenían una continuidad, lo cual fue una muy mala idea, una vez alguien me dijo que si iba a hacer una revista así, las historias tenían que ser auto-conclusivas. Obviamente nos inspiramos en *Métal Hurlant*⁸⁰ o *Heavy Metal* y en *Gallito Comics* (...) Sí había un criterio editorial, estábamos muy comprometidos con la calidad, porque nos dimos a la tarea de investigar y vimos varios intentos locales, había uno que se llamaba *Archivo*

⁸⁰ *Métal Hurlant* es el nombre de una revista de historietas de ciencia ficción francesa, editada entre 1974 y 1987. También se editó en Italia, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos (bajo el título de *Heavy Metal*) y España (Wikipedia).

Muerto que tenía una calidad muy baja, eran garabatos. La calidad de los dibujos de *Azimuth* era muy buena. El diseño fue impecable, lo realizaron varias personas, porque llegó un momento en que yo no podía hacerme cargo del diseño y se lo tuve que ceder a otra persona, porque era una responsabilidad muy grande. (...) A lo mejor pecamos un poquito de presuntuosos, yo creo que ese fue nuestro único error, que le pusimos 'demasiada crema a nuestro tacos'. Pero es que nos costó mucho trabajo conseguir una beca por parte del ICY. Teníamos un apoyo de casi 120, 000 pesos. Ese dinero se fue en impresiones, no pagó un centavo de nuestro trabajo y fueron casi dos años y medio de chamba.

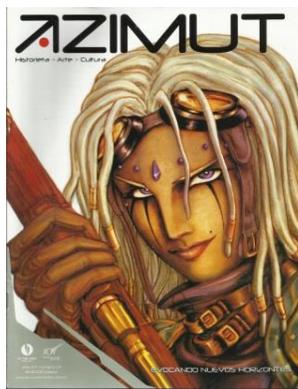
Después de la publicación del primer número, el estudio *Alter Ego* se dividió, por lo que fue más difícil sacar el número dos:

Entre el 2005 y el 2006 el grupo se divide porque los objetivos de la revista cambiaron. Pasaron dos años, pero no recuperamos económicamente lo que invertimos (...) No contábamos con el principal enemigo de una revista: la distribución. Y nadie quería hacer esa chamba. Una vez Sergio [Pérez Moo] y yo nos fuimos al DF, tienda por tienda, dejando revistas, nunca las volvimos a ver, siempre te dicen: "Déjamelas y si se venden, te las pago". Pero nosotros no vivíamos en México. Ahí fue donde nos dimos cuenta de que era una tontería venderla, debimos haberla hecho gratuita. Ilusamente pensamos que íbamos a tener una retribución económica (...) Al dividirse el grupo, perdemos las historias de Irene, de Iván, de Alonso (...) Nos quedamos con la mitad del equipo y la urgencia de tener que mandarla a imprenta ¿Qué hacemos? Pues logro contactar a Edgar Clement, quien nos da una historia completa, pero no alcanzamos a publicarla por falta de espacio, lo cual fue un error garrafal. En el número dos de *Azimuth*, colaboraron muchos amigos, a nivel nacional, como Raúl Treviño, autor de *La Danza de la Conquista*, novela gráfica que le compró la editorial española *Norma Editorial* (actualmente está radicando en España).

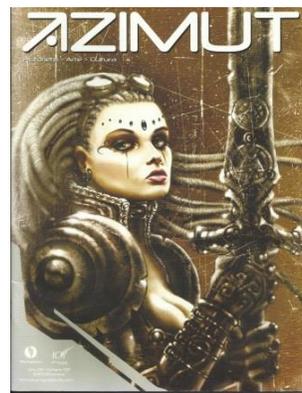
Finalmente, ante la pregunta de si el proyecto renacerá o continuará de alguna forma, Pacheco responde:

El futuro de las historietas no es lo impreso. *Azimuth* va a renacer pero no de mi parte. Juan Carlos [Fleites] la va a retomar, la va a sacar online, vas a poder

descargarla en PDF. Va a ser un proyecto autosustentable. Sin el apoyo de ningún instituto de cultura (...) Yo creo que ahorita la revolución está en los web-cómics, porque no te enfrentas a costos de impresión, ni de distribución. Si eres autor de cómics, ya no tienes ni que crear una página web, puedes subirlo a tu *Facebook*. Ya no hay pretextos. Un buen ejemplo de web-cómics mexicanos que están actualmente en boga son: *Cindy 'La Regia'* de Ricardo Cucabonga; *Caballo Negro* de Jorge Cavazos; *Bunsen* del yucateco Jorge Pinto, *La Tuya en Vinagre* de Sergio Neri, y *Perros Salvajes* de Edgar Clement, que retoma el universo de *Operación Bolívar*.



(Imagen 26. Portada del ejemplar No. 1 de *Azimut*)



(Imagen 27. Portada del ejemplar No. 2 de *Azimut*)

Además de la pasión por hacer historieta en Yucatán, también existe otra, que implica, de igual forma, mucha creatividad e imaginación: Jugar Rol. Pero ¿Qué son los Juegos de Rol? ¿Quiénes practican esta afición? ¿Por qué lo hacen?

¡Siempre he querido ser un *Gangrel*⁸¹! Breve historia de los jugadores de Rol en Mérida.

Cómo se ha señalado con anterioridad, los jugadores de Rol también forman parte de la extensa y compleja subcultura friki. El juego de rol, o *role-playing game*, es un juego en el que uno o más jugadores desempeñan un determinado rol, papel o personalidad concreta. Se originó en Estados Unidos a finales de 1960. El primer libro que desarrolló una historia para jugar rol fue *Dungeons & Dragons* en 1974⁸².

“Jugar Rol es como construir una novela. El gamemaster (narrador) es el escritor, los jugadores son los personajes. El destino de la historia depende del azar y las decisiones, del narrador”, explica Fermín Flores Quiroz⁸³. *“Los jugadores de Rol, -comenta Edgardo de la Cruz Moreno-⁸⁴ son generalmente nerds, amantes de los libros y de la fantasía, de entre 15 y 30 años de edad”.* Sin embargo, acota: *“No es un juego fácil, a veces llenar una hoja de Dungeons and Dragons es como llenar una forma fiscal”.*

Tenoch Meneses Turriza⁸⁵, dueño de la tienda especializada *Tsubasa Shop* y co-organizador de la *Tsunami*, afirma que: *“La mayoría de los jugadores son personas tímidas que encuentran en el Rol la posibilidad de expresarse, de plasmar en su personaje la forma como quisieran ser en la realidad”.*

⁸¹ Tipo de vampiro zoomorfo, perteneciente al universo ficticio del Juego de Rol: *Vampiro: La mascarada*, creado por Mark Rein-Hagen, fue publicado por la compañía *White Wolf Game Studio* en 1991 (Wikipedia).

⁸² Wikipedia.

⁸³ Entrevista realizada el 7 de mayo de 2009.

⁸⁴ Entrevista realizada el 7 de mayo de 2009.

⁸⁵ Entrevista realizada el 7 de mayo de 2009.

En Mérida se empezaron a jugar ‘Juegos de Rol’⁸⁶ desde hace más de 15 años, en una tienda especializada llamada *Japomanía*, ubicada en la colonia Chuminópolis, afirma De la Cruz Moreno. Sin embargo, el juego de Rol no necesita jugarse en algún lugar en especial, puede jugarse en cafés, casas de amigos o incluso por Internet, en foros. *“Pero es preferible jugarlo en lugares privados porque algunas acciones se tienen que actuar y no salen igual de bien si un extraño te está viendo”*, comenta Flores Quiroz.

De acuerdo con Meneses Turriza, actualmente existen alrededor de cuatro grupos, los más conocidos son “La Cofradía” y “La Capilla”. Los juegos de Rol más jugados son *Dungeons and Dragons* y *Vampiro: La mascarada*.

La historia de De la Cruz Moreno con los Juegos de Rol es la siguiente:

Empecé a jugar *Vampiro: La mascarada*, con un grupo de amigos que se hacían llamar ‘La Capilla’, hace como cinco años, porque se veía muy interesante. A lo largo del juego desarrollé tres o cuatro personajes, entre ellos un vampiro millonario con la personalidad de Al Pacino en la película *Caracortada*⁸⁷, que se dedicaba a traficar todo lo traficable; y el de un ilusionista que aspiraba a cambiar la realidad del mundo”.

Mientras que Flores Quiroz cuenta que: *“Comencé a jugar con mis compañeros de la prepa, entre clase y clase. Mi personaje favorito es uno que desarrollé en una ‘campaña’ [historia] basada en la película japonesa Battle*

⁸⁷ *Scarface* en el original, es una película estadounidense de 1983, dirigida por Brian De Palma.

*Royale*⁸⁸. Era un estudiante común que tenía un radar con el que podía localizar dónde estaban los demás oponentes”.

Finalmente, Wilberth Novelo Campo⁸⁹ comenta: *“Empecé a jugar Vampiro: La mascarada hace como seis meses. Los mejores personajes que he creado son un Gangrel y un Malquivian (vampiro trastornado). Al principio no sabía cómo desarrollar al Malquivian, pero luego me di cuenta que, como estaba loco, podía comportarme como yo quisiera. Murió de una cornada y después fue quemado”*.

Habiendo tantas opciones de entretenimiento hoy en día ¿Por qué jugar Rol? Flores Quiroz responde: *“Es una manera económica de entretenerse, sólo necesitas lápices, papel y un paquete de dados que cuesta alrededor de 100 pesos. Los libros que utilizas para desarrollar la historia los puedes fotocopiar o incluso bajar de Internet”*. Así mismo, jugar Rol puede *“activar ciertas habilidades investigativas, además de enseñarte a jugar en equipo”*, sostiene De la Cruz Moreno. Y remata: *“Existen quienes piensan que un jugador de Rol puede llegar a confundir la realidad con la fantasía, pero yo no conozco a nadie que lo haya hecho, eso es cosa de esquizofrénicos”*.

Mucho se ha escrito sobre el rol de la fantasía en la vida del hombre, por ejemplo, para el sociólogo Norbert Elias: *“La fantasía es la hermana gemela de la razón”* (1994: 127). Y el que *“no consigamos hallar en nuestros modelos teóricos de la humanidad un lugar para las fantasías es uno de los factores responsables*

⁸⁸ *Battle Royale* es una película de culto japonesa dirigida por Kinji Fukasaku, adaptada de la novela homónima, fue estrenada en el año 2000 (Wikipedia).

⁸⁹ Entrevista realizada el 7 de mayo de 2009.

de que no consigamos vincular teorías de la cultura, y por lo tanto también de la religión, con teorías de otros aspectos de los seres humanos y sus diversas manifestaciones” (1994: 129-130).

Al analizar la relación entre fantasía y realidad, el filósofo e historiador Slavoj Žižek (1999: 31) señala: “Podemos ver claramente cómo la fantasía está del lado de la realidad, cómo soporta el ‘sentido de realidad’ del sujeto: cuando el marco fantasmático se desintegra, el sujeto sufre una ‘pérdida de realidad’ y comienza a percibir la realidad como un universo ‘irreal’ pesadillesco, sin una base ontológica firme; este universo pesadillesco no es una fantasía sino, por el contrario, es lo que queda de la realidad cuando ésta pierde su apoyo en la fantasía”.

Lo cierto es que, para muchos jugadores de Rol, esta actividad lúdica es más que puro entretenimiento, es la vía a través de la cual consiguen dibujar modelos aspiracionales y en cierta medida, transformarse, al menos por un instante, en ellos. Jugar Rol resulta una suerte de liberación, una canalización de la frustración acumulada ante la imposibilidad de obtener un mayor grado de certeza o seguridad en la propia vida, sobre todo, ante la realidad azarosa e incierta que nos tocó vivir.

Cosplayers en Yucatán

El *cosplay* (contracción del inglés *costume*: disfraz y *play*: jugar) es un fenómeno cultural que se originó en Japón en la década de los ochenta (García,

2010: 89). Originalmente consistía en disfrazarse de un personaje de *manga*, *anime* o videojuego, pero hoy en día se extiende hasta personajes de cómics, generalmente superhéroes, o de películas de aventura, fantasía o ficción como la saga de *Star Wars*, *El Señor de los Anillos* o *Piratas del Caribe*.

Dentro de esta subcultura hay divisiones, por un lado están los *cosplayers* (los que se disfrazan), por el otro, los que elaboran el *cosplay* conocidos como *cosmakers*, y finalmente los *crossplayers*, que son aquellos que se *cosplayan* de un personaje del sexo opuesto.

Si bien el *cosplay* es considerado un *hobbie* algo caro (por el costo de elaboración de los disfraces), hay quienes han conseguido convertirlo en su modo de vida. Ejemplos de ello son los *cosplayers* internacionales: Francesca Dani de Italia y Yaya Han de Estados Unidos.

Como la mayoría de las aficiones frikis, el *cosplay* suele considerarse, por el resto de la sociedad, ajena al universo simbólico que acompaña a esta práctica, una actividad que refleja 'inmadurez', en el mejor de los casos, y una 'pérdida de la personalidad', en el peor (Díaz y Ricárdez, 2011). Sin embargo, a pesar de los prejuicios alrededor del *cosplay*, reflejo de una profunda ignorancia sobre esta subcultura, hay especialistas, como el Director del Hospital Psiquiátrico de Yucatán, el Dr. Roberto Carrillo Ruiz (en Díaz y Ricárdez, 2011), que reconocen que esta actividad además de incentivar la creatividad, estimulan el trabajo en equipo, pues es muy difícil elaborar este tipo de disfraces en solitario.

De igual forma, como se observa en las respuestas de 'Aii & Joy', *cosplayers* y *cosmakers* yucatecas, esta actividad las ha ayudado a socializar y a encontrar su verdadera vocación. Conocí a 'Aii & Joy' en el Taller de Cosplay que imparten en la Plaza de la Tecnología (ubicada en el centro de la ciudad de Mérida) en julio de 2012 y donde realicé observación.

Joy (Uchiha/Holic)⁹⁰, estudiante de preparatoria, próxima a cumplir 17 años, comenzó a hacer *cosplay* cuando tenía 13. Su acercamiento a este 'mundo' se dio a través de una convención de *anime*, *mangas*, videojuegos, etcétera. "*Cuando vi a los cosplayers me dije: ¡Wow, pertenezco aquí, quiero hacer esto!*", me comenta. Además de *cosplayer*, Joy es *cosmaker*, o sea que ella misma se elabora, muchas veces con ayuda de su madre o de su hermana (Aii) los trajes que va a ponerse, basándose en alguno de sus personajes favoritos. Lo que más disfruta de esta actividad es el proceso creativo, aprender nuevas técnicas de costura, y conocer, a través de la exhibición de su trabajo, ya sea en vivo, en las convenciones, ya sea de modo virtual, por foros en Internet, a nuevas personas, tanto nacionales como internacionales.

En el caso de Aii (Megurine/ Holic)⁹¹, con 20 años recién cumplidos, y siendo estudiante de la carrera de Educadora para Preescolar, el proceso fue similar. Cuando asistió a su primera convención y vio por vez primera a unos jóvenes que subían a una tarima, disfrazados, con pelucas, se dijo:

⁹⁰ En entrevista realizada el 25 de julio de 2012.

⁹¹ En entrevista realizada el 25 de julio de 2012.

¿Qué es esto? ¡Tengo que hacerlo! Fue la única vez que no fui cosplayada. Para la siguiente convención fui de Misa Amane de Death Note [animación japonesa] (...) Iba vestida con ropa mía y sin peluca [el personaje es rubio y Aii tiene el cabello negro] ¡Nada que ver! Y a pesar de eso, yo estaba orgullosa, me tomaban fotos, y yo estaba emocionada. Ahí dije: ¡De aquí soy! Me empecé a ‘pegar’ más a mi hermana –antes no nos llevábamos- y ahora somos inseparables.

Aii considera que ha aprendido mucho de este ‘universo’:

Creo que he aprendido muchas cosas, por ejemplo, de la cultura japonesa, que es definitivamente punto y aparte de la nuestra. Ellos tienen una mentalidad muy abierta, puedes salir con una peluca, diario, a tu trabajo y no hay ningún problema. Hay calles en las cuales la gente va con su *cosplay* o vestida de *Lolita*⁹², así salen a comer, así viven y nadie les dice nada (...) Pienso que, no porque las personas quieran meterte en la cabeza un patrón, tienes que seguirlo, tienes que romperlo, o más bien, seguir tus propios instintos. Si es lo que realmente te gusta hacer ¿por qué dejarlo a un lado sólo porque a otra persona no le gusta?⁹³

El papel de las convenciones de *anime*, *manga*, videojuegos, etc., ha sido fundamental para la existencia de los *cosplayers* yucatecos, pues como señalan ambas *cosplayers*: “*Son el medio para dar a conocer tu trabajo, si desaparecen las convenciones, en definitiva, sería difícil que sobreviviera el mundo del cosplay*”.

Y es que pareciera que ambas actividades están ligadas de forma indisoluble:

Desde que tenemos memoria, en las convenciones ya existía el concurso de *cosplay* (...) Aunque ha ido evolucionando pues el Internet, particularmente el Facebook, ha abierto las puertas para que puedas comprar pelucas y cosas así... Antes lo común era hacer los trajes con tu ropa y pintarte el pelo con spray de

⁹² Es una moda japonesa, actualmente considerada una subcultura, que consiste en usar vestidos infantiles de la época rococó europea con ciertos toques de la subcultura punk y gótica occidentales (García, 2010).

⁹³ Ídem.

colores, en vez de usar pelucas (...) 'Grettel', una de las fundadoras del *Tsunami* y pionera en el mundo del *cosplay* en Mérida, dijo en una entrevista⁹⁴ que comenzó a *cosplayarse* para animar a la gente a disfrazarse para asistir a las convenciones, creo que ese fue el origen (...) Otra de las pioneras es 'Deirian', es muy impresionante su trabajo, desde que comenzaron las convenciones, ella comenzó a *cosplayarse*, ahorita suele ser jurado en los concursos⁹⁵.

Ambas *cosplayers* concuerdan en que, más que grupos de *cosplay* en Yucatán, existen grupos que se forman para concursar en las convenciones:

No son grupos definidos, sino amigos que se juntan para hacer los 'grupales' [concurso de *cosplay* grupal]. Para que se vuelvan conocidos en la comunidad, tienen que concursar en las convenciones (...) Nosotras tenemos un 'team' [término con el que suelen denominar a los equipos], se llama The Oby Team. Nuestro 'team' no sólo se junta para preparar el concurso, sino sobre todo para hacer videos, parodias de animes, tipo live action. Estos videos los subimos a Youtube⁹⁶.

Por lo general, los *cosplayers* se reúnen en una casa o en el 'Parque de las Américas', en un evento llamado *Fotocosp*. El evento consiste en reunir a todos los *cosplayers* posibles, generalmente un domingo después de celebrarse alguna convención, porque es en este espacio donde se estrenan la mayoría de los *cosplays*. Entonces llegan los *kamekos* (o *kamera koso*, en español: chico de la cámara), que son los aficionados a fotografiar a los *cosplayers*. Pueden ser fotógrafos con equipo profesional, que los hacen posar de acuerdo con el *cosplay* [sobre arena o piedras, si el *cosplay* está relacionado con la guerra, por ejemplo] o simples amateurs que buscan tomarse fotos con la cámara de sus celulares al lado de la 'encarnación' de alguno de sus personajes favoritos. Antes de que

⁹⁴ En red: http://www.cosplay.cl/index.php?p=2_1

⁹⁵ En entrevista realizada el 11 de enero de 2013.

⁹⁶ Ídem.

existiera el Internet, los *kamekos* tenían la obligación de compartir con los *cosplayers* las fotografías tomadas, de forma impresa, pero ahora, en tiempos digitales, la mayoría sube las fotografías al *Facebook*, ya sea a la página del *Fotocosp* o a su *Facebook* personal, etiquetando a los *cosplayers* para que puedan acceder a sus fotos⁹⁷.

‘Aii & Joy’ son las administradoras del grupo de *Facebook*: ‘Otakus de la Península’, desde ahí suelen ‘crear’ el evento del *Fotocosp* e invitan a todos los miembros del grupo a participar. Además de este ‘foro’ para compartir fotografías, hay páginas mundiales como *Devian Art* o *World Cosplay* donde los aficionados suben y comparten fotos.

De acuerdo con ambas *cosplayers*, tanto en Yucatán como en el mundo, la mayoría de los *cosplayers* son mujeres:

Hay muy pocos *cosplayers* masculinos, no sabemos bien la razón, tal vez es porque los hombres le temen más al qué dirán, a que piensen que son gays (...) Y los pocos que hay son menos constantes que las mujeres, son más de decir: ¡Voy a hacerme ‘X’ *cosplay* para esta convención! Pero no siguen, no son de hacer uno nuevo para cada convención y superarse [hacerlos cada vez con mayor grado de dificultad]. Nosotras sí⁹⁸.

Para ellas, los mejores *cosplayers* del estado actualmente son: Chuchek, Deirian, Denubel, Silke, Xara y Yumi. Sólo el primero de la lista es hombre.

Para ser *cosplayer* tienes que aprender a hacer muchas cosas, desde estilizar una peluca o coser un traje, hasta crear una coreografía, actuar, etc. El mayor obstáculo de un *cosplayer* suele ser el dinero y el tiempo. Sin embargo,

⁹⁷ Ídem.

⁹⁸ Ídem.

para algunos, es la incomprensión de los padres: *“Para muchos padres el hecho de que te cosplayes es una pérdida de dinero, y si haces crossplayer, peor aún, porque piensan que si te cosplayas de hombre, siendo mujer, eres lesbiana o si te cosplayas de mujer, siendo hombre, eres gay (...) Por ejemplo, a un amigo que hizo crossplay, le pegaron en su casa”*⁹⁹.

Y es que ser *cosplayer* no siempre es fácil. Tanto a Joy como a Aii les han gritado alguna vez: ¡No es Halloween!, o cosas por el estilo. Al respecto, Joy narra: *“Nunca me han llegado a insultar, pero sé de otros a los que les han gritado: ¡Eres un travesti! o ¡Eres un payaso! Y eso se me hace de muy mal gusto, porque pienso que todos debemos de ser tolerantes. Si no te gusta, ok, pero no tienes que ofender a nadie”*¹⁰⁰.

Una de las preguntas que suelen hacerse los simples espectadores de este colorido universo es: ¿Qué hacen los *cosplayers* con los *cosplays* una vez que los usaron? *“Pues a nosotras no nos gusta repetir, hay quienes los usan hasta cinco veces, otros los venden, o los reciclan, usan cosas de un cosplay anterior para el nuevo, como las pelucas, y así (...) a nosotras nos gusta reciclar, por ejemplo, si tienes una falda, le puedes cambiar algunas cosas y usarla para un nuevo cosplay”*¹⁰¹.

A pesar de todo el aprendizaje y las múltiples alegrías que esta afición pueda traerte, llega un momento en que tienes que dejarla; generalmente, cuando termina el ciclo escolar y debes insertarte en el mundo laboral: *“No es que te deje*

⁹⁹ Ídem.

¹⁰⁰ En entrevista realizada el 25 de julio de 2012.

¹⁰¹ En entrevista realizada el 11 de enero de 2013.

de gustar, es que ya no tienes el mismo tiempo (...) Los cosplayers de más de 25 [años] que continúan, es porque ya tienen fama y han encontrado un modo de vivir de ello, como siendo jueces [de concursos de cosplay en convenciones] u organizando convenciones”¹⁰².

Sobre su futuro como *cosplayer*, Joy opina:

No debes de pensar tanto en la edad y eso, sino en las cosas que te gustan realmente. Obviamente, si ya estoy grande, no me voy a disfrazar de un personaje que tiene 12 años o algo así, pero si me sigue gustando tanto, me sigue emocionando ir a una convención, creo que no tiene nada de malo que lo siga haciendo en el futuro. En el momento en el que sienta: ¡Ay, otra vez! Creo que va a ser el momento de parar. Y pues, no sé, siento que ya es parte de mí y no podría renunciar totalmente a eso. De algún modo, trataría de que siguiera en mi vida, se lo inculcaría a mis primos o algo así. Me gustaría hacer eso¹⁰³.



(Imagen 28. Aii & Joy cosplayadas en el *Tsunami 20*)



(Imagen 29. Aii&Joy posando en *cosplay*)



(Imagen 30. Aii&Joy posando en *cosplay*)

¹⁰² Ídem.

¹⁰³ 25 de julio de 2012.

La necesidad de un Coloquio del Cómic en Mérida

A simple vista, pareciera que la presencia de la subcultura *otaku* (parte integral de la subcultura friki) en la ciudad de Mérida, ha resultado predominante frente a otras aficiones, también 'frikis', como el gusto por los cómics estadounidenses o europeos. Situación que ha generado una fuerte inconformidad dentro de los 'comiqueros' o aficionados a los cómics producidos en Estados Unidos o Europa, quienes reclaman un espacio propio, más allá de un "estante en una convención" (Pérez, 2012).

De acuerdo con Ricardo E. Tatto (2012), uno de los organizadores del Coloquio del Cómic en la Cultura (desde su primera edición hasta la más reciente, la tercera):

Este proyecto, nacido en el 2010, tuvo como génesis el afán de realizar la promoción cultural y literaria fuera de lo convencional, de lo canónico, revalorizando en su justa medida al noveno arte, que para muchos como Carlos Castillo [otro de los organizadores] y un servidor, fue un medio iniciático como lectores infantiles y juveniles, y que a la postre terminaríamos siendo parte de un colectivo literario llamado *Red Literaria del Sureste*, de cuyo seno emana esta iniciativa (en conjunción con *Eureka! El Grito de las Ideas Producciones*). Lo que comenzó como una simple alternativa para la creación de públicos y el fomento a la lectura, devino en un referente serio y único en toda la península (...) al abordar la narrativa gráfica de forma académica sin perder lo lúdico propio de la ficción y la fantasía que empapan cualquier disciplina artística.

Para Raúl A. Pérez Navarrete¹⁰⁴, licenciado en Letras Hispánicas, uno de los organizadores del 'Primer Coloquio del Cómic en la Cultura', esta iniciativa surgió a partir de una mesa panel que se presentó durante el 'Primer Coloquio de

¹⁰⁴ En entrevista realizada el 10 de noviembre de 2012.

Literatura para niños y jóvenes' (realizado en mayo de 2010), organizado por el ex Instituto de Cultura de Yucatán (ICY), hoy Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán (SECAY). En ella, se buscaba dialogar acerca del papel de las revistas y las historietas como primeros acercamientos a la lectura, pero para 'comiqueros' y amantes de la literatura, como él, Carlos Castillo o Ricardo E. Tatto, el breve espacio dedicado al cómic no fue suficiente y entonces decidieron organizar el Primer Coloquio del Cómic en la Cultura, con el apoyo del ex ICY.

La organización de este coloquio, también debe su razón de ser a la falta de espacios de diálogo y encuentro, sobre el cómic, en el estado, ya sea de forma académica o lúdica, pues en las convenciones de *anime*, *manga*, videojuegos, etc., por dar un ejemplo, los cómics "*apenas y ocupan un estante*" (Pérez, 2012). Por cuestiones laborales, Pérez Navarrete no pudo participar ni en el Segundo, ni el Tercer Coloquio del Cómic.

El licenciado en Letras Hispánicas, Miguel A. Civeira González¹⁰⁵, ponente en los tres coloquios, narra la historia de cómo se acercó a los cómics y lo que significan para él:

A mí me tocó vivir el boom del cómic. En 1992 murió *Superman*, fue algo muy impactante, recuerdo que salió en la tele, en los periódicos. De un momento a otro, todo mundo empezó a leer cómics, entre ellos, yo. Estaba en la primaria. Sin embargo, fue pasando el tiempo y mientras todos dejaban de leer cómics, yo seguí haciéndolo. Empecé a coleccionar cómics formalmente por ahí de los 15 años, cuando estaba en tercero de secundaria. Recuerdo que me dio varicela y me quedé en mi casa dos semanas, sin hacer nada, fue ahí cuando comencé a comprarlos y a coleccionarlos formalmente (...) Si tuviera que mencionar un

¹⁰⁵ En entrevista realizada el 5 de noviembre de 2012.

personaje que me ha marcado profundamente, tendría que ser *Superman*, porque es una fuente de inspiración para mí, pues representa todo lo bueno que podemos llegar a ser. Pienso que si la humanidad pudo concebir un personaje así, quizás, no estamos tan condenados después de todo.

Entre los invitados al Tercer Coloquio del Cómic en la Cultura, estuvieron: el escritor emérito yucateco, Roldán Peniche Barrera; el dramaturgo y artista escénico, Fernando Muñoz Castillo; y el investigador del Instituto Nacional de Antropología e Historia-Delegación Yucatán, José Gamboa Cetina. El ‘plato fuerte’ de este evento fue el artista gráfico Edgar Clement, “uno de los más connotados ilustradores de cómic del país, autor de la famosa novela gráfica *Operación Bolívar*, egresado de las filas del legendario sello *Gallito Cómics* y del *Taller del Perro (...)* con la conferencia magistral “El desarrollo del personaje y la creación del superhéroe” (*Revista Yucatán*, 2012).



(Imagen 31. Cartel promocional del Tercer Coloquio del Comic en la Cultura.)

La historia de 'Los UxS Maid Café': Una cafetería para todos los gustos

Si bien *Los Uxs* (Unidos por servir) *Maid Café* no es la primera cafetería 'friki' que se abre en la ciudad de Mérida, si es la primera que trata de ofrecer un espacio propio, a varias de las expresiones culturales que conforman el basto universo de la subcultura friki. Empezando por el Área *Anime*, básicamente para un público *otaku*; pasando por el Área Asiática, pensada para todo amante de la cultura japonesa, en general; y concluyendo con el Área *K-pop* (Pop coreano), un fenómeno cultural reciente que cada vez gana mayor terreno, tanto entre frikis como no frikis; y que lo mismo genera 'detractores' (aquellos que consideran que NO debería considerarse parte de la subcultura friki, porque 'es demasiado *mainstream*'), que aficionados que reclaman un espacio dentro de esta subcultura, porque consideran que el *K-pop* (pop coreano) es tan 'friki' como el *J-pop*, el *anime* o el *manga*, entre otras aficiones.

El responsable de la Organización de Eventos de *Los Uxs Maid Café*, Manuel Guillermo Chen Cruz¹⁰⁶, "Manu", narra la historia de cómo surgió esta cafetería:

Fue un proyecto que los dueños [de la cafetería] comenzaron en la escuela. Querían abrir una cafetería normal, lo hicieron, pero no resultó. Entonces, como a dos de ellos les gustaba el *anime* (...) decidieron cambiar el concepto, de una cafetería normal a una cafetería de *anime* (...) [Poco a poco] de un pequeño espacio en la [colonia] Madero, se trasladaron a Plaza Diamante (ubicada en el Centro de la ciudad) y finalmente, aquí¹⁰⁷, en donde el espacio es más grande (...) Durante mucho tiempo quise conocerla, porque me hablaban mucho de ella (...)

¹⁰⁶ Entrevista realizada en Mérida, Yucatán, el 24 de julio de 2012.

¹⁰⁷ Calle 64 No 493 x 59 y 61, Centro.

Pero no iba por miedo, de que me fueran a rechazar... Finalmente, me animé... En ese tiempo estaba en Plaza Diamante, era un lugar pequeño, pero tenían una televisión donde pasaban series como *Caballeros del Zodíaco* (...) Dejé de asistir un tiempo (...) Cuando quise regresar, ya estaban ubicados aquí (...) Como la comunidad había crecido, necesitaban un espacio más grande (...) Aquí se reúnen todas las generaciones de *otakus*, *gamers*, *frikis*. Desde la primera (de 27 años o más aprox.), hasta la tercera generación (de 14 años aprox.). (...) Yo entré a trabajar aquí porque querían crear una banda de música de *anime* y de videojuegos, proyecto que sigue en pie (...) porque hay muy pocos grupos, ahorita solo se me viene a la mente *Ragnarok* y *Umi no Megami* (...) Además, mi trabajo es organizar eventos, como el de proyectar *anime* todos los sábados: Viene el cliente y me pide un *anime*, ya sea de la antigua o de la nueva generación, y yo lo pongo.

En cuanto al concepto de *maid café*¹⁰⁸, Manu explica: *“No todos conocen lo que es una maid, es como una sirvienta, pero estilo japonés (...) [Los dueños] se inspiraron en un anime en el que las meseras de un restaurante están vestidas como maids (...) usan minifaldas o vestidos escotados (...) En Japón hay un lugar, Akihabara, en donde puedes encontrar de todo: animes, videojuegos, así como maid cafes, ahí son muy famosos”*.

Sobre qué tipo de público predominante asiste a la cafetería, Manu responde: *“La mayoría son jóvenes otakus, frikis, gamers... Pero, hay un poco de todo. Hay señores que vienen aquí por la comida china... Ahora que, como el área que tenemos abierta ahorita al público es el Área K-pop, sí se nota una predominancia de mujeres, porque los grupos [musicales] son mayoritariamente de hombres”*.

¹⁰⁸ Los *Maid Cafe* son restaurantes temáticos donde las camareras van elegantemente vestidas con trajes de sirvientas. Suelen ser frecuentados por miembros de la cultura *otaku*. Aunque su país de origen es Japón, su popularidad se ha extendido a otros países asiáticos como Corea del Sur, China, Hong Kong y Taiwán (Wikipedia).

Debido a que Los *Uxs Maid Café* se encuentra en remodelación, Manu comenta:

Se están implementando muchas cosas (...) Se está remodelando el lugar porque vamos a cambiar un poco el concepto (...) Habrá un 'Área Asiática', con un tono de jardín japonés tipo feudal en ella, las mesitas estarán en el suelo, habrá que hincarse, dar la reverencia, como en Japón (...) En el 'Área *Anime*' se hará un *Shen Long*¹⁰⁹ (para adornar el techo), y habrá una pantalla en la que sólo se proyecte *anime*. Vamos a reunir los 'clásicos' con los 'nuevos' (*animés*). Pensamos meter *Evangelion*, *Dragon Ball Z* y series nuevas como *Death Note* o *Soul Eater*. (...) Finalmente, en el 'Área *K-pop*', se dará realce a los grupos (de música) más escuchados, un reproductor va a ser el símbolo del área (...) También se piensa abrir, en los dos pisos restantes, una zona para los clientes frecuentes, y otra sólo para eventos, proyecciones, etc.

Por último, cuando se le pregunta sobre el futuro de la comunidad *otaku/friki yucateca*, Manu afirma:

Yo pienso que crecerá más, pues las próximas generaciones serán hijas de *otakus/frikis*. Porque si a ti te gusta este mundo y tienes una pajera a la que también le gusta, es muy probable que, si tienen hijos, compartan ese gusto con ellos. Por ejemplo, hay una tienda que vende *anime*, peluches, etc., y la esposa del dueño, al igual que él, es *otaku*, y su bebé tiene peluches de *anime*. Igual en las convenciones, cuando te encuentras a parejas *cosplayadas*, y llevan a sus hijos, también estos están *cosplayados*.

Taylor (en Benhabib, 2006: 96) sostiene que "nuestra identidad está parcialmente modelada por el reconocimiento o por su ausencia, con frecuencia por el reconocimiento distorsionado de los otros, por lo que, una persona o un grupo de personas pueden sufrir un daño real, una distorsión real, si la gente o la sociedad que está a su alrededor les devuelve un reflejo de sí mismos, limitante,

¹⁰⁹ Personaje popular del *anime Dragon Ball*: Es un dios con forma de dragón, cuyo principal atributo es concederte cualquier deseo si consigues reunir 'las siete esferas del dragón'.

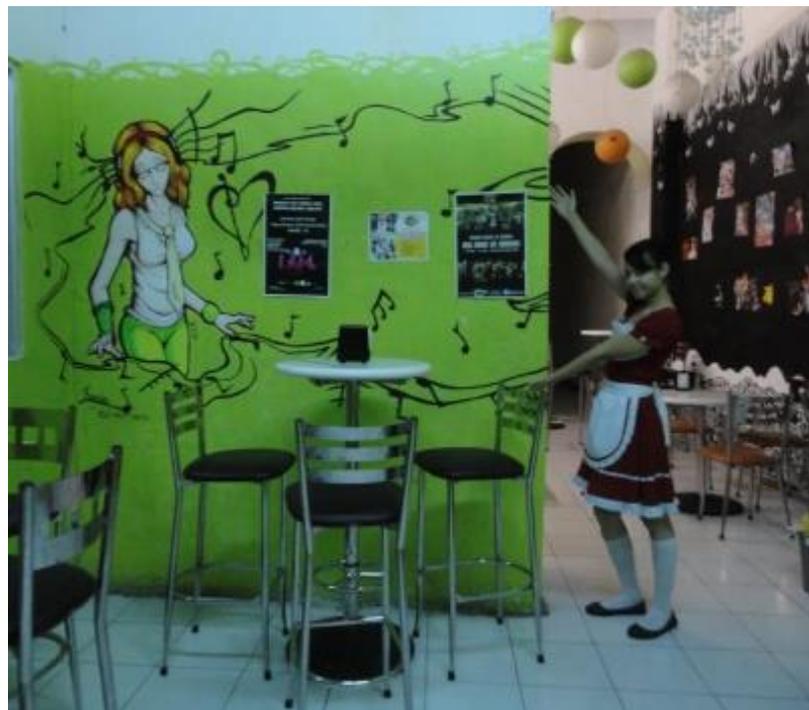
degradante o despectivo”. Es por ello que espacios como el de Los *Uxs Maid Café*, se vuelven fundamentales para que personas estigmatizadas como los frikis, puedan convivir sin temor a ser juzgados, criticados o marginados por los ‘otros’.

Finalmente, aun cuando todo pareciera indicar que el número de frikis en Mérida es cada día más grande, no son muchos los espacios donde pueden convivir cotidianamente (las convenciones se celebran cuatro veces al año), por lo que sitios como Los *Uxs Maid Café* son idóneos para que éstos puedan formar ‘comunidad’.

En un mundo en donde, como plantea Bauman (2008), el sentimiento dominante es lo que los alemanes llaman ‘*unsicherheit*’, es decir, un sentimiento de inestabilidad, de que no existe un punto fijo de donde asirse, ‘hacer comunidad’ se convierte en una suerte de flotador en medio del mar abierto. Y es que, como el propio Bauman (2008) reconoce, a pesar de su declarado escepticismo a nuestra capacidad de conformar comunidades en estos ‘tiempos líquidos’, la única manera de sobrevivir como especie es en colectivo, estando juntos. Solo en compañía de otros, podemos constituirnos como seres humanos, dotar de sentido este mundo, y a nuestra propia existencia; y por ende, sobrevivir.



(Imagen 32. Fachada exterior de *Los Uxs Maid Café*)



(Imagen 33. Área *K-pop* de *Los Uxs Maid Café*)



(Imagen 34. Área Anime de Los Uxs Maid Café)



(Imagen 35. Área Asiática de Los Uxs Maid Café)

CAPÍTULO III:

Metodología y Análisis de Resultados

Metodología

Para responder a la pregunta eje y alcanzar el objetivo general de esta investigación se empleó una metodología de tipo cualitativa, en particular el método etnográfico. Las técnicas utilizadas fueron: la observación participante y la entrevista semi-estructurada. El estudio se hizo en Mérida, Yucatán, entre el mes de diciembre de 2011 y hasta el mes de enero de 2013, y se abordó desde el paradigma hermenéutico.

Desde este paradigma porque, como señala Orozco (1997) no se busca llegar a un conocimiento 'objetivo' sino, más bien 'consensuado'. "El esfuerzo investigativo en el paradigma hermenéutico (...) es tratar de comprender aquello que existe. Es un esfuerzo enfocado en la interpretación" (1997: 43). Ya que, como plantea Thompson (2002: 398), "el estudio de las formas simbólicas (entendidas como acciones, expresiones y textos que se pueden comprender como construcciones significativas) es fundamental e inevitablemente una cuestión de comprensión e interpretación".

De acuerdo con Thompson (2002: 407-409): "Las formas simbólicas son constructos significativos que son interpretados y comprendidos por los individuos que los producen y reciben, pero también son constructos significativos que se estructuran de maneras diferentes y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas". De ahí la necesidad de que, en los dos primeros capítulos

de este trabajo, se explicara ¿Qué es un friki? ¿Cómo se constituyó la subcultura friki? y ¿Por qué se sostiene que la cultura *mainstream* ha ‘absorbido’ y ‘comercializado’ parte de esa subcultura? Pero sobre todo, se contextualizaran dichos fenómenos, en un tiempo y espacio determinados; concretamente, la ciudad de Mérida, Yucatán, México, en la primera década del siglo XXI.

Ahora bien, se empleó la metodología cualitativa porque el objetivo era investigar al sujeto de estudio *involucrándose con él* para poder interpretar su universo de sentido de la forma más *integral y profunda posible* (Orozco, 1997), puesto que “la metodología cualitativa es un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas que le permiten involucrarse con él” (Orozco, 1997: 83). A este proceso se le llama *estar en contacto con los datos*, mientras que al continuo volver a estos, plantear mejores preguntas y adquirir mayor profundidad en el proceso de investigación se le llama *hacer sentido* (Orozco, 1997).

Dentro de esta metodología para la investigación, el método etnográfico resultaba ideal para los propósitos del estudio pues, la etnografía implica una “concepción y práctica de conocimiento que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros” (Guber, 2011: 16). Sin olvidar que, adoptar dicho enfoque, no significa que se pueda *describir* el mundo de los sujetos investigados, mucho menos la manera como el mundo es para ellos, sino aspirar a construir *una conclusión interpretativa, una representación coherente de lo que piensan y dicen los nativos* (Jacobson, en Guber, 2011: 18).

Ahora bien, como plantea la antropóloga Rosana Guber, apoyada en Aguilar (2011: 36), estudiar la propia sociedad tiene varias ventajas, pues el investigador nativo no tiene que atravesar complicados vericuetos para acceder a la comunidad. Y el hecho de que éste pertenezca al grupo no tiene porqué introducir alteraciones significativas, sino al contrario, puede generar “una interacción más natural o mayores oportunidades para la observación participante. El antropólogo nativo rara vez cae presa de los estereotipos que pesan sobre la población, pues está en mejores condiciones para penetrar en la vida real, en vez de obnubilarse con las idealizaciones que los sujetos suelen presentar de sí” (Aguilar, en Guber, 2011: 36).

Como se mencionó con anterioridad, una de las herramientas etnográficas utilizadas durante el trabajo de campo fue la observación participante. Los datos obtenidos a través de esta herramienta permitieron la elaboración del Capítulo II de esta tesis. La observación participante consiste en dos actividades principales: “observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en torno del investigador, y participar en una o varias actividades de la población” (Guber, 2011: 52). Si bien ésta no es la única forma de estudiar los fenómenos socioculturales, de acuerdo con Guber (2011), la vivencia es el medio ideal para acceder a los significados que los sujetos negocian e intercambian, es decir: “la posibilidad de experimentar en carne propia esos sentidos, como sucede en la socialización. Si un juego se aprende jugando, una cultura se aprende viviéndola” (2011: 55).

Finalmente, vale la pena señalar que “con su tensión inherente, la observación participante permite recordar, en todo momento, que se participa para observar y que se observa para participar, esto es, que involucramiento e investigación no son opuestos, sino partes de un mismo proceso de conocimiento social” (Holy, en Guber, 2011: 57). La participación puede ser total siempre y cuando el investigador adopte como ‘campo’, un referente de su propia cotidianidad (como es mi caso, al auto-identificarme como friki y como parte de la comunidad friki yucateca). Sin embargo, tal y como lo plantea Guber, es indiscutible que “la observación no es del todo neutral o externa, pues incide en los sujetos observados” (2011: 57).

A partir de la observación participante, se seleccionó a los sujetos de investigación en función de varios aspectos. Primero, tenían que auto-identificarse como frikis. Segundo, tenían que representar a alguna de las subculturas menores (*otakus, gamers, comiqueros, cosplayers, etc.*) que conforman a la subcultura friki mexicano-yucateca, porque se buscaba tener un panorama de ésta, lo más completo posible. Finalmente, con el afán de obtener un ‘equilibrio de género’, el número de mujeres y de hombres entrevistados tenía que ser lo más equivalente posible. Y, la mayoría de los entrevistados, debía tener más de 20 años, porque de esta manera se ‘garantizaba’, de alguna forma, que hubieran vivido el proceso de ‘transformación’ del friki como parte de una subcultura marginal (la subcultura friki), al friki como parte de la ‘cultura *mainstream*’.

Otra de las herramientas etnográficas empleadas durante el trabajo de campo fue la entrevista semi-estructurada. La entrevista, “es una estrategia para

hacer que la gente hable sobre lo que sabe, piensa y cree” (Spradley en Guber, 2011: 69). La información obtenida a través de ella, “suele referirse a la biografía, al sentido de los hechos, a sentimientos, opiniones y emociones, a las normas o estándares de acción, y a los valores o conductas ideales” de los entrevistados. En resumen: “es una situación cara a cara, donde se encuentran distintas reflexividades pero también, donde se produce una nueva reflexividad” (Spradley, en Guber, 2011: 69-70).

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006: 418), la entrevista semi-estructurada “se basa en una guía de preguntas, y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas)”.

Una vez finalizada la recolección de datos, debe recordarse que éstos “resultan insuficientes por sí mismos para arrojar luz acerca de los problemas o las realidades estudiadas, situando al analista frente al reto de encontrar significado a todo un cúmulo de materiales informativos procedentes de fuentes diversas” (Rodríguez, Gil y García, 1999: 197). Es entonces cuando el investigador, a través de distintas herramientas metodológicas, procede a hacer el análisis e interpretación de los resultados.

El análisis “es el proceso de extraer sentido de los datos” (Tesch, en Rodríguez *et al*, 1999: 202). Para facilitar este proceso, el investigador debe reducir los datos, es decir, simplificarlos. Entre las tareas de reducción de datos

cualitativos “las más representativas y al mismo tiempo, las más habituales, son la categorización y la codificación” (Rodríguez *et al*, 1999: 204-205).

La identificación y clasificación de elementos es precisamente lo que se hace cuando se “categoriza y codifica un conjunto de datos (...) consiste en examinar las unidades de datos para identificar en ellas determinados componentes temáticos que permitan clasificarlas en una u otra categoría de contenido” (Rodríguez *et al*, 1999: 208).

En el caso de esta investigación, las categorías de análisis propuestas, surgieron a partir de la guía utilizada como base para realizar las entrevistas semi-estructurada, que a su vez fue construida a partir de las preguntas de investigación. La categorización, señalan Rodríguez *et al* (1999: 208) “hace posible clasificar conceptualmente las unidades que son cubiertas por un mismo tópico. Una categoría, un significado o tipo de significados”. Y suelen referirse a situaciones, contextos, actividades, acontecimientos, comportamientos, opiniones, perspectivas, sentimientos, relaciones entre personas, entre otros aspectos.

Finalmente, para poder llegar a algún tipo de conclusiones, hay que “ensamblar de nuevo los elementos diferenciados en el proceso analítico para reconstruir un todo estructurado y significativo. Bajo la denominación de conclusiones, aparecen generalmente los resultados, los productos de la investigación y la interpretación que hacemos de los mismos” (Rodríguez *et al*, 1999: 213).

Análisis e interpretación de resultados

Como se señaló con anterioridad, se entrevistaron a diez jóvenes autodefinidos como frikis, 6 hombres y 4 mujeres. Con una edad promedio de 25 años, tres de ellos son estudiantes (dos de licenciatura y uno de prepa), y siete son profesionistas. De entre las aficiones consideradas frikis, siete (4 mujeres y 3 hombres) se identificaron como **otakus**, es decir, aficionados al *anime* y *manga* japonés. Cuatro (3 hombres y una mujer) se identificaron como ‘jugones’ o **gamers** (aficionados a los videojuegos); dos (ambos hombres) como ‘comiqueros’ (aficionados al cómic, particularmente al estadounidense); dos más (ambas mujeres) como **cosplayers** (aficionados a disfrazarse de personajes de *anime*, videojuegos, cómics, etc.); una como **k-poper** (aficionado al pop coreano); y finalmente, uno como **bronie** (aficionados, del sexo masculino y mayores de 18 años, a la caricatura *My Little Pony*). Como puede observarse, los sujetos de estudio se adscriben a más de una afición.

Cuadro I. Selección de Sujetos

Tipo de Friki	Descripción	Sexo	Profesión	Edad
Otaku	Aficionado al <i>anime</i> y <i>manga</i> japonés.	F	-Estudiante para Educadora de Prescolar	20 años
		F	-Estudiante de preparatoria	17 años
		M	-Contador Público	26 años
		M	-Arquitecto	26 años
		F	-Lic. en Comunicación	28 años

		F	-Arquitecta	26 años
		M	-Lic. en Historia y Docente.	26 años
Jugón o Gamer	Aficionado a los videojuegos.	M	-Estudiante de Ingeniería en Biotecnología	24 años
		M	-Contador Público	26 años
		M	-Arquitecto	26 años
		F	-Arquitecta	26 años
Comiquero	Aficionado al cómic estadounidense.	M	-Lic. Letras Hispánicas. Escritor y Docente.	28 años
		M	-Lic. Letras Hispánicas. Docente.	29 años
Cosplayer	Aficionado a disfrazarse de algún personaje de <i>anime</i> , <i>manga</i> , videojuegos, etc.	F	-Estudiante para Educadora de Prescolar.	20 años
		F	-Estudiante de preparatoria	17 años
K-poper	Aficionado al pop coreano.	F	-Lic. en Comunicación	28 años
Bronie	Hombre aficionado a la caricatura <i>My Little Pony</i> .	M	-Estudiante de Ingeniería en Biotecnología.	24 años

Los tópicos analizados fueron: **Adscripción, Iniciación, Dificultad, Vida cotidiana, Espacios de encuentro, Personajes favoritos, Lecciones aprendidas, y El friki como moda.** En la primera (Adscripción) se describe y analiza ¿Cómo definen los sujetos investigados al friki? y ¿Cómo se definen como frikis? En la segunda (Iniciación), se describe y analiza el proceso a través del cual, los sujetos investigados, se constituyeron como frikis. En la tercera (Dificultad), si ha sido fácil o difícil ser friki. En la cuarta (Vida cotidiana), cómo es

su vida cotidiana, y cuánto se diferencia de la vida cotidiana de los 'no frikis'. En la quinta (Espacios de encuentro), lo que significan para ellos las convenciones de *anime*, *manga*, *comic*, etc. En la sexta (Personajes favoritos), se presenta una selección de personajes significativos para los sujetos investigados, pertenecientes al 'universo friki', así como una explicación breve de por qué son significativos para ellos. En la séptima (Lecciones aprendidas), las cosas buenas que les ha dejado, como individuos, pertenecer a esta subcultura, es decir, ser frikis. Y finalmente, en la octava (El friki como moda) se busca responder dos de las preguntas eje de esta investigación: Primero, ¿Cuál es la percepción que tiene el friki yucateco sobre la 'comercialización' que ha hecho la *cultura mainstream* de la subcultura friki?; y segundo, ¿Cuáles creen que sean las consecuencias de este fenómeno para la comunidad friki yucateca?

Adscripción

A lo largo de este trabajo se ha tratado de definir ¿Qué es un friki?, concepto por demás ambiguo. Partiendo de la definición que aporta la RAE, hasta la que proponen ciertos frikis –algunos académicos, otros no- que se reconocen como tales y les interesa explicar este fenómeno (Soifer, Buebo). Pero ¿Cómo definen y por tanto, se autodefinen, los frikis investigados?

Primero, vale la pena señalar que hay dos categorías importantes en su definición; por un lado, definen al friki en función de las características de personalidad que le consideran propias, como su *intensidad*, en el sentido de

‘obsesión’ o ‘apasionamiento’ con aquello que les gusta (sus aficiones); o su *diferencia*, entendiendo por ésta su constante afirmación de que *no son personas promedio*. Y en segundo lugar, a partir de la especificidad de *sus aficiones*, mismas a las que consideran *poco aceptadas socialmente*. Entre ellas están: la animación japonesa, los videojuegos, los cómics, el cine de fantasía heroica, ciencia ficción o terror, entre otros.

Para mí un friki es, ante todo, una persona que es muy intensa, es muy clavada para cierto tipo de cosas, particularmente con cosas que no necesariamente son socialmente aceptadas (Charles, 26 años).

Para mí, un friki es una persona que tiene gustos diferentes a lo normal de las personas (Sora, 28 años).

Yo creo que en esencia, un friki es un aficionado a ciertos aspectos de la cultura del entretenimiento, pero, además, es vivir eso. Tu forma de pensar, de vestir, gira en torno a eso, es parte importantísima de tu personalidad, más allá de comprar ciertos objetos, de coleccionarlos, es una forma de vida (Raúl, 29 años).

Es una persona que le gustan los videojuegos, el anime o cosas como Star Wars, los cómics... Sí importa la afición, pero importa más la actitud de la persona. Por ejemplo, ahorita, el K-pop está muy sonado, no tiene nada de malo, a final de cuentas, es música. Pero es la manera en que la gente lo toma lo que hace que sea muy friki, como si fuera lo único que hay en el universo (K, 26 años).

Otro aspecto importante de la forma como definen/autodefinen al friki, es que lo consideran *un ser incomprendido, alguien que no encaja con el paradigma social, un mal estereotipo social, una persona que suele ser víctima de bullying*. Se saben *relegados, discriminados y/o marginados socialmente* (sobre esta característica se hablará con mayor profundidad en la categoría: **Dificultad**).

*De niño prefería mil veces leer libros antes que salir a jugar fútbol o a apedrear gatos. En la primaria, secundaria, me gustaba quedarme a dibujar en el salón, no me gustaba realizar ningún tipo de deporte o ir a las fiestas (...) Creo que, en parte, ser friki es ser un poco egoísta, un poco hacia ti... Solo pones atención a las cosas que realmente quieres hacer y eliminas las cosas que la sociedad te ofrece, ya sea obligadamente, o no. Al negarte a hacerlas, generas que la sociedad te rechace, y por tanto, rechace lo que a ti te gusta hacer **(Fer, 26 años)**.*

*En México, el friki es alguien raro, que tiene gustos diferentes, o que es una persona que no sigue ciertos patrones... Por ejemplo, si te gusta la música japonesa los demás te dicen: "¡No estás en Japón! ¿Por qué escuchas música japonesa? ¡Eres raro!" O si, como en mi caso, te gusta el cosplay te dicen: "¿Por qué no vas a la disco y prefieres gastar todo tu dinero en pelucas? ¿Por qué te disfrizas a pesar de que tienes 20 años si es algo de niños de Halloween? ¡Eres raro!" **(Aii, 20 años)**.*

Como resultado de esta marginación, muchos de ellos se reconocen como personas aisladas, tímidas o cerradas, en el sentido de que se les dificulta relacionarse con aquellos que no comparten sus gustos.

*El friki es una persona que no sabe interactuar socialmente... Defiende mucho lo que cree, de una manera que... es socialmente inaceptada por las personas, porque... sé explaya tanto, con tanta pasión, que la gente no lo comprende. No es que sea malo, sino que la gente no lo comprende **(K, 26 años)**.*

Cuando tú crees en cosas o en ideales o en valores, formas de vida, que no concuerdan precisamente con tu alrededor, se vuelve un poco complicado, porque estás buscando algo que no hay... Siempre va a ser un poco más difícil -sobre todo lo veo ahorita que ya soy una persona mayor- encontrar gente con los mismos gustos (...) Pero a veces uno mismo se hace a un lado buscando gente que comparta sus intereses, creo que es muy normal, uno quiere andar con sus mismos, los lobos andan con lobos, los perros andan con perros, los gatos andan con gatos (...) Por eso, cuando tienes un grupo de gente que comparte esto

contigo, pues eso los hace más fuertes. Yo creo que esa es la ventaja que tienen los frikis, que aunque a veces somos minoría, somos un grupo muy unido y eso nos da mucho apoyo (Charles, 26 años).

Sin embargo, no solo reconocen en el friki cualidades o características 'polémicas', en cuanto a que no son deseables para todos; si no que consideran que, como individuos, poseen *valores fuertes*, son *utópicos*, tienen una *mentalidad más abierta* o son *más tolerantes* que el resto de la sociedad; y como grupo, se consideran *muy unidos*.

Muchos se refugian en lo friki, porque dentro de lo que cabe, yo siempre he sentido que la comunidad friki es muy abierta, en cuanto a todo, o sea, aquí realmente no discriminamos gente, hay gentes de todos sabores, colores, homosexuales, normales. Y generalmente, los frikis nos protegemos unos a otros. El punto es que, generalmente somos más tolerantes y mucha gente también ve eso y se refugia en nosotros y es muy común que empiece a adoptar las costumbres que tenemos y les empiecen a gustar... Y así es como nace otro friki (Jo, 24 años).

Ahora bien, también tienen una idea clara de cómo los ven los 'otros', aquellos que 'no son frikis': como *alienados sociales, personas no funcionales, seres raros, infantiles, con gustos no acordes a su edad o anormales que no tienen vida propia más allá de sus aficiones*. Pero, al mismo tiempo, reconocen que algo ha cambiado de un tiempo para acá, pues el friki también es, para los 'otros': *alguien que usa lentes, playeras de superhéroes, lee cómics, pero es cool como Steve Jobs o Bill Gates* (este aspecto se desarrollará con mayor profundidad en la categoría: **¿El friki como moda?**).

Yo me considero friki, muy friki, porque desde que estoy chica me ha gustado la cultura japonesa, ahorita entré a la cultura coreana, me gustan los animes, los juegos de video... Que no es lo normal que le guste a la gente de mi edad, llega un momento en que dicen: ¡No, lo dejamos atrás! En cambio yo sigo coleccionado que juguetitos, que juegos de video, me sigo aprendiendo las canciones de las caricaturas, cosas así (Sora, 28 años).

Cuando todo es tecnología, admiras al que te provee de tecnología. Si viviéramos en otros tiempos, admiraríamos al Jefe Guerrero, o algo así, pero hoy admiramos a Steve Jobs o a Bill Gates, que son geeks. Cuando hablamos de que estos dos individuos, que han transformado la vida cotidiana de miles de personas, eran dos nerds, entonces la imagen del nerd como perdedor ha cambiado a la de un triunfador (Maik, 28 años).

La contradicción más notable encontrada en su discurso es que, por un lado, se saben y asumen *diferentes* 'al resto', y quieren que esa diferencia sea reconocida. Sostienen que *no les importa lo que la 'sociedad' piense de ellos*; pero por otro lado, quieren *encajar, ser aceptados, tanto por la sociedad, como por su familia*. En conclusión: *no tener que dejar de ser frikis para ser aceptados socialmente*.

En mi momento de niño, fui marginal, pero en este preciso momento de mi vida, como persona, no me considero marginal, considero que tengo un buen trabajo, una buena relación amorosa, tengo una buena familia, buenos amigos, me considero una persona fuerte, atlética, a la moda, con una capacidad económica bastante amplia para mi edad. O sea, no porque yo ahorita ya sea un elemento funcional y aceptado totalmente, deje de ser friki o raro, o sea, yo sigo siendo yo. Sigo leyendo mis libros, viendo mis películas, probablemente la mayoría de la gente de mi trabajo no tenga idea de una décima parte de las películas que veo, libros que leo, etc. (...) La marginación no es un elemento que debería estar en el friki, porque tal vez muchos frikis que son de una manera determinada, si no

hubiera habido esa marginación, podrían ser todavía más libres en lo que son, podrían ser más creativos, podrían ser más abiertos, podrían aprender más, porque habría más gente con la cual discutir al respecto, no solamente en tu grupo aislado, sino ya con cualquier persona, podrías discutir sobre ser diferente (Fer, 26 años).

Hay ciertos aspectos sobre cómo se ven y definen los frikis entrevistados, que coinciden con la forma en que Soifer (2012) y Buebo (2009) caracterizan a los *nerds/frikis* en sus respectivos trabajos, particularmente cuando se refieren a la ‘intensidad’ con la que éstos ‘viven sus aficiones’.

A diferencia de las caracterizaciones que estos autores hacen del *nerd/friki*, la primera acepción de la Real Academia de la Lengua Española (referencia en red) coincide más con la forma como ‘los otros’, los que no son frikis, caracterizan al friki, como: “alguien extravagante, raro o excéntrico”.

Resulta también interesante destacar que varias de las aficiones identificadas como frikis por los sujetos de estudio, coinciden con las señaladas por varios de los autores que han estudiado este fenómeno en otros países, este es el caso de Soifer (Argentina) y Buebo (España). Entre estas aficiones está ver animaciones japonesas o películas de ciencia ficción, fantasía heroica o de terror; leer cómics estadounidenses o *mangas*, jugar videojuegos o Juegos de Rol, *cosplayarse*, etc.

Ahora bien, el otro aspecto que sobresale de esta categoría es la insistencia del friki en subrayar su ‘diferencia’. ¿Por qué es tan importante para ellos remarcar esa diferencia? Porque, ser friki es, ante todo, una ‘identidad’, con la que hay que marcar fronteras entre un nosotros y los ‘otros’ (Giménez, 2005: 1). Dicha auto-

identificación, tiene que ser *reconocida* por los demás sujetos con los que interactuamos para que exista 'social' y 'públicamente'. Es por ello que, para los frikis estudiados, resulta fundamental que los 'no frikis' los reconozcan como 'diferentes', aunque la forma como unos y otros entiendan esa 'diferencia', no siempre sea la misma.

Precisamente, esa 'diferencia' puede ser entendida por 'los otros' de manera tal, que (como se señalaba desde el primer capítulo) tengamos que reconocer en el friki a un individuo 'estigmatizado', es decir, una persona que es vista por los 'normales' como un ser "inficionado y menospreciado" (Goffman, 1968: 12-13), víctima, muchas veces, de la marginación, exclusión e incluso del *bullying* de los 'no frikis'.

Si cuando se posee un estigma, una de las consecuencias lógicas es 'la incomodidad y la falta de soltura en las relaciones sociales' (García, 2011); no resulta de extrañar que el friki, más que un 'inadaptado social', sea una persona con dificultades para relacionarse con los 'otros', aquellos que lo estigmatizan; y por ende, encuentre refugio y protección entre sus 'pares', otros individuos estigmatizados como él.

Finalmente, sobre la aparente contradicción en el discurso de los sujetos investigados, acerca de que deseen ser aceptados y reconocidos socialmente sin que ello implique tener que dejar de ser frikis, hay que recordar que, como afirma Giménez (2005: 14): "el fenómeno del *reconocimiento* (...) es la operación fundamental en la constitución de las identidades". En realidad, no solo los frikis,

sino todos los seres humanos vivimos en una negociación constante entre ser lo que los demás esperan de nosotros, y ser lo que, en realidad, queremos ser.

Iniciación

Como cualquier miembro de una subcultura, el friki meridano también vive un proceso de 'iniciación' en su constitución como friki. Este proceso consta, en la mayoría de los casos, de dos momentos clave: un primer acercamiento en la infancia, entre los 5 y 8 años, en el cual, medios de comunicación masivos, particularmente la televisión, jugaron un papel preponderante:

*El primer acercamiento fue gracias a la televisión, no obstante yo creo que fue un acercamiento de cierta manera inconsciente todavía... no había yo decidido... no sabía realmente qué era lo que implicaba ser friki. Yo creo que en ese entonces habré tenido unos 5 u 8 años aproximadamente, que es más o menos la época cuando en televisión abierta empezaron a traer estas series que no eran de América [se refiere a EUA] **(Charles, 26 años)**.*

*En el momento que decidí ya, meterme a esto, yo creo que fue como a los 5 años, que estaba viendo el show de El Club Nintendo [programa sobre juegos de video perteneciente a TV Azteca]. Y viéndolo un día, decidí que quería pasar el juego de Super Mario [Bross] que nunca lo había pasado... lo tenía ahí... Yo creo que ese fue el momento en que comencé a jugar [video]juegos **(Jo, 24 años)**.*

*Mi infancia la marcaron un par de cosas. Uno fue la lectura de historietas, en específico El hombre Araña, y el otro fue ver las películas originales de Star Wars. En ese momento eran una serie de películas que Canal 5 pasó alguna vez como a las 10 de la noche. Yo recuerdo que estaba en la primaria. Me gustaba leer en el periódico [el cómic de] El Hombre Araña **(Raúl, 29 años)**.*

*Todo empezó cuando mi papá llegó con un Nintendo y una caja de juegos como de 30 x 30 [cm]. No sé de dónde sacó los juegos todavía, pero así empezó. Me obsesioné con esos juegos, ahí me volví 'jugona' [gamer]. Tenía cinco o seis años (...) Después veía Caballeros del Zodíaco y Dragon Ball Z en la tele. Ahí empecé a relacionar los juegos japoneses con las cosas japonesas y el anime japonés. Yo creo que el anime que más me marcó, lo que empezó todo esto, probablemente fue Dragon Ball Z. Hasta quise hacer artes marciales por Dragon Ball Z **(K, 26 años)**.*

Y un segundo acercamiento, más consciente y definitorio, es en la adolescencia, entre la secundaria y la preparatoria. En éste, el Internet como 'fuente de información especializada' y 'ventana hacia otras culturas', así como las redes sociales (como foros o blogs), fungirán como los medios de comunicación preponderantes; su papel en la consolidación de la identidad friki, particularmente en su proceso de socialización, habrá de ser fundamental:

*Yo creo que fue aproximadamente entre la secundaria y la prepa cuando decidí ser abiertamente friki, con todo lo que eso implicaba. Porque fue el momento en el que ya me estaba formando una idea de mí mismo y sobre todo, porque ya tenía acceso libre a Internet **(Charles, 26 años)**.*

*Yo recuerdo que, cuando estaba en 5to año de primaria empecé con Súper Campeones, no sabía que era un 'anime'... Ya cuando entro a la secundaria veo Sailor Moon, Dragon Ball, Caballeros del Zodíaco, llega el Internet y uno dice: ¡Ajá, eso es un 'otaku', entonces soy una 'otaku' porque me gustan ese tipo de cosas! Ese momento, en primero, segundo de secundaria, ahí empecé... Con todas las caricaturas, 'Carisaurio' [mascota del programa para niños 'Caritele', producido por TV Azteca], las Guerreras Mágicas, Mokona [personaje de esta animación]... Luego, uno se da cuenta que no solo es 'anime', no solo son caricaturas, es 'manga', tiene un trasfondo y con el Internet uno va investigando más cosas, va sabiendo, se va envolviendo **(Sora, 28 años)**.*

*El momento en el que dices: ¡Soy un friki! Es en la secundaria y en la prepa, entrar en esa jungla, cuando te ven raro, porque lees... ¡Mira, ese tipo está leyendo, qué extraño es eso, no está pateando un balón! En el momento en el que te sientas tu solito, en un rincón de tu salón, a leer un comic de los Hombres X, ahí es cuando te das cuenta de que eres diferente. Yo nunca dije: tengo esta etiqueta. Los demás te la ponen: "Eres un raro. Nosotros jugamos futbol y somos los populares y tú no". Ahí es cuando dices: Soy diferente **(Raúl, 29 años)**.*

Si bien es cierto que, en todos los casos, el papel de los medios de comunicación masiva, como la televisión, las historietas o la prensa, o incluso, una comunicación más interpersonal como el tradicional 'boca a boca', fueron decisivos en la constitución de su identidad como frikis; también lo es que, algunos de los entrevistados, reconocen una suerte de 'predisposición' en su personalidad, misma que los llevó a 'convertirse' en frikis:

*Considero que he sido friki desde siempre, desde que era chico tenía la noción de que era una persona con gustos diferentes a los demás niños de la escuela **(Hoil, 26 años)**.*

*De entrada yo ya tenía una mente creo, diferente, predispuesta a ciertas cosas **(Charles, 26 años)**.*

*No sé si se pueda decir que alguien nació friki, está claro que hay ciertos rasgos de personalidad que son innatos y que se pueden notar en un niño desde muy chico. Yo creo que yo siempre manifesté algunos gustos poco usuales para otros niños de mi edad (...) Uno de mis recuerdos de la infancia, que atesoro más, es que mi papá no me contaba cuentos, me contaba películas, yo le pedía que me contara películas de terror. Estando yo muy chiquito, en kínder, le pedía a mi papá que me contara Frankenstein, La Momia, Drácula, La Mancha Voraz o La Mosca. Entonces, todas esas películas ya estaban en mi mente desde mucho antes de que pudiera verlas, porque antes de que existiera el DVD no se podían conseguir esas películas, no había Internet **(Maik, 28 años)**.*

Dificultad

Una de las preguntas clave, por todas las implicaciones que tiene, realizadas a los sujetos de investigación, fue si era fácil o difícil ser friki. El resultado fue, más que un consenso, una serie de reflexiones en torno a su situación, a sus características individuales, como grupo/subcultura, y en relación con el resto de la sociedad. Ser friki puede resultar más o menos difícil dependiendo de muchos factores. Entre ellos, el entorno inmediato en que el individuo crece, la familia de la que procede, o cierto momento particular (la adolescencia) y lugar específicos (la escuela), en el cual 'les tocó ser frikis'.

Fue difícil al principio. Sobre todo en la adolescencia. Porque cuando eres niño no hay problema. Cuando eres niño y te gustan los videojuegos o los superhéroes nadie lo ve raro. Cuando estás en la adolescencia sí, sí fue muy difícil, fue muy duro. Yo recuerdo haber querido encajar y haberme dado cuenta de que no podía. Haber tenido ese sentimiento de que sabes que eres un poco diferente a los demás, y que a nadie más le interesa lo que a ti te interesa. Y de que no puedes hablar con casi nadie. Estar en una fiesta, por ejemplo, mirar a todos desde lejos y no poder hablar con nadie, pesadillas que ya no quiero volver a vivir. Conforme fui creciendo se fue haciendo más fácil. Hoy en día no es tan difícil ser un friki, ya está bien visto, creo yo. También, cuando vas creciendo, vas encontrando otras personas como tú, solitos van cayendo en tu vida. Ya cuando estaba en la carrera, no había ningún problema con eso, no sentía que debía ocultar nada, que debiera parecer normal, ni nada de eso. Ya se vuelve muy cómodo, se siente uno bien”
(Maik, 28 años).

En la secundaria sí era difícil porque había un rechazo abierto a lo que te gustaba. No voy a generalizar, pero por eso te identificas con el que es rechazado, ya no en el mundo de la ficción como con el pobre de Frankenstein, sino con el pobre de Fulanito que lo persiguen porque dijo que quería un 'Pony' en navidad. Las chavas no te hacían caso porque eras un 'raro', porque preferían a los chicos arrogantes,

*que jugaban futbol... Era difícil... Ahora no, en algún momento ese ente que estaba en la esquina de un salón con una historieta, ahora resulta que es el tipo popular, ya no es el Bart Simpson que le pone dinamita al pantalón del maestro, ahora es el tipo súper inteligente, que se la pasa leyendo cómics, que es 'cool' a pesar de que fracasa con las mujeres. En algún momento eso cambió. ¿En qué momento cambió? No lo sé. Pero el hecho de que exista la serie estadounidense *The Big Bang Theory* es un ejemplo de eso (...) Los chavos 'raros' de ahora son los que la tienen fácil. En la prepa ya fue menos difícil, y en la universidad, te juntas con un montón de gente igual de extraña que tú, a veces más extraña... y es cuando se pone muy divertido e interesante. Cuando sales de la adolescencia, que aparte, es un momento biológicamente terrible, deja de ser difícil **(Raúl, 29 años)**.*

*Creo que el bullying hacia el friki se da más si eres una persona que está sola y que a tu familia no le gusta [que seas friki]. En mi caso, no fue así, porque tengo a mi hermana y es mi escudo. Entonces, iba a algo nuevo e iba con mi hermana; si no entendía nada, me pegaba a ella y me valían los demás. O sea, si no nos gusta algo nos volteamos y empezamos a hablar entre nosotras y el mundo es punto y aparte, como si estuviéramos en una esfera. Entonces, la verdad, nunca me han preocupado las burlas ni nada de eso. Entonces, creo que ha sido fácil. De hecho, mi mamá nos apoya mucho con eso. Nos ayuda a hacer nuestros cosplays, nuestros trajes y todo **(Aii, 20 años)**.*

Un aspecto que llama la atención sobre la dificultad que representa para el friki investigado 'ser friki', está en el hecho de que para algunos de los entrevistados, la dificultad no radica necesariamente en el hecho de ser friki *per se*, entendiendo por éste, 'una persona con gustos o aficiones específicas, no siempre aceptadas socialmente'; sino que, más bien, estos individuos se 'volvieron frikis' precisamente porque tenían características de personalidad específicas que los hacían vulnerables a las burlas y al maltrato, de tal suerte que terminaron

refugiándose en estas aficiones, en esta subcultura particular y no en otra, precisamente porque les garantizaba hasta cierto punto, la aceptación y protección del resto de sus miembros:

Yo no estoy seguro de que haya sido difícil ser friki por ser friki, si no que la gente que nos tiende a gustar esto, generalmente es gente que no encaja mucho en el 'paradigma social'. Yo creo que el periodo más difícil para alguien de nuestro tipo, generalmente es la época de la escuela, lo que es el bullying, que te digan de cosas. Yo sí tuve tiempos difíciles, y lo atribuyo a que soy una persona muy pacífica, generalmente aguanto mucho y me agarraban a mí para fastidiarme (...) Sin embargo, no estoy seguro de que haya sido por ser friki, más bien creo que la gente friki tendemos a ser así. Ahora, muchos se refugian en lo friki, porque dentro de lo que cabe, yo siempre he sentido que la comunidad friki es muy abierta, en cuanto a todo, o sea, aquí realmente no discriminamos gente, hay gentes de todos sabores, colores, homosexuales, normales. Y generalmente, los frikis nos protegemos unos a otros. El punto es que, generalmente, somos más tolerantes y mucha gente también ve eso y se refugia en nosotros y es muy común que empiece a adoptar las costumbres que tenemos y les empiecen a gustar... Y así es como nace otro friki **(Jo, 24 años)**.

Sin embargo, a pesar de que 'el grado de dificultad' varía según múltiples factores, parece indiscutible que siempre será difícil ser 'distinto', 'diferente al común denominador', porque 'la diferencia' siempre representa, de un modo u otro, un cuestionamiento al *status quo* de la sociedad:

Ser friki es difícil, porque obviamente generas el rechazo social, generas que te marquen motes, que la gente no entienda por qué haces ciertas cosas (...) Creo que en cualquier sociedad, cuando tú vas en contra de lo que ellos hacen, ellos van a rechazarte. No es que ser friki sea penado o malo, pero sin embargo, son cosas que la sociedad margina, como la gente gótica, punk, cualquier elemento que no vaya con las características que la sociedad desea **(Fer, 26 años)**.

*Por lo general, siempre es algo difícil y complicado, porque muchas personas ven o catalogan esta imagen, esta presencia, como algo fuera de lo común, algo extraño y por lo tanto, como que su misma naturaleza los lleva a rechazarlo, a hacerte a un lado, a verte menos o diferente y no buscan cómo tratarte o cómo hablar contigo. Pero una vez que rompes estas barreras, ‘rompes el hielo’ con las personas, se dan cuenta que es más fácil interactuar contigo que con otras personas, porque eres una persona con una mente más abierta. En mi caso particular, lo más difícil que me ha tocado vivir es que he tenido algunos problemas con mi familia, porque no ven muy bien que digamos, no les parece sano, que alguien de 26 años esté viendo una caricatura **(Hoil, 26 años)**.*

*Considero que es difícil ¿Por qué? Porque siempre lo toman como algo raro, no lo toman como alguien que tenga un gusto diferente por algo (...) Ni siquiera saben definir exactamente qué es y te juzgan por ese gusto, esa afición. ¡Qué no haces cosas normales, cuando deberías estar tomando y en las fiestas, y prefieres quedarte en tu casa a ver caricaturas! Es un poco difícil porque no llegas a adaptarte a los grupos sociales que están predeterminados en la sociedad **(Sora, 28 años)**.*

Finalmente, tal y como lo plantea Goffman (1968: 52), la ambivalencia que se crea al pertenecer a su categoría estigmatizada, da como resultado lógico que aparezcan oscilaciones en el apoyo, en las identificaciones y en la participación que tienen los individuos con sus pares. Para algunos frikis pareciera que es menos difícil ‘ser friki’ cuando no lo son ‘abiertamente’, o cuando son ‘más moderados’ con sus aficiones, aunque esta moderación contradiga -en esencia- una de las características principales del ‘ser friki’: la intensidad con que se viven y practican estas aficiones.

Realmente, es difícil y no. Yo creo que depende de la persona. Para mí no ha sido difícil, porque si bien, soy una persona privada con sus cosas y todo, nunca he

sido... nunca lo he ocultado, pero tampoco he sido una persona que considero friki... o sea, sí soy friki, pero no de la manera en que sólo de eso es mi mundo. O sea, sí expresó que me gusta y todo, pero siempre moderadamente (K, 26 años).

Vida Cotidiana

El primer aspecto que vale la pena destacar en este apartado es el hecho de que todos mis sujetos de investigación tienen una ocupación estable, o son estudiantes o son profesionistas. Por lo que puede afirmarse que, al menos en este caso particular, sus aficiones no los ‘alienan’ al grado de convertirlos en ‘reclusos de sus cuartos’, ‘seres pegados todo el día a una consola’ o ‘enterrados entre montones de cómics’ (Agulló, 2011), como una gran parte de los ‘no frikis’ suelen describirlos. En segundo término, resulta interesante como aprovechan, en su día a día, ciertos espacios de ocio, pequeños descansos, para disfrutar de sus aficiones:

Por lo general, me levanto a las siete de la mañana para calificar o hacer cosas relacionadas con mi trabajo como maestro. Como a las diez de la mañana tengo un pequeño descanso: ya sea que prenda la computadora para ver algún ‘anime’ en Internet, leer algún ‘manga’ en línea o ver un DVD. A las doce: como, me arreglo, y me voy a trabajar. Salgo a las ocho y media de trabajar, llego como a las nueve a mi casa. Veo un rato de tele normal, por lo general el noticiero, para después, antes de acostarme a dormir, leer un ‘manga’ o ver algún ‘anime’, para relajar la mente y prepararme para dormir (Hoil, 26 años).

Me despierto y normalmente voy a la escuela. En la escuela estudio y eso, pero tengo amigos igual que son frikis en mi salón y platico con ellos sobre ‘anime’. Tenemos un ‘team’ de ‘cosplay’ y planeamos las cosas en clase. Ya en mi casa como y platico un rato con mi hermana: ¿Viste tal cosa de tal serie? o ¿Qué

'cosplay' vamos a hacer? Cosas así, y como ella estudia en la tarde, pues se va y pues el resto del día hago diferentes actividades, depende del día, pues a veces veo alguna serie [de 'anime'] o un 'manga' y ya, me baño y me duermo (Joy, 17 años).

A mí me encanta despertarme tarde, pero soy cumplida con mis clases. O sea, tengo un buen promedio. Una vez levantada, hago mi tarea, luego me voy a la escuela, en la tarde. Regreso y me baño, ceno. Veo 'anime', no diario. No es de ley. A veces no veo nada en todo un mes y luego, en un día, me chuto todo un disco de 'anime' de veintitantos capítulos. Ahorita estoy leyendo un 'manga' y a veces me duermo tarde leyéndolo. Salgo con mis amigos, con los que son frikis y con los que no (Aii, 20 años).

Otro aspecto relevante, es el uso que hacen del Internet para 'alimentar' sus aficiones, desde el consumo de *animés, mangas*, etc., *online*, hasta los videojuegos que les permiten 'conectarse' y jugar (en tiempo real) con miles de personas alrededor del mundo. Como se había señalado con anterioridad, las redes sociales juegan un papel fundamental en el proceso de interacción social del friki, con sus pares:

Me levanto, voy a mi trabajo, platico con mis compañeros temas comunes, no frikis. Termino de trabajar, llego a mi casa, me conecto con mis redes sociales: Estoy unido a una comunidad española, muy grande, de aficionados al 'anime', videojuegos, etc., llamada Frozen Layer. Ya tiene más de quince años que estoy unido a ella. Entonces muchas veces, lo que no comparto, día a día, físicamente, lo comparto virtualmente. Leo muchos blogs, me informo de la cultura que me gusta. Los fines de semana, cuando se puede, me reúno con gente que comparte mis mismos gustos (Charles, 26 años).

Ahorita en vacaciones, me levanto, bajo a [donde está] la computadora y empiezo a surfear en Internet. Checo diariamente cómics, de todo tipo, desde cómics de Dungeons and Dragons, de videojuegos, de My Little Pony, etc. Es mi rutina diaria, de

ahí me paso a foros, empiezo a ver las últimas noticias de las cosas que me interesan. Últimamente, foros de videojuegos. Y una vez que se satisface mi necesidad de checar foros, me pongo a jugar [videojuegos] (Jo, 24 años).

Levantarse, manejar, poner música de rock alternativo japonés en el auto, llegar al trabajo, prender la computadora, trabajar, y a veces, cuando nadie se da cuenta, en la oficina, dedicarte un tiempo a meterte a foros de videojuegos, a ver qué libros están por publicarse, qué comics o 'mangas' hay en línea, (es decir) dedicarle un rato a ser friki. Seguir trabajando, regresar a casa, hacer ejercicio. Como siempre me han gustado las artes marciales orientales, ahorita estoy haciendo karate (Fer, 26 años).

Algunos de ellos, como lo señala Jenkins (2009) juegan un papel activo como fans y consumidores de la cultura pop, como lo refleja el hecho de que muchos de ellos sean creadores de páginas web, foros, blogs:

Me levanto, suena el despertador, es una canción de K-pop, checo el 'face', últimamente para revisar si ya salieron los boletos para un concierto al que quiero asistir en Los Ángeles, para el que estoy juntando dinero, de mi grupo favorito: Big Bang, que son cinco chicos coreanos que tocan R&B, hip hop, un poco de pop y música digital; soy muy fan de ellos, colecciono los discos, joyería, los recuerdos de los conciertos, aunque no haya ido a ninguno aún. Me arreglo para ir al trabajo. Prendo la computadora del trabajo, que tiene la foto de uno de ellos, la contraseña es una de sus canciones, todas mis contraseñas son canciones de ellos, entonces nunca se me van a olvidar. Cuando llego a mi casa, por lo general, prendo la 'compu', mi protector de pantalla es del líder del grupo, entro al 'face', checo la página del grupo, porque soy líder del grupo de fans de aquí (Mérida), bajo fotos de ellos o checo noticias relacionadas, escucho música, veo si hay nuevos videos de K-pop, platico con otros fans y al final, cuando me acuesto, abrazo mi almohadita de uno de ellos y ya, soy feliz (Sora, 28 años).

Espacios de encuentro

Uno de los principales espacios de encuentro de los frikis son las convenciones de *anime*, *manga*, cómics y videojuegos, etc. (como se planteó en el Cap. II). Pero ¿Qué significan para los frikis estas convenciones? ¿Por qué resultan tan importantes? Lo primero que hay que señalar es que, una de las razones por las cuales son tan significativas para los miembros de esta subcultura, es porque representan uno de los pocos espacios donde el friki se siente 'libre de ser él mismo':

Es como una Meca, es el lugar donde tienes que ir por lo menos una vez al año, si no todas las veces que sean posibles, porque es el lugar donde uno puede ser uno mismo sin tapujos, donde me puedo olvidar de lo que va a pensar el otro de mí, porque el que está al lado de mí, piensa igual que yo. Todo mundo puede ser como quiere, no hay límites (Charles, 26 años).

Las convenciones son el máximo para la vida friki, principalmente porque reúnes la cantidad más grande de frikis que existe, además de que todos los frikis pueden dejar salir su 'frikés' tal cual, como es, sin tener miedo a lo que la gente pueda pensar, porque probablemente la gente aplauda esa 'frikés'. Puedes vestirte del personaje que siempre has querido, comprarte muñecos de ese personaje y probablemente en lugar de qué la gente te diga ¿Para qué gastas en eso? Te lo van a chulear, te van a decir ¡Qué chingón! ¿Cuánto te costó? Cosas de ese estilo. Digamos que las convenciones son como cuando la gente 'fresa' va a un centro comercial a presumir su nueva ropa, más o menos así funcionan (Fer, 26 años).

Sí es un momento importante porque te sientes en casa, a donde quiera que vayas, aunque tengas la playerita de cualquier artista o 'anime', nadie te va a voltear a ver y decir: ¡Eres un friki!, con ese tonito despectivo. Cuando estás ahí, no importa, todos dicen: ¡Wow, eres friki, te gustan estas cosas! Lo compartes (...) Acá no somos gente que diga: ¡Ay no, qué pena! ¡Todos sacan en ese momento toda su frikés, qué les importa! No los van a juzgar, sabes que vas a encontrar a la

vuelta de cada esquina alguien que está en tu mismo canal, que le gusta lo mismo que tú y aunque no le gusta, te lo respeta (Sora, 28 años).

Por otro lado, las convenciones son un espacio fundamental de interacción social, de socialización y, por ende, de reforzamiento de la identidad friki. Ya que, como se mencionó anteriormente, el friki suele tener dificultades para relacionarse con aquellos que no comparten sus gustos o aficiones:

Por lo general, las convenciones son como un punto de interacción donde puedo enrolarme con otras personas con los mismos gustos. Encontrarme con viejos compañeros de escuela, encontrarme con viejos conocidos, interactuar e intercambiar chismes, chistes, etc. Lo que más disfruto es la convivencia con los demás, porque, por lo general, los frikis nos encontramos como aislados. Pero al momento de estar en la convención, es como si todos nos encontráramos, estamos todos reunidos en nuestro ambiente y hay una mejor interacción, y por lo tanto, un reforzamiento de esta cultura (Hoil, 26 años).

Otro aspecto importante es el papel que juegan las convenciones como espacios de consumo, pues en ellas, el friki puede comprar abiertamente productos especializados vinculados con sus aficiones, mismos que se convertirán, una vez adquiridos, en algo más que simples productos, se volverán ‘reforzadores identitarios’, ‘signos de su diferencia’:

Antes me encantaba comprar ‘animes’, pero con el Internet, prefiero bajarlos. Por lo general, checo cuáles hay, los apunto y los descargo para verlos en mi casa. Igual que los doramas¹¹⁰. Ahora veo si alguien tiene un artículo de los artistas que

¹¹⁰Nombre con el que se denomina a las series televisivas de origen japonés. Guardan ciertas similitudes con las telenovelas por lo que hay quienes las consideran su equivalente oriental

me gustan, que yo no tenga, como mousepads, fotitos, posters, etc. Veo que estén 'kawais' [palabra japonesa que significa 'bonito'], simpáticos, que me van a identificar como lo que soy, por ejemplo en mi USB tengo un Gokou [personaje principal de Dragon Ball], que lo llevo a todos lados y ese Gokou no se va a perder. Busco las cositas que puedan identificarme como una 'otaku', que sepan qué me gusta, mi afición. También me gusta comprar cosas que pueda coleccionar. Por ejemplo, yo colecciono espadas, tengo ocho espadas, junto con dagas y todo, no importa que me gaste miles de pesos, pero ahí están y me fascinan (Sora, 28 años).

Lo que hago principalmente en una convención es buscar los llamados modelos a escala, sobre todo los de una serie llamada Gundam que son modelos de robots, me gusta coleccionarlos. También, me dedico a buscar lo que son 'animes' raros, series que por lo general no consigues muy frecuentemente en línea o en alguna tienda especializada, o alguna pieza que me haga falta de alguna colección de 'anime' o buscar series muy, muy antiguas, que generalmente no encuentras por su antigüedad (Hoil, 26 años).

También es importante señalar que las convenciones son eventos de carácter lúdico, tienen cierto paralelo con los carnavales o las fiestas populares, en el sentido de que, además de la liberación propia de este tipo de celebraciones (romper ciertas normas), los asistentes se permiten cierta 'performatividad', transformarse en 'otro'; por ejemplo, un personaje ficticio que les representa algo significativo, no solo a ellos, sino también a sus pares, y obtener con ello, si su 'representación es buena', la admiración y el reconocimiento de los demás.

Lo que más me gusta de las convenciones es esa posibilidad de ver qué hay de nuevo, cuáles son los personajes más famosos, ver a la gente disfrutar de ser friki, atreverte a llevar una máscara, alguna ropa alternativa que probablemente no te

(actualmente, también se producen *doramas* en Corea del Sur, Hong Kong y Taiwán). Muchas de estas series están basadas en *mangas* o *animes* famosos.

pondrías en un día normal. Creo que más que nada, lo que más me gusta de las convenciones es liberarme sin tener miedo a lo que te puedan decir los demás (Fer, 26 años).

Poco a poco me di cuenta de que, cuando llegaba a una convención, me saludaban muchas personas que no conozco, por mis cosplays, así es que se me hace muy padre que algo así [ser cosplayer] me haya dejado algún tipo de reconocimiento, que las personas me recuerden o me tengan cariño, porque a veces me dicen: ¡Me encantan tus cosplays! o ¡Éste te quedó mejor que el anterior! Cosas así (Joy, 17 años).

Pero, no todos los frikis disfrutan de las convenciones. Ya sea porque no es un espacio donde se sientan cómodos, ya sea porque han dejado de ser lo que antes representaban para ellos:

Curiosamente, asistir a las convenciones es una de las cosas que hago más por la comunidad que por mí mismo. Yo no soy muy fan de las convenciones. No me gustan los lugares donde hay mucha gente, además generalmente, yo no compro muchas cosas, me gusta ver, pero no compro cosas (Jo, 24 años).

De las convenciones, realmente, no tengo una opinión muy positiva. Creo que se han vuelto muy comerciales. Sólo se dedican a vender, se dedica muy poco a las actividades que son especiales para los frikis. Sólo hacen lo de siempre, concursos de cosplay, karaoke, pero no siguen innovando. La gente sólo va, compra y se va. Antes había concursos de dibujo, cosas más originales. Ahora yo solo llego, veo que hay, casi nunca compro nada, me fastidio y me voy, porque me engento y porque no hay nada más que hacer (K, 26 años).

Sí voy a las convenciones y asisto de cosplay. Antes asistía un día con un cosplay, luego comencé a asistir más días. Pero, recientemente he notado que ya no son como antes. Al inicio asistía a comprar pines, series, un montón de cosas. Ahora, ya no compro. Voy a la convención a ver a mis amigos, más bien a ver a la gente que no veo diario, que sólo veo en las convenciones. Pero no me gusta que ahora ya no haya stands para tomar fotos [eran espacios especiales para tomar y

tomarse fotos con los cosplayers], porque las convenciones no son solamente para los que les gusta los videojuegos o juegan cartas, son para todos, y así como ahora hay K-pop e incluyen música de K-pop, igual deberían de seguir teniendo esos espacios para los cosplayers. Eran espacios con cortinas, ideales para tomar fotos. Una convención es para sentirte libre. Hay personas que sufren bullying por ser frikis, en su salón no los respetan, tampoco en su casa; entonces, las convenciones son el único lugar donde pueden sentirse bien. Por eso me disgusta tanto que el precio de entrada se haya encarecido tanto, porque no todos pueden pagarlo (Aii, 20 años).

Personajes favoritos

Se consideró importante preguntarle a mis sujetos de estudio ¿Cuáles eran sus personajes, series, cómics, etc., favoritos? Es decir, aquellos que los marcaron de alguna forma. El objetivo era obtener una especie de ‘proyección’, que su identificación con un ‘elemento ficcional’ nos proporcionara una suerte de ‘modelo aspiracional’. Estos fueron los personajes, series, etc., que seleccionaron:

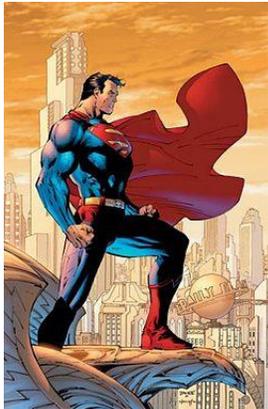
Cuadro 2. Personajes, series y sagas

Personaje/Serie/Saga	Descripción	Razones	Sexo	Edad
Link de <i>La Leyenda de Zelda</i> (videojuego)	Protagonista del videojuego de origen japonés <i>La leyenda de Zelda</i> ¹¹¹ .	Porque fue de los primeros videojuegos que jugué (tendría yo unos 4 años) y como no dominaba el idioma inglés, mi madre fue la que me acompañó durante esta aventura, recuerdos que jamás	M	26 años

¹¹¹ Descripción de la autora.

 <p>(Imagen 36. Link)</p>		<p>olvidaré. Gracias a esta saga se me abrieron muchos mundos, y su protagonista es el mejor ejemplo de valores y de coraje. Por él aprendí que hay que seguir adelante pese a que a las cosas no jueguen a tu favor, a afrontar con valor los problemas.</p>		
<p>My Little Pony (Friendship is Magic)</p>  <p>(Imagen 37. Personajes de My Little Pony)</p>	<p>Serie animada, de origen estadounidense, desarrollada por la compañía <i>Hasbro Studios</i> y <i>Studio B Productions</i>¹¹².</p>	<p>-Hay muchas lecciones que me gustan de la serie, particularmente el hecho de tratar de ser más amable con la gente, porque no pierdes nada y es tu propia recompensa.</p>	<p>M</p>	<p>24 años</p>
<p>Link de <i>La Leyenda de Zelda</i> (videojuego)</p>	<p>-Link es como cualquier héroe de aventuras japonés: leal, sincero, fuerte de espíritu y bueno.</p>	<p>-Como muchos de los personajes, tanto del <i>anime</i> como del <i>manga</i>, Link es, más que fuerte físicamente, fuerte de espíritu. Como ellos, se esfuerza día a día para mejorar y ese esfuerzo diario, al final, da un resultado que le permite seguir adelante. Una de las características más importantes que tienen este tipo de héroes, es la bondad, lo que les permite nunca ir por el</p>	<p>M</p>	<p>26 años</p>

¹¹² Descripción de la autora.

		lado equivocado, o utilizar trampas que el malo utilizaría, pero que ellos no, porque no pueden atreverse o no deben de utilizarlas.		
<p><i>Superman</i> (cómic, películas, etc.)</p>  <p>(Imagen 38. <i>Superman</i>)</p> <p>-<i>Star Wars</i> (películas)</p>  <p>(Imagen 39. Personajes de <i>Star Wars</i> o <i>La Guerra de las Galaxias</i>)</p>	<p>-Superhéroe del cómic homónimo, creado por el escritor estadounidense Jerry Siegel y el artista canadiense Joe Shuster, en 1932¹¹³.</p> <p>-Saga de películas de ciencia ficción, creadas por el guionista, director y productor de cine George Lucas¹¹⁴.</p>	<p>-<i>Superman</i> me inspira, como todo lo bueno que podemos llegar a ser. Pienso que si la humanidad pudo concebir un personaje así, entonces quizás no estamos tan condenados.</p> <p>-Creo que <i>Star Wars</i> es el punto máximo de la cultura pop del siglo XX. Es todo lo que es la cultura pop del S. XX. Tiene eso mismo que ha apelado a todo el mundo, que es una historia de heroísmo, de crecimiento, de sacrificio, de pecado y redención. De lucha contra la tiranía. De la búsqueda de uno mismo. De encontrarse, de ir más allá. Lucas [el</p>	M	28 años

¹¹³ Descripción de la autora.

¹¹⁴ Descripción de la autora.

		creador de la saga] fue muy inteligente, supo hacerlo de tal forma que iba a apelar a las emociones más universales.		
<p><i>El Hombre Araña</i> (cómic)</p>  <p>(Imagen 40. <i>El hombre araña</i>)</p> <p>Luke Skywalker de <i>La Guerra de las Galaxias</i> (películas)</p>  <p>(Imagen 41. <i>Luke Skywalker</i>)</p>	<p>-Superhéroe, creado por Stan Lee, a principios de los 70's.</p> <p>-Es de un pueblito, vivía con sus tíos en una granja perdida en un planeta desértico, y de pronto, emprende ese gran viaje.</p>	<p>-Fue seguramente por los valores que de ahí emanaban. Esta idea de ayudar al otro, esta historia de un hombre común y corriente, 'bullyado', que puede hacer algo grande.</p> <p>-Yo me sentía identificado con ese mito del personaje insignificante que emprende ese gran viaje. En ese momento no sabía por qué, ahora sé que era por los valores que de ahí emanaban.</p>	M	29 años
<p>Lelouch Lamperouge de <i>Code Geass</i> (anime)</p>  <p>(Imagen 42. <i>Lelouch Vi Britannia</i>)</p>	<p>-También llamado <i>Lelouch Vi Britannia</i>, es el príncipe del pueblo británico, e intenta crear un mundo mejor donde todas las personas no padezcan sufrimiento por causa del racismo, del desprecio. Idea que nace al ver la forma en la que es tratada su hermana menor, que es inválida. Al</p>	<p>-Parece que es el villano de la historia, porque, si la justicia se encarnara en hombre, ese hombre sería el villano de la historia y no el héroe, porque haría tantas cosas por el bien, que a veces éstas se catalogarían como malas ¿Por qué? porque entraría la lucha</p>	M	26 años

	<p>trata de generar esto [el personaje] llega a una evolución psicológica de lo que es verdaderamente correcto y lo que es verdaderamente incorrecto. Partiendo de una idea muy personal, podríamos decir hasta avariciosa, a una idea colectiva, brillante, de lo que debe ser la justicia. Concluyendo con la idea de que: "tengo que hacer lo correcto, aunque eso signifique renunciar a todo lo que amo, ¿Por qué? Porque es lo justo y es lo correcto.</p>	<p>de lo que es la justicia contra lo que es nuestra moral, nuestra ética y nuestros deseos. Eso es lo que me impresiona de estos personajes: cómo pueden hacer a un lado a esta moral, a estos deseos propios, a estas ambiciones individuales del ser humano, para luchar y buscar algo que es verdaderamente correcto, algo que es verdaderamente justo, aunque para todos, termine siendo algo moralmente malvado.</p>		
<p>Squall Leonhart de <i>Final Fantasy VIII</i> (videojuego)</p>  <p>(Imagen 43. Squall Leonhart)</p>	<p>-Es una persona que le da trabajo confiar en sus amigos.</p>	<p>-Porque es una persona que considera que estar solo es mejor. Tanto para no importunar a los demás, como para no resultar herido. Pero al final, logra confiar en sus amigos. Por eso me gusta.</p>	F	26 años
<p>Hikaru de <i>Guerreras Mágicas</i> (anime)</p>	<p>-Es una niña alegre, que no tiene miedo de ser ella misma, que disfruta de la vida.</p>	<p>-Porque es una niña alegre que sí, tiene sus momentos de depresión ante momentos de la vida duros, pero que busca la forma de salir adelante. Entonces yo</p>	F	28 años

 <p>(Imagen 44. Hikaru)</p>		<p>me digo: ¡Puedo salir adelante! ¡Sé que es una caricatura!</p> <p>¿Verdad? Pero, a veces los problemas no son tan grandes, puedo estar deprimida y se me pasará, sé que hay gente que está a mí alrededor que me apoya.</p>		
<p>Los gemelos [Hikaru y Kaoru Hitachiin] de <i>Ouran Highschool Host Club</i> (anime)</p>  <p>(Imagen 45. Hikaru & Kaoru)</p> <p>-Sasuke de <i>Naruto</i> (anime)</p>  <p>(Imagen 46. Sasuke)</p>	<p>-Los gemelos son muy cerrados en ellos mismos, no dejan entrar a nadie más.</p> <p>-Se supone que es una persona alejada y fría, que no le importa nada, pero en el fondo es una persona que le interesan los demás.</p>	<p>-Yo soy muy cerrada con mi hermana. Y sí me doy cuenta de que somos un poco como los gemelos, de que no dejamos mucho entrar a otras personas a nuestro mundo, y bueno, cuando lo vi, me di cuenta de que no soy la única que lo piensa.</p> <p>-Me hizo darme cuenta de que soy un poco cerrada, como él, y para no volverme así, como el personaje, que después se vuelve malo, debo volverme más abierta y un poco más extrovertida.</p>	F	17 años
<p>Haruhi Suzumiya de <i>Haruhi Suzumiya no yutsu</i> (anime)</p>	<p>-Personaje principal del anime: 'La melancolía de Haruhi Susumiya',</p>	<p>-Siento que tiene mi personalidad extrovertida, gritona,</p>	F	20 años



(Imagen 47. Haruhi Suzumiya)

Haruhi Fujioka de *Ouran Highschool Host Club* (anime)



(Imagen 48. Haruhi Fujioka)

producida por los estudios *Kyoto Animation*. Se caracteriza por ser bastante enérgica y excéntrica; no le interesa relacionarse con personas 'normales', está obsesionada con encontrar aliens, viajeros del tiempo, seres sobrenaturales o de otra dimensión. Desconoce que ella misma es una especie de 'Diosa', que tiene la capacidad de modificar la realidad del mundo, o incluso, destruirla¹¹⁵.

-Personaje principal del anime *Ouran Highschool Host Club*, producido por el estudio Bones. Es una estudiante de secundaria muy aplicada, seria y decidida que, por error, es confundida por el presidente del Club escolar de 'Host' (anfitriones) –cree que es un chico-. Por una deuda económica contraída con el Club (integrado únicamente por hombres) decide unirse a él y

loca, por eso me encanta.

-Siento que la personalidad de Fujioka es más como pienso. Por ejemplo, ella considera que no hay géneros, que no tienes por qué decir: sí, yo soy mujer y por lo tanto voy a ser así. O sea, no hay un género. Ella no siente la necesidad de decir si es chica o chico, le da igual si la confunden con un hombre o una mujer, y esa es la trama de

¹¹⁵ Descripción de la autora.

	hacerse pasar por chico ¹¹⁶ .	<i>Ouran High School Host Club.</i>		
--	--	-------------------------------------	--	--

Lo primero que llama la atención sobre esta selección, es que, a excepción de la saga cinematográfica *Star Wars*, la animación estadounidense *My Little Pony*, y los personajes gemelos (Hikaru y Kaoru Hitachiin) del *anime Ouran Highschool Host Club*, el resto de los personajes seleccionados por los sujetos de estudio son los protagonistas de las historias a las que pertenecen (*Superman*, *Spiderman*, *Link*), ya sean de cómics, *animés* o videojuegos.

Además de ser personajes protagónicos, los personajes elegidos se caracterizan por ser los héroes/súper-héroes de esas narrativas (a excepción de Lelouch Lamperouge del *anime Code Geass* y Sasuke del *anime Naruto*, que más bien fungirían como anti-héroe y antagonista, respectivamente). Aspecto que no debería sorprendernos si tomamos en cuenta que, como plantea el filósofo e historiador Thomas Carlyle en su obra *Los Héroes: El Culto de los héroes y lo heroico en la historia* [1907 (1985)], la virtud esencial de todo héroe es y debe ser, la sinceridad e intensidad de sus convicciones: “Cada héroe responde íntegramente a su vocación, hacia aquello a lo que ha sido llamado, ‘con-vocado’. No importan los sufrimientos, los tormentos, los sacrificios, las luchas que haya que librar contra los suyos, su país, su tiempo, el mundo mismo. Se yergue como una figura solitaria contra el mundo, respondiendo a su desafío (...) Porque todo lo que diga, todo lo que enseñe, lo aprenderá y repetirá el mundo” (Carlyle, en Cardiel, 1985: xx).

¹¹⁶ Descripción de la autora.

Por su parte Aguirre (1996: s. p.) señala que: “en el héroe se encarnan las virtudes a las que los hombres aspiramos en cada momento de la historia (...) Con los héroes, la sociedad tiene la oportunidad de fabricar sus sueños de ser mejor (...) En ellos tratamos de ver lo mejor de cada época, aunque sólo veamos sus deseos de ser de una forma o de otra y nuestras propias carencias”.

Lecciones Aprendidas

Ante la pregunta de ¿Qué es lo más importante/mejor que te ha dejado ser friki? se obtuvieron respuestas diversas que bien pueden sintetizarse en tres categorías. Primero, les permitió relacionarse mejor con personas cercanas o conocer a otras que, actualmente, juegan un papel fundamental en sus vidas:

*Yo me empecé a llevar mejor con una de mis primas porque compartíamos muchos gustos, nos gustaban los juegos, el anime, estas cosas (...) Mis mejores amigos son las personas con las que me empecé a juntar para jugar Starcraft, desde que salíamos de la escuela (...) He hecho muchas amistades internacionales por jugar RPG's (Rol Play Games), como Final [Fantasy] XI **(Jo, 24 años)**.*

*Lo que más valoro es que me dio la oportunidad de conocer a la persona con la que voy a vivir el resto de mi vida [se refiere a su esposo] **(K, 26 años)**.*

*Gracias al anime y a todo eso, mi hermana y yo nos volvimos inseparables, antes no nos llevábamos **(Aii, 20 años)**.*

En segundo lugar, les ha permitido adquirir un conocimiento específico sobre algo importante/significativo para ellos; así como abrir su mente a otras culturas, otras formas de pensar, otras realidades:

Lo que más me ha dejado esto es que he aprendido muchas cosas. Me ha llevado a interpretar de manera distinta el mundo, me ha dado un gran conocimiento, tanto teórico, como práctico. Porque no sólo veo la caricatura o la imagen en sí, si no que puedo sacar alguna enseñanza de ésta, sea cual sea el concepto que se maneje (Hoil, 26 años).

Una de las cosas de las que me jacto es que tengo muy buen inglés, cuando yo comparaba mi nivel de inglés con el de mis compañeros, yo sabía un chorro de términos que ellos no sabían, yo sé hablar inglés fluidamente, no solo escribirlo, porque yo tenía que hablar con otros jugadores, en inglés, mientras jugaba online. Aparte como visito muchos foros, leo mucho, entonces siento que me ha ayudado mucho para eso (Jo, 24 años).

He aprendido muchas cosas: la cultura, que definitivamente es punto y aparte a la nuestra, a lo que estamos acostumbrados. Ellos tienen una mente muy abierta, puedes salir con una peluca diario a tu trabajo y no hay ningún problema, no te van a decir nada. Hay calles en las cuales la gente va con su cosplay o vestida de 'Lolita' [moda japonesa]. Van así al trabajo, así salen a comer, así viven y creo que es gente con una mentalidad muy abierta, y eso me ha dejado mucho. No porque las personas te metan ciertas ideas a la cabeza significa que tienes que seguir ese patrón, tienes que romperlo, o más que romperlo, tienes que seguir tus propios instintos. Si es lo que realmente te gusta ¿por qué dejarlo a un lado porque otra persona no le guste? Creo que otra enseñanza que me ha dejado igual es que he aprendido a hablar un poco de japonés, no es que me comunique perfectamente, pero ciertas palabras se te quedan al escuchar el japonés en los animes (...) Siempre me ha gustado aprender de otras culturas, no quedarme solo con lo mío, buscar que más hay, no cerrar mi mente, no cerrar las puertas, todo está sujeto a cambio, todo es importante en realidad, no solo lo que tú piensas (Aii, 20 años).

Y, finalmente, les ha proporcionado valores, principios, lecciones de vida:

*Yo creo que ante todo me ha aportado valores. Podré tener el ideal de una caricatura pero sé que eso, en parte, no lo puedo aplicar al cien por ciento en la vida real ¡Porque me muero! Pero puedo vivir con la cabeza en alto pensando: ¿Si de esos aspectos puedo tomar algunos, implementarlos en mi vida y ser mejor persona, por qué no hacerlo? Yo creo que lo que me ha dejado ser friki, ante todo, es ser mejor persona. Si me tocara renacer, lo volvería a ser nuevamente, no podría ser otra persona, con todos los pormenores y demás, lo seguiría siendo, así hasta el fin de mis días **(Charles, 26 años)**.*

*Me ha dejado buenos recuerdos, buenas experiencias, cosas de las que puedo mirar al pasado y sonreír... Uno podría subestimarla pero, a veces, la cultura pop tiene pequeñas dosis de sabiduría, lecciones que se te quedan, en las que puedes creer... Superman me ha servido en momentos difíciles, cuando pienso: ¿Qué haría Superman en esta situación? Se levantaría y seguiría peleando contra Doomsday [enemigo súper-poderoso que casi consigue matar al superhéroe en el cómic] **(Maik, 28 años)**.*

*Yo creo que en cada anime que ves, en cada manga que lees, uno crece un poco ¿Por qué? Porque, aunque la gente no se da cuenta, tienen un mensaje positivo. Dicen: ¡Es que se están matando en Dragon Ball! Sí, están peleando; sí, están matando gente, pero no ven que es trabajo en equipo, que es apoyo, que es superarte... Yo prefiero ver Dragon Ball, que al ratón que le está dando en la torre al gato... O que si en Sailor Moon, las chicas tienen las faldas diminutas... Sí, pero siempre están a favor de salvar la Tierra, de que le importen las demás personas, de que no les interese tanto su persona, sino ayudar a los demás... Existe un mal y tienes que enfrentarlo, y ese mal no es necesariamente una persona, pueden ser tus propios demonios... Los animes o mangas me impulsan a eso, a no darme por vencida, a dar mi mejor esfuerzo **(Sora, 28 años)**.*

El friki como moda

Finalmente, con el objetivo de responder específicamente la pregunta eje de esta investigación: ¿Cuál es la percepción que tiene el friki meridano sobre la ‘comercialización’ que ha hecho la *cultura mainstream* de la subcultura friki?, se les preguntó a los sujetos de estudio, primero, ¿Consideras que ‘lo friki’ está de moda? Ya que, una de las manifestaciones más claras de lo que hace la cultura *mainstream* con los elementos que retoma y reproduce de otras subculturas (en este caso, la friki) es, precisamente, marcar tendencias, poner, pues, dichos elementos ‘de **moda**’¹¹⁷.

La mayoría de los entrevistados afirmaron que “ser friki está de moda”, e intentaron explicar las razones detrás de este fenómeno:

Sí considero que lo friki está de moda. Se ha vuelto pop ser friki. Un ejemplo sería Lady Gaga: ella misma se cataloga como ‘una rara’ y alienta a la gente a ser ‘rara’ (...) Creo que alienta a la gente a no estandarizarse... La sociedad siempre te va a pedir que seas más promedio, y mucha gente no quiere ser así, no quiere dedicarse toda la vida a hacer lo mismo, seguir los cánones que la sociedad le dicta, pero a final de cuentas, es un precio que muchos pagan por ser aceptados. Yo creo que ser friki está de moda, no sólo porque veas en las tiendas de moda, lentes de pasta, camisas de cuadros, pantalones pegados, camisas que tienen ecuaciones matemáticas; sino porque los nuevos ricos, los nuevos emporios tecnológicos fueron generados por frikis, que fueron rechazados en su momento, y ahorita tienen el control del Internet, del desarrollo de software, computadoras, etc. (Fer, 26 años).

Yo creo que sí. En primera, los geeks, que son los más fascinados con la tecnología que con otros aspectos de la cultura pop, se vuelven superestrellas en

¹¹⁷ Entendiendo por ‘moda’ a las aficiones que si bien son, en su mayoría de carácter pasajero, se distinguen por ser menos triviales o caprichosas que las ‘novedades’. Tienden a ser cíclicas, pueden incluir casi cualquier aspecto de la vida de grupo –desde ropa, adornos, modales, arte, filosofía, hasta metodologías científicas-. Y suelen reflejar los intereses y valores dominantes de una sociedad en una época determinada. (Horton y Hunt, 1988: 523-524).

una sociedad dominada por la tecnología. Cuando todo es tecnología, admiras al que te provee de tecnología. Si viviéramos en otros tiempos, admiraríamos al Jefe Guerrero, o algo así, pero hoy admiramos a Steve Jobs o a Bill Gates, que son geeks. Cuando hablamos de que estos dos individuos, que han transformado la vida cotidiana de miles de personas, eran dos nerds, entonces la imagen del nerd como perdedor ha cambiado a la de un triunfador. Soy profesor, trabajo con adolescentes, y ellos admiran a Steve Jobs y están fascinados con todo lo que ha creado. También tiene que ver con algunos fenómenos de masas como la saga de Harry Potter. Estos libros cambiaron la dinámica de la lectura, hicieron que leer volviera a ser cool. Y no digo que Harry Potter sea especialmente bueno, porque no lo es. Pero, de forma muy intuitiva Rowling hizo lo mismo que Lucas y Tolkien (...) supo tomar de los mitos y las historias que más apelan a la gente y los puso en una historia de fantasía. Ahora, antes de Harry Potter, los géneros de fantasía eran para los nerds o geeks, pero Harry Potter lo llevó al mainstream. Hizo que gente que no se interesaba en la fantasía, comenzara a interesarse. De hecho, el mismo Harry Potter tiene la apariencia de un nerd, aunque no lo sea tanto. Esto ha desencadenado que haya otras sagas de literatura pop. Y también está el fenómeno del cine de superhéroes, que volvió a popularizar a los superhéroes. Antes no se hacían películas de superhéroes porque no existía la tecnología para poder hacerlas bien. Ahora hay dos o tres películas al año. Los superhéroes se vuelven algo conocido, ya no es algo exclusivo de los que conocen de cómics. También están programas televisivos como de The Big Bang Theory, que se ha vuelto una referencia obligatoria. Aunque yo creo que, The Big Bang Theory baja el nivel geek y lo pone muy al nivel de la gente 'no friki', para que puedan entenderlo; y también creo que capitaliza mucho en ridiculizar al geek/friki como para que al final, las demás personas se sientan bien, y digan: "Me encanta The Big Bang Theory pero al menos no soy un ridículo, no soy como Wolowitz" (Maik, 28 años).

Sin embargo, algunos de los entrevistados consideraron que 'lo friki' más que 'estar de moda', "se está volviendo socialmente más aceptado"; y que los MMC y las Nuevas Tecnologías, particularmente ciertos productos mediáticos

(como la serie televisiva estadounidense *The Big Bang Theory*), y ciertas redes sociales (como *Facebook*) han jugado un papel fundamental en ello:

Bueno, más que hablar de una moda, yo diría que ya se está volviendo más socialmente aceptable, porque si nos vamos a una moda, yo creo que en México tuvo un muy fuerte impulso desde los años 90's, cuando Televisa y Tv Azteca comenzaron a traer series que tuvieron un fuerte impacto, y a partir de ello surgieron muchas cosas, como los frikis de la vieja guardia, que son los que actualmente hacen las convenciones, si no fuera por ellos no tendríamos lo que tenemos ahora (Charles, 26 años).

*Más que moda... Creo que la gente siempre ha tenido curiosidad sobre ello, pero no se había querido acercar porque socialmente es un mal estereotipo [ser friki]. Entonces, debido al auge de programas de televisión como *The Big Bang Theory*, los frikis ya no son motivo de risa, sino que son considerados gente que puede existir en el mundo y está bien. La gente se ha acercado a los videojuegos, por ejemplo. Los juegos de Facebook son un buen ejemplo de eso. Como todo mundo participa en esas redes sociales, ya no ven a los videojuegos negativamente (K, 26 años).*

Sí y no [lo friki está de moda], la moda toma algo que ya existe, o sea, la moda no es inventar algo sino explotar algo que ya existe. Las historietas no nacieron ayer, tampoco los Juegos de Rol o La Guerra de las Galaxias, que además, se basan en las mitologías más antiguas, como las griegas, que ya casi son parte del inconsciente humano. Sí está de moda, pero ya existía desde antes. ¿Qué ha hecho Hollywood? ¿Los medios de entretenimiento? Aprovecharse de eso porque les va a generar dinero. Por eso Televisa compró Marvel y DC (Raúl, 29 años).

Con la intención de puntualizar sobre las consecuencias que podía tener dentro de la comunidad friki este fenómeno, así como saber si los sujetos investigados consideraban que la cultura *mainstream*, al apropiarse de ciertos elementos de la subcultura friki, podría modificar de alguna forma algunos de los

rasgos distintivos del ser friki, es decir, su identidad como frikis, se les preguntó: ¿Qué tipo de consecuencias creían que podía tener, dentro de la comunidad, el hecho de que lo friki estuviera de moda?

Las respuestas fueron diversas, y se pueden clasificar en tres grupos: a) los que observan un impacto positivo para la comunidad friki, es decir, una transformación en la forma como son percibidos por el resto de la sociedad y por ende, un menor rechazo hacia ellos; b) los que ven consecuencias negativas y expresan preocupación porque la 'identidad friki' se diluya ante la apropiación que ha hecho la cultura *mainstream* de ciertos elementos de la subcultura friki; y c) los que no perciben ninguna consecuencia positiva o negativa, es decir, consideran que ni les afecta, ni les beneficia como individuos y como comunidad.

Quienes consideran que el hecho de que 'el friki esté de moda' puede afectar 'positivamente' a la comunidad friki, señalan que la sociedad será más tolerante con ésta y habrá una mayor aceptación:

A mí, en lo particular, me parece maravilloso que sea socialmente más aceptado, o sea, el hecho de poder actualmente ir a cualquier plaza [comercial] o tianguis y conseguir ropa estampada ad hoc a las cosas que me gustan es algo que tenía años buscando y no había ocurrido. Y el hecho de que sea socialmente aceptado hace que haya más comunidad, haya más apertura y eso nos hace menos susceptibles. Y yo creo que en la medida en que todos seamos más tolerantes y seamos más aceptados, pues vamos a estar mejor, porque yo creo que esa misma timidez que uno tiene, pues va a disminuir, porque ya no serás visto como raro y aun así podrás seguir siendo fiel a ti mismo (Charles, 26 años).

No creo que el hecho de que se acepte más al friki sea malo, al revés, yo creo que eso le va a permitir a la sociedad ser más tolerante, yo le veo un lado positivo a esto, nada negativo (...) Yo creo que este proceso de que lo friki sea popular, lo

*único que va a generar es un menor rechazo y que mucha gente que no lo era, descubra que tiene gustos parecidos a los frikis, y se volverá más tolerante a ello. Ahora, muchos frikis tienden a ser un poco territoriales, no quieren que la sociedad entre en su territorio, porque a final de cuentas, es la sociedad la que los orilló, en cierta manera, a que ellos tuvieran que irse a una esquina del ring, y obviamente, cuando esta sociedad trata de meterse dentro de su área, van a sentirse atacados y van a pelear... Pero, yo siento que no es tanto que la sociedad esté metiéndose en su área, sino que está dejando de atacar, ahorita está permitiendo que corran por todo el cuadrilátero. Simplemente debes entender que puedes ser friki, y que puedes ser totalmente aceptado por la sociedad, sin ningún problema (...) La marginación no es un elemento que debería estar en el friki, porque tal vez muchos frikis que son de una manera determinada, si no hubiera habido esa marginación, podrían ser todavía más libres de ser lo que son, podrían ser más creativos, podrían ser más abiertos, podrían aprender más, porque habría más gente con la cual discutir, no solo en tu grupo aislado, sobre ser diferente **(Fer, 26 años)**.*

Para los que piensan que este fenómeno traerá consecuencias negativas, tanto para la comunidad, como para ellos como frikis, argumentan, por ejemplo, que los 'auténticos frikis' dejarán de ser el mercado meta de las compañías que producen lo que les gusta consumir, y por lo tanto, cada vez habrá menos 'oferta' para ellos. Por otro lado, la marginación hacia los 'frikis-frikis' no habrá de desaparecer:

Yo creo que hay de todo, hay cosas positivas y negativas. Yo lo que he visto es que la gente se queja porque esta nueva generación de 'seudo-frikis', se está volviendo mercado meta de muchas compañías, entonces lo que pasa es que muchas compañías dicen: Esto se está volviendo popular, vamos a sacar cosas que van para ese rumbo, pero que no son tan 'anormales' como a lo que estamos acostumbrados. Yo eso lo noto un chorro en los videojuegos: están los 'hardcore-

gamers', que son los que les gustan los juegos difíciles, buenos, que se matan en el juego, y están los 'casual gamers', que solo juegan unas dos horas y lo dejan, para ellos es cualquier cosa. Antes, el mercado meta eran los hardcore gamers, los juegos estaban diseñados para este tipo de gente, por la trama, porque eran difíciles, en cambio ahora, los juegos se están volviendo 'casuales', el mercado meta ya son niños de 7 años o 10 años, que juegan cosas como 'Call of Duty'. También he visto que estos juegos están bajando de calidad drásticamente, de hecho hay muy pocos juegos recientes que yo pueda decir que me gustan, ya no siento ser el mercado meta. Como que esto era algo que era nuestro, pero ya se está volviendo de toda la población. En ese sentido si tengo un sentimiento de pérdida, por un lado qué bueno, mejora la industria y van a haber más de estas cosas, pero por otro lado, qué malo que ya está más diluida la calidad **(Jo, 24 años)**.

Yo creo que, más allá de este fenómeno, más de mercadotecnia que de moda, siguen marginando a los 'frikis-frikis'. Si bien es algo más socialmente aceptado, es algo más comercial, y no afecta a los 'frikis-frikis'. Muchas veces, los 'frikis-frikis', se molestan porque, por ejemplo, antes las convenciones eran sólo de anime o videojuegos y la gente era 'friki, friki, friki'. Pero ahorita, como ha habido ese auge del K-pop y del mundo coreano, y las niñas, generalmente 'bien', niñas 'normales', por así decirlo, incluso 'fresas', se meten a las convenciones, porque les gusta ese tipo de música; pues hay un choque entre estas dos culturas, porque son dos culturas completamente diferentes. Así es que, aunque está más aceptado por la sociedad y está un poco más abierto, siguen siendo dos cosas completamente diferentes. Entonces, yo creo que a los frikis no les afecta, ni les perjudica, ni les ayuda. Punto. O, incluso, les perjudica un poco, porque mucho porcentaje de las convenciones se va a ese tipo de mercado (...) Y sí sigue habiendo marginalidad, porque esa gente que está comercialmente influida sigue viendo a esta otra gente [los 'jugones o gamers] como 'los raros' **(K, 26 años)**.

Y por el otro, se corre el peligro de que la 'identidad friki' se diluya:

Hollywood está sobreplotándolo [la imagen del friki], y esa sobreplotación puede provocar que el mismo sentido del grupo se vaya perdiendo, porque, como ven que está de moda, los muchachos dicen: ¡Voy a serlo! Pero no lo hacen porque

realmente les guste, sino porque está de moda (...) Y las modas, son pasajeras, caducan (...) y cuando ésta caduque, nuestra imagen y todo lo que hemos hecho para lograr identificarnos se va a perder, va a desaparecer en el tiempo y vamos a quedar en cero (Hoil, 26 años).

Yo creo que, al estar de moda, sí puede diluirse la esencia de lo friki. Eso lo veo con algunos de mis amigos que no son frikis, que les gustan ciertas series, que les gustan a los frikis, pero dicen: ¡Yo no soy friki! No se sienten parte de la comunidad, a pesar de que están haciendo cosas de la comunidad (Jo, 24 años).

Finalmente, están los que piensan que este fenómeno NO afectará en lo más mínimo a los 'auténticos frikis' (es decir, que no habrá consecuencias ni negativas, ni positivas, dentro de la comunidad) puesto que, una vez pasada la 'euforia' típica de una moda, quienes 'siempre han sido frikis', quienes 'siempre han pertenecido a la comunidad', seguirán ahí; los demás, los que solo se acercaron a ella 'por moda', habrán de irse:

Hollywood puede explotarlo, pero no le va a quitar nada. A mí ni me va, ni me viene, los superhéroes ahí están, yo voy a seguir comprando comics, dibujando... Puede igual molestar, porque es como si tu banda favorita, que solo tú y tu primo conocen, de pronto resulta que la niña fresa imbécil que siempre has odiado, ahora la escucha. Pero dices, bueno, lo está escuchando ahorita porque está de moda, luego lo dejará, tú la seguirás escuchando (...) ¿Nos va a quitar algo? Jamás (...) Lo auténtico sobrevive, lo demás se acaba, se olvida, te entretuvo un rato, luego se va. Habrá gente que a partir de esa moda, lo descubre y se incorpora, y eso es muy interesante, es bienvenido (Raúl, 29 años).

Antes les gustaba a cien personas y tal vez ahora sean mil, pero lo realmente importante, es que les guste realmente. Ahora que, si se ha puesto de moda, no pasa nada, pues como cualquier moda, va a desaparecer. O sea, a los que realmente les gusta, con o sin moda, les seguirá gustando. Entonces, esos 2000

tal vez disminuyan a 200, pero esos 200 son personas a las que realmente les gusta (Aii, 20 años).

Lo mainstream puede absorber las imágenes, los símbolos o la moda friki, pero eso no significa que pueda absorber su esencia. Como lo hippie... Puede ser que esto pase de moda, puede que no, pero los que realmente están en el submundo, ahí van a seguir; los que estén muy pasajeraamente, se irán (Maik, 28 años).

CONCLUSIONES

Se han organizado las conclusiones a partir de las categorías utilizadas para el análisis de los resultados de las entrevistas. Se recordará que estas categorías son: Adscripción, Iniciación, Dificultad, Vida Cotidiana, Espacios de Encuentro, Personajes Favoritos, Lecciones Aprendidas y El Friki como Moda. Detrás de estas categorías se encuentran la pregunta eje y el objetivo central de investigación, así como el material empírico obtenido con las técnicas utilizadas.

Primera conclusión: Adscripción

Si bien es cierto que varios de los frikis entrevistados manifestaron alguna resistencia por abandonar sus primeras aficiones, considero que no se trata de que sean “émulos de Peter Pan: jamás dispuestos a superar sus primeras adicciones” (Cippolini, en Soifer, 2012: 9-10). Creo que más que una cuestión de ‘negarse a crecer’ y por tanto, ‘cambiar de aficiones’; el friki continúa practicando las mismas, porque, retomando a Jenkins (2009), el significado que obtienen al leer, ver, jugar, ciertos cómics, películas, videojuegos, etcétera, no se agota una vez que los terminan, sino que ‘revive’ cada vez que el friki regresa a ellos. Es en este sentido que la figura del friki como una ‘máquina re-interpretativa’ (Soifer, 2012) cobra total sentido.

Por otro lado, vale la pena destacar que la intensidad con la que viven los frikis investigados sus gustos y aficiones, las prácticas ‘coleccionistas’, sus arreglos y vestimentas, sus ‘estilos’ de vida, son características que comparten con los frikis

de otras latitudes, como lo muestran los textos de Soifer (argentino) y de Buebo (español). Estos rasgos distintivos contribuyen a construir su identidad y por tanto su adscripción friki; de allí su insistencia por subrayar su 'diferencia' frente a los 'otros', los no frikis, quienes –de acuerdo con ellos- los ven como sujetos 'raros', 'estrafalarios', tal y como los define la Real Academia de la Lengua Española.

Los frikis son individuos estigmatizados. Ya sea por sus aficiones particulares, ya sea desde antes, por ciertas características de personalidad. Suelen ser relegados, discriminados, marginados socialmente, e incluso, en algunas ocasiones, víctimas de bullying, sobre todo en el entorno escolar. En el ámbito familiar, tampoco encuentran –siempre- la comprensión y la aceptación que necesitan.

Frente a esos 'otros', que los marginan y rechazan, los frikis estudiados reivindican su unidad grupal, los valores aprendidos gracias a sus aficiones, y su 'mentalidad más abierta', en comparación con la del resto de la sociedad. La posibilidad de que realmente posean una 'mentalidad más abierta', no debería de sorprendernos si consideramos que los miembros de esta subcultura se caracterizan por estar constantemente sobre-expuestos a cosmovisiones distintas a la propia, que bien podrían ser más abiertas hacia ciertos temas, bien podrían abordarlos de otra manera. Por ejemplo, la forma como se expone la homosexualidad en los *animés* y *mangas* es muy distinta a como lo hacen productos nacionales tipo telenovelas o historietas (cuando lo hacen). Por lo que resulta comprensible que este fenómeno, en particular, se asuma de manera

diferente dentro de una comunidad habituada a ver este tipo de preferencias en los productos que consume.

Segunda conclusión: Iniciación

La televisión abierta, y concretamente programas como *Caritele* (programa matutino para niños, perteneciente a Televisión Azteca), o animaciones japonesas como *Supercampeones*, *Dragon Ball Z*, *Sailor Moon*, etc., fueron una suerte de ‘semilleros’ de los futuros *otakus/frikis* mexicanos, como lo reflejan varios de los testimonios expuestos en el capítulo correspondiente. Otro aspecto relevante, es el papel que ha jugado el Internet en la consolidación de la identidad friki. Lejos de haber ‘destruido’ la ‘exclusividad’ del *nerd/friki* como “especialista en cultura popular masiva” (Soifer, 2012: 17), el Internet ha sido LA HERRAMIENTA que les ha permitido acceder a esa subcultura y especializarse en algún aspecto de ella. Ejemplo de ello son las miles de páginas, foros, blogs, etc., que existen en el ciberespacio, creados por y para aficionados; dedicados a difundir (de manera gratuita) *mangas*, cómics, *animes*, etc. (muchos de los cuales, nunca fueron transmitidos por la televisión pública o privada de nuestro país, ni publicados por editorial alguna); así como a informar sobre las novedades en el mercado, generar debates entre fans, o incluso, publicar historias alternativas a las ya conocidas.

Por otro lado, no es casualidad que, prácticamente todos los sujetos de estudio, señalaran que EL MOMENTO definitorio en que se identificaron como frikis, fuera durante la adolescencia, una etapa de la vida en la que los individuos luchan por construir una identidad propia, distinta de la de la familia de procedencia (Erickson, en Geller y Levine, 2000). Es por ello que este periodo es

tan difícil para los 'frikis', porque la imagen que 'los otros' tienen de ellos, particularmente sus pares adolescentes, no es precisamente la que quisieran. Esta imagen, más bien denigrante, repercute hasta tal punto en la autoestima de los frikis, que éstos terminan –generalmente- aislándose del resto, hasta que encuentran a sus 'iguales', otros frikis como ellos, lo cual les permite habitar en esa “esfera inmune a los ataques del exterior” de la cual habla García (2011: 173).

Tercera conclusión: Dificultad

Como se señalaba con anterioridad, pareciera que el momento más difícil para 'ser friki' es el de 'la adolescencia'; y el espacio menos idóneo es el de 'la escuela'. Lo que resulta del todo lógico si consideramos que la percepción del 'grado de dificultad' aparece cuando éstos toman conciencia de que son 'diferentes' a los demás, en el sentido de que los otros no se interesan por lo que a ellos les interesa, lo que resulta, las más de las veces, en un juicio y condena por parte de esos otros, a sus gustos y aficiones.

Esa dificultad se desvanece, aparentemente, con la edad, particularmente cuando ingresan a la universidad y se encuentran con otros 'como ellos', igual de 'diferentes'. A la par está el fenómeno de la reciente popularidad del friki, asociada a su inteligencia, sus conocimientos tecnológicos, a la imagen 'cool' que proyectan los medios de 'personalidades frikis' como Steve Jobs o Bill Gates, por dar un ejemplo.

Cuarta conclusión: Vida Cotidiana

La vida cotidiana del friki, en términos generales, no es tan diferente a la del 'no friki'; en particular a la de aquellos que pertenecen a la misma clase social, nivel educativo, etcétera, que el grupo de entrevistados: estudian, trabajan y en su tiempo de ocio disfrutan de sus aficiones. También está la importancia –ya señalada- del Internet como espacio fundamental de interacción social entre frikis, aspecto nada menor si consideramos que la interacción social es fundamental para “crear y mantener identidades sociales” (Geller y Levine, 2000: 213). Por medio del internet crean páginas web, blogs o foros, a través de los cuales interactúan activamente como fans y consumidores culturales.

De esta manera, en su vida cotidiana el 'reino de los fans/frikis' suele convertirse en una “esfera alternativa de experiencia cultural que devuelve la emoción y la libertad que han de reprimirse para funcionar en la vida ordinaria” (Jenkins, 2009: 55). Ingresar en este reino, muchas veces supone escapar de lo '*mundano*', es decir, *lo propio de la vida cotidiana* (que suele caracterizarse por su estrechez de miras, carácter sentencioso, conformidad y naturaleza superficial) para entrar en lo maravilloso, lo fantástico: el componente esencial del 'universo friki'.

Finalmente, llama la atención la necesidad constante del friki, de mantenerse actualizado, en relación con sus aficiones. Esa actualización, que significa conocimiento, le da prestigio, reputación y poder (Jenkins, 2009: 150) dentro de su círculo; de allí la importancia de estar a la vanguardia y ser el primero en poseer la información más reciente.

Quinta conclusión: Espacios de Encuentro

Las convenciones de *anime*, *manga*, cómics y videojuegos representan un espacio único de convivencia, intercambio de significados y comunión de sentidos, entre los frikis. Pero además, resultan espacios ideales para reforzar la identidad friki a través del consumo de diversos productos, relacionados -todos ellos- con cada una de sus aficiones.

Si bien es cierto que la industria mediática explota las aficiones de los frikis mediante la comercialización de una amplia variedad de productos complementarios (camisetas, juegos, objetos coleccionables) “bajo la promesa de que obtendrán un mayor nivel de implicación en los contenidos de los mismos” (Jenkins, 2009: 176); también hay que reconocer que cuando tienes ante ti una serie de personajes ficticios, fantásticos, intangibles, que te significan muchas cosas, es inevitable que quieras verlos materializados de alguna forma, poder tocarlos, tenerlos a tu lado, verlos y revivir todo lo que te significan y has aprendido de ellos.

Como bien plantea García Canclini (2009: 69), intercambiamos objetos para satisfacer necesidades culturales, para integrarnos socialmente y distinguirnos de ‘los otros’. Las convenciones de *anime*, *manga*, cómics y videojuegos, son espacios vitales de encuentro e interacción social, pero además: son rituales. En ellas, los frikis seleccionan y adquieren diversos sentidos para regular sus vidas, a través del consumo de determinados objetos simbólicos (García Canclini, 2009). Estos objetos son, la mayoría de las veces, signos de identidad.

Es por ello que, vale la pena destacar que, a diferencia de otros individuos estigmatizados, los frikis, en lugar de ocultar 'los símbolos de su estigma' (como usar llaveros, mochilas, etc., que denoten su fanatismo por ciertas aficiones), los ostentan orgullosamente. La razón detrás de este proceder estriba en que, para los frikis, más que identificadores de cierto estigma, estos objetos son identificadores culturales, denotan su pertenencia a una subcultura específica, la friki. Lo que implica que, para ellos, es más importante remarcar su identidad como frikis, que la estigmatización de la que puedan ser objeto por ello.

Sexta conclusión: Personajes favoritos

La mayoría de los personajes seleccionados por los sujetos de estudio son, por un lado, los protagonistas de las historias a las que pertenecen; y por el otro, se caracterizan por ser los héroes/súper-héroes de esas narrativas. Lo que resulta del todo comprensible si consideramos que los frikis entrevistados no solo se sienten identificados con 'hacer lo correcto sin importar si esto conlleva sufrimiento alguno', como lo reflejan varios de sus testimonios, sino, además, con 'la soledad' que caracteriza al héroe (Carlyle, en Cardiel, 1985). Para ellos, los héroes fungen como modelos aspiracionales.

Además de reflejar lo que desean ser, la selección de ciertos héroes y no de otros, contribuye a definir quiénes son. Es decir, que esta identificación no solo los define como seres humanos, con ciertos valores y aspiraciones particulares, sino – además- como miembros de una subcultura determinada, en este caso, la friki.

Séptima conclusión: Lecciones Aprendidas

Suele acusarse al friki de 'no poder distinguir entre la fantasía y la realidad'. Sobre este punto Jenkins (2009: 29) señala que "Al participar de una mitología expresas una fe en que estos valores son buenos, estas historias contienen algo valioso, pero eso es distinto de decir que estas historias son verdaderas". Esto puede observarse en los testimonios de los sujetos entrevistados, quienes tienen muy claro que los personajes, las historias, etcétera, que les inspiran tanto, no son 'reales'; pero eso no implica que sean menos significativos o aleccionadores para ellos. Después de todo, las grandes cosmogonías que han tratado de explicar el origen y sentido de este mundo, y el paso del hombre por la Tierra, tampoco tenían una coherencia plena con 'la realidad', y nadie puede negar su importancia en la evolución y supervivencia de la especie humana.

Ahora bien, esta afición por conocer otras culturas, tan ajenas a la propia, bien podría ser lo que Jenkins (2009) denomina: 'cosmopolitismo pop'; es decir, adoptar parte de la cultura que te ofrecen los medios de comunicación globales como una alternativa al 'provincialismo' de tu comunidad local; abrazar esa diferencia cultural con el objetivo de "entrar en una esfera más amplia de experiencias culturales" (Pp. 184-187).

Sin embargo, más allá del 'cosmopolitismo pop' del que habla Jenkins (2009), gracias a estas aficiones, los frikis entrevistados conocieron otros marcos culturales; otras formas de interpretar el mundo. Hicieron amistades internacionales, y consolidaron relaciones locales. Pero también, aprendieron

lecciones de vida, principios que los guían y les ayudan a enfrentar las dificultades que se les presentan día con día.

Octava conclusión: El friki como moda

Como se afirmó anteriormente, una de las manifestaciones más claras de lo que hace la 'cultura *mainstream*' cuando absorbe y reproduce ciertos elementos de una subcultura es 'poner' dichos elementos 'de moda'. Por ello, resultaba fundamental para esta investigación saber si los frikis estudiados identificaban estos elementos, primero como frikis; y segundo, si consideraban que estos elementos estaban (o no) de moda. La mayoría de los entrevistados afirmaron que: "lo y los frikis estaban de moda".

Las razones detrás de este fenómeno son diversas. Entre los argumentos expuestos está el hecho de que los nuevos emporios tecnológicos fueron generados por frikis/*geeks* como Bill Gates o Steve Jobs. Por lo que, en una sociedad dominada por la tecnología, aquellos que te provean de ella serán considerados modelos a seguir, ídolos o superestrellas.

Un segundo argumento es que este fenómeno está íntimamente ligado a otros fenómenos de carácter masivo (como la saga literaria y después cinematográfica de Harry Potter o las películas de superhéroes, provenientes de cómics) producidos y promovidos por los grandes emporios mediáticos. Como sostiene uno de los entrevistados, la saga literaria de Harry Potter cambió la dinámica de la lectura, "hizo que leer se volviera *cool*"; de igual forma, el cine de superhéroes,

antes valorado sólo por los comiqueros, cada día acumula más fans y genera más ganancias para las compañías hollywoodenses.

Una tercera argumentación es la ‘necesidad’ de ser/sentirse ‘diferente’. La figura del *geek/nerd/friki* está de moda en esta primera década del siglo XXI porque lo que se busca ahora es *vender la diferencia como tendencia*, sobre todo en una sociedad en la que *cada vez es más difícil destacar* (García, 2011).

¿Si ser friki está de moda, eso significa que ‘cualquiera’ puede ser friki? ¿Qué la ‘identidad friki’ y por ende, la ‘subcultura friki’, está destinada a desaparecer o a modificarse de algún modo? Las respuestas tentativas a estas preguntas son diversas y, en algunos casos, contrarias.

Así como hay frikis que piensan que el hecho de que ‘el friki esté de moda’ puede afectar ‘positivamente’ a la comunidad porque ‘la sociedad’ se sentirá más familiarizada con esta subcultura y, por tanto, será más tolerante para con el friki, tendrá pues, menos dificultad para ‘aceptarle’; también están los que piensan que este fenómeno traerá consecuencias negativas, tanto para la comunidad, como para ellos, individualmente, pues aquello que les ‘pertenece’, que les era ‘exclusivo’, al masificarse, perderá parte de su esencia. La ‘identidad friki’ se diluirá, se perderá el sentido de lo que significa ser un friki.

Finalmente, están los que piensan que este fenómeno no habrá de afectarles sustancialmente, ni positiva, ni negativamente. Los ‘no frikis’ que se han acercado a esta subcultura porque ‘está de moda ser friki’, habrán de irse una vez que la moda termine; pero aquellos que siempre han sido frikis, aquellos que no conocen

otro modo de consumir lo que aman que con la intensidad de todo lo que son, seguirán ahí, coleccionando objetos simbólicos, relativos a aquello que los apasiona; en espera de la continuación del libro, película, *anime*, cómic 'X', que les significa tanto.

Es en ese sentido que la afirmación de Barth (en Giménez, año: 18) resulta tan atinada para concluir este análisis: “Son las fronteras mismas, y la capacidad de mantenerlas en la interacción con otros grupos lo que define la identidad, y no los rasgos culturales seleccionados para marcar, en un momento dado, dichas fronteras”. Esto no significa, advierte el investigador, que las identidades estén vacías de contenido cultural; sino que, como los marcadores culturales que definen las fronteras identitarias, varían con el tiempo, es la necesidad de diferenciación la que termina delimitando dichas fronteras.

El friki, el 'raro', el 'diferente', ese 'otro' que no comprendemos y que, de alguna manera, se rehúsa a ser 'comprendido', mutará con el tiempo, se caracterizará –seguramente- por consumir otras aficiones; pero su necesidad, casi obsesiva, de diferenciarse de 'los otros', y la manera tan intensa como vive lo que consume, serán las bases sobre la que construya su identidad y, por ende, las fronteras que lo distinguen de 'los otros'. Estos seguirán siendo sus rasgos distintivos.

Glosario

Anime: Animación japonesa.

Cine clase B: Era el nombre con el que se denominaba al cine producido en el Hollywood de los años treinta, realizado con bajo presupuesto y actores principiantes, no reconocidos o en decadencia. La clasificación se sigue usando hasta la fecha y se asocia comúnmente a producciones de baja calidad.

Comiquero: Aficionado a los cómics, generalmente de origen estadounidense o europeo.

Cosmaker: Nombre con el que se denomina al que elabora el *cosplay*.

Cosplay: (contracción del inglés *costume*: disfraz y *play*: jugar) Nombre que se le da al disfraz de algún personaje de *anime*, *manga*, etc.

Cosplayer: Aficionado a disfrazarse como personaje de *anime*, *manga*, videojuego, etc.

Crosplayers: Nombre con el que se denomina a aquellos que se *cosplayan* de un personaje del sexo opuesto.

Cultura mainstream: Tipo de cultura que está, prácticamente, al alcance de todos, en gran parte gracias al apoyo de los grandes medios de comunicación, de la publicidad y de la mercadotecnia; pero al mismo tiempo, se caracteriza por ser una cultura, cuyo fin último, es comercializarse, venderse.

Dorama: Nombre con el que se denomina a las series televisivas de origen japonés. Guardan ciertas similitudes con las telenovelas por lo que hay quienes las consideran su equivalente oriental (actualmente, también se producen doramas en Corea del Sur, Hong Kong y Taiwán). Muchas de estas series están basadas en *mangas* o *animés* famosos.

Fandom: Conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular.

Fanzines: Revista realizada por fans del *manga* y del *anime*, con una tirada de muy pocos ejemplares.

Friki: Nombre con el que se denomina a los individuos que practican de manera desmedida una afición, considerada por la generalidad de las personas, extraña o diferente a lo común. Aficionado a diversas manifestaciones culturales, tales como: animaciones e historietas japonesas; películas, series de televisión o libros de ciencia ficción o fantasía heroica; cómics, juegos de rol, videojuegos, al *cosplay*, entre otros.

Gamer: (en español 'jugón') Aficionados a los videojuegos.

Geek: Originalmente, era el nombre con el que se denominaba a los individuos entusiastas o expertos en el campo o la actividad tecnológica. Hoy en día suele homologarse con términos como friki o *nerd*.

J-pop: Nombre con el que se denomina al pop japonés.

Juego de Rol: Es un juego en el que uno o más jugadores desempeñan un determinado rol, papel o personalidad concreta. Se originó en Estados Unidos a finales de 1960. El primer libro que desarrolló una historia para jugar rol fue *Dungeons & Dragons* en 1974.

K-pop: Nombre con el que se denomina al pop coreano.

Kamekos: (contracción del japonés *kamera koso*, en español: chico de la cámara) Nombre con el que se denomina a los aficionados a fotografiar a los *cosplayers*.

Karaoke: Actividad que consiste en interpretar una canción de algún cantante o grupo conocido, siguiendo la letra de la misma, en una pantalla de TV, computadora, etc. Para los miembros de la 'subcultura friki' es la forma como se denomina a la práctica de cantar canciones en japonés, generalmente pertenecientes a un *anime*, cantante o grupo musical de origen japonés famoso.

Lolita: Es una moda japonesa, actualmente considerada una subcultura, que consiste en usar vestidos infantiles de la época rococó europea con ciertos toques de la subcultura punk y gótica occidentales.

Manga: Historieta japonesa.

Maid café: Son restaurantes temáticos de origen japonés. En ellos, las camareras van elegantemente vestidas con trajes de sirvientas occidentales. Suelen ser frecuentados por miembros de la subcultura *otaku*. Aunque su país de origen es Japón, su popularidad se ha extendido a otros países asiáticos como Corea del Sur, China, Hong Kong y Taiwán, e incluso occidentales, como México.

Merchandising: Es la parte de la mercadotecnia que tiene por objeto aumentar la rentabilidad de un producto en el punto de venta. Con el fin de promocionar el lanzamiento de un producto o un evento cultural (película, simposio, feria, un acontecimiento deportivo, etc.) los fabricantes o productores ponen en circulación objetos relacionados con el mismo: muñecos, camisetas, llaveros, juguetes, etc.

Nerd: Originalmente, se les denominaba de esta forma a las personas consideradas socialmente ineptas, de aspecto poco atractivo, así como devotas esclavizadas de sus ambiciones intelectuales o académicas. Actualmente, el término suele ser utilizado como sinónimo de *geek* o friki.

OVA: (En inglés Original Video Animation) es el nombre que se le da a los capítulos especiales de algún *anime*, producidas directamente en formato de vídeo. No se transmiten en televisión, y, por lo general, tienen una calidad superior a la de la serie original.

Otaku: (en México) Fanático de todo lo relacionado con la cultura japonesa, en particular, del *anime* y el *manga*.

Pulp fictions: *Pulp* era el término popular con el que se nombraban a ciertas revistas especializadas en narrar diferentes géneros de literatura de ficción, por el formato en que eran encuadernadas: rústico y barato. Estas revistas aparecieron a principios de los años 30 y dejaron de imprimirse en los 50. A pesar de que no existe el género 'pulp fiction' como tal, suele nombrarse de esa manera al estilo, las características y el enfoque literario y estético que caracterizaban a estas

revistas: lo más importante era la trama, ágil, funcional y moderna; el desarrollo de los personajes y los diálogos, pasaban a segundo término.

Space operas: También denominadas “ópera espacial” u “opereta espacial”, son un subgénero de la ciencia ficción. En ellas se relatan historias que giran en torno a romances espaciales. Los personajes suelen pertenecer al arquetipo héroe-villano, y los argumentos típicos tratan sobre viajes estelares, batallas, imperios galácticos, etc. En ocasiones, la ópera espacial se utiliza como un término peyorativo para referirse a la ciencia ficción de mala calidad.

Trading Card Games (TCG's): En español “Juegos de Cartas Coleccionables”. Son juegos de cartas no predefinidas, existentes en gran cantidad, variedad y características, mismas que le otorgan individualidad a cada carta. Con ellas puede construirse una baraja (o mazo) libremente de acuerdo a las reglas de cada tipo de juego en particular. El concepto de «juego de cartas coleccionables» nació en 1993 con *Magic: The Gathering*, creado por Richard Garfield. Entre los TCG's más famosos están: *Legend of the Five Rings*, *Mitos y Leyendas* y *Yu-Gi-Oh!* (basado en el *anime* y *manga* del mismo nombre). Continuamente aparecen TCG's basados en películas de cine, series televisivas, cómics o libros.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. M. (1996). Héroe y Sociedad: El tema del individuo superior en la literatura decimonónica. *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*. Núm. 3. España: Universidad de La Rioja. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=275120>
- Agulló, R. (abril, 2011). *Generación 'friki', ¿el hombre del futuro?* Foro Identidad. En red: <http://www.foro-identidad.es/2011/04/mitos-de-la-modernidad-y-manipulacion.html>
- Álvarez, R. (2002) *Relanzamiento de la Revista Plan B*. Anime Project. En red: <http://animeproject.org/node/19>
- Anaya Martínez, J. (2010). Los mensajes políticos, sociales y culturales de los dibujos animados japoneses (animé). Tesis de Maestría en Comunicación. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Andreu, J. (2 de marzo de 2008). *Imagine un orden mundial 'friki'...y no huya*. EL PAIS.com. En red: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Imagine/orden/mundial/friki/huya/elpepusoc/20080302elpepusoc_1/Tes
- Arce Cortés, Tania (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista argentina de sociología*, V. 6, núm. 11, Buenos Aires, julio-diciembre. Pp. 257-271. Recuperado de

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482008000200013

- Barba, A. (18 de octubre de 2010). *Quiero ser tan friki como Mark Zuckerberg*. Colectivos Sociedad. En red: <http://anna-barba-calvo.suite101.net/quiero-ser-tan-friki-como-mark-zuckerberg-a27919>
- Bauman, Z. (2008). *Múltiples culturas, una sola humanidad*. España: Katz.
- Benhabib, S. (2006). *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*. Buenos Aires: Katz.
- Bogarín, M. (enero, 2008). El sustrato teórico del fenómeno otaku. *Revista Observaciones Filosóficas*. En red: <http://www.observacionesfilosoficas.net/elsustratoteorico.html>
- Cardiel, R. (1985). Prólogo. En Carlyle, Th. *Los Héroes: El Culto de los héroes y lo heroico en la historia*. España: Sarpe.
- Cobos, T. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina. *Razón y Palabra*. Núm. 72, mayo-julio, 2010. En red: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf
- De la Cruz Canul-Pérez, R. (2011). Estereotipos de género en el *anime* y los *otakus* yucatecos. Un estudio de recepción. Tesis de licenciatura en Comunicación Social. Mérida, Yucatán: Universidad Autónoma de Yucatán.

- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Recuperado de:
<http://www.rae.es/drae/>
- Diccionario Merriam-Webster de la Lengua Inglesa. Recuperado de:
<http://www.linguee.es/ingles-espanol/traduccion/merriam-webster+dictionary.html>
- Díaz, C. y Ricárdez, C. (2011). *Yucatán tiene superhéroes... que roban personalidad*. *Sipse.com*. Junio, 2011. En red:
<http://sipse.com/archivo/yucatan-tiene-superheroes-que-roban-personalidad-108959.html>
- Dorsch, F. (1994). *Introspección*. Diccionario de Psicología. Barcelona: Editorial Herder.
- Elias, N. (1994). *La Teoría del Símbolo*. Madrid: Península.
- Gantús, L. (2010). Los padres del cómic independiente mexicano. *Blog: Esto es FERPECTO!!!* Noviembre, 2010. En red:
<http://estoferpecto.produccionesbalazo.com/?p=1386>
- García, H. (2010) *Un geek en Japón*. Barcelona: Norma Editorial.
- García, P. (2011) *Lo geek vende. Transformaciones de los topoi sobre el adolescente inadapado en las series de televisión norteamericanas*. España: Universidad de Sevilla. En red:
<http://fama2.us.es/fco/frame/frame7/estudios/1.8.pdf>

- García, R. y García, D. (2012). El manga y su divulgación en México. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad de la Universidad de Guadalajara*. Año 2, Número 2, marzo-agosto 2012. En red: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/171>
- García Canclini, N. (2009). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Random House Mondadori.
- Geller, R y A. Levine (2000) *Sociología*. México: McGraw-Hill.
- Giménez, Gilberto (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Recuperado de: <http://medioexpresivoscampos.org/wp-content/uploads/2012/04/LA-CULTURA-COMO-IDENTIDAD-Y-LA-IDENTIDAD-COMO-CULTURA1.pdf>
- Goffman, E. (1968) *Estigma: La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- González de Garay, B. (2010) *Glee: el éxito de la diferencia*. España: Universidad Complutense de Madrid. En red: <http://www.ucm.es/info/sesionnonumerada/index.php/revista/article/viewFile/4/3>
- Guber, R. (2011). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

- Horton, P. y Hunt, Ch. (1988). *Sociología*. México: McGraw-Hill.
- Jenkins, H. (2006). *La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación*. México: Paidós.
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. España: Paidós.
- Jiménez, D. (2012) *Kamite, Nueva editorial de Cómics en México*. Artes 9.com. Octubre, 2012. En red: <http://artes9.com/2012/10/08/kamite-la-sorpresa-del-mes/>
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. México: Taurus.
- Nightingale, Virginia (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona, Buenos Aires y México: Paidós.
- Ocampo, J. (2012) *Editorial Televisa se hace de los derechos de publicación de DC Comics en México*. Artes 9.com. Abril, 2012. En red: <http://artes9.com/2012/04/14/editorial-televisa-se-hace-de-los-derechos-de-publicacion-de-dc-comics-en-mexico/>
- Orozco, G. (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara: Universidad Nacional de la Plata/ Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- Pratt, H. (1997). *Introspección simpática*. Diccionario de Sociología. México: Fondo de Cultura Económica.

- *Revista digital RPG MX*. Recuperado de: <http://hsienko.forums-free.com/revista-rpg-mx-del-numero-0-al-9-t5.html>
- *Revista Yucatán* (2012). *Expertos dialogarán sobre el cómic*. *Revista Yucatán*. Noviembre, 2012. En red: <http://www.revistayucatan.com/v1/2012/11/12/expertos-dialogaran-sobre-el-comic/>
- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1999) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Granada, España: Aljibe.
- Sánchez Sánchez, S. (2012). *Cultura Geek*. El proceso de construcción de identidad de los fans de *Star Wars* a través del consumo cultural. Tesis de Maestría en Comunicación. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Schmidt, J. y Delpierre, H. (2007). *Los mundos manga*. Barcelona: Océano.
- Señor Buebo (2009). *Orgulloso de ser friki*. Madrid: Martínez Roca.
- Serrano Avilés, T. y Trejo Hernández, R. (2011). *La vida es una historieta: El papel del cómic en la vida cotidiana de jóvenes universitarios en el estado de Hidalgo*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Soifer, A. (2012) *Que la fuerza te acompañe. La invasión de las culturas nerd, geek y friki*. Buenos Aires: Marea.

- Tatto, R. (2012) *Tercer Coloquio del Cómic en la Cultura. Mérida Viva: Revista de arte, entretenimiento y turismo cultural*. Noviembre, 2012. En red: <http://meridaviva.com/?p=411>
- Thompson, J. (2002). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM.
- Uña, O. y Hernández, A. (2004). *Diccionario de Sociología*. Madrid: ESIC.
- Vela Peón, F. (2001). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En María Luisa Tarrés (coord.). *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede México/ El Colegio de México/ Miguel Ángel Porrúa. Pp. 63-95.
- Wikipedia. <http://es.wikipedia.org>
- Xoconostle, R. (2011) Atlas geek. *Conozca más*, Año 22, Núm. 03, México.
- Žižek, S. (1999). *El acoso de las fantasías*. México: Siglo XXI.

Entrevistas

- Aii (25 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Aii/Joy (11 de enero de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Charles (29 de junio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Chen Cruz, Manuel Guillermo (24 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.

- Civeira González, Miguel A. (5 de noviembre de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- De la Cruz Moreno, Edgardo (7 de mayo de 2009) Mérida, Yucatán, México.
- Fer (7 de mayo de 2009 y 8 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Flores Quiroz, Fermín (7 de mayo de 2009 y 8 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Herrera, Catalina (8 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Hoil (2 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Jo (21 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Joy (25 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- K (8 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México
- Maik (5 de noviembre de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Meneses Turriza, Tenoch (7 de mayo de 2009) Mérida, Yucatán, México.
- Novelo Campo, Wilberth (7 de mayo de 2009) Mérida, Yucatán, México.
- Pachecho Quijano, Christian (11 de enero de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Pérez Navarrete, Raúl A. (10 de noviembre de 2012) Mérida, Yucatán, México.
- Raúl (10 de noviembre de 2012) Mérida, Yucatán, México.

- Sora (12 de julio de 2012) Mérida, Yucatán, México.

Relación de imágenes:

- Imagen 1. Fotografía tomada del blog *Esta es mi ciudad* que muestra un contingente de la Marcha del Orgullo Friki celebrada el 22 de mayo del 2011 en la Ciudad de México. En red: <http://me-llaman-calle.blogspot.mx/2011/05/nadie-sabe-por-que-fue-je-vois-la-vie.html>
- Imagen 2. Elementos que conforman la subcultura friki (de izquierda a derecha): Portada de la novela de ciencia ficción *Yo, Robot* de Isaac Asimov; portada del primer ejemplar del cómic *Superman*; portada de la película de Clase B *El monstruo de la Laguna Negra* (en español); portada de la revista compilatoria de *space operas* “Amazing Stories Quarterly”, editada por Hugo Gernsback; portada de la novela de fantasía heroica *El señor de los Anillos: La comunidad del anillo*, de J. R. R. Tolkien; portada del libro que acompañaba al Juego de Rol *Calabozos y Dragones* (en español). Creación propia.
- Imagen 3. Anuncio publicitario de la tienda departamental de origen nacional *El Palacio de Hierro*, con motivo del regreso a clases (septiembre de 2011). En red: <http://weroonline.blogspot.mx/2010/08/ahora-resulta-que-lo-geek-es-cool.html>

- Imagen 4. Anuncio publicitario de la corporación trasnacional *Coca cola* (2012). En red: <http://adpromomark.blogspot.mx/2012/02/promomark-newsletter-1112.html>
- Imagen 5. Fotografía propia que muestra el tatuaje que se hizo en la espalda, con motivo de su cumpleaños 26, uno de los sujetos estudiados. La imagen tatuada es una –de varias- representaciones de la *Trifuerza*. En la saga *The Legend of Zelda* de la compañía japonesa de videojuegos *Nintendo*, la *Trifuerza* suele representarse a través de la imagen de un triángulo dorado compuesto, a su vez, por tres triángulos más. Su poder radica en que es capaz de cumplir los sueños de todo aquel que consiga posar sus manos sobre él. Es un símbolo del equilibrio entre los tres grandes poderes con los que las diosas Din, Nayru y Farore crearon el mundo en el que se desarrolla el juego: Poder, Sabiduría y Valor, respectivamente.
- Imagen 6. Fotografía propia de la recámara de uno de los sujetos de estudio. En ella podemos apreciar algunos de los elementos que conforman la identidad friki, como el gusto por consumir y coleccionar mangas japoneses, figuras coleccionables de animes, videojuegos, entre otros.
- Imagen 7. Fotografía propia de la recámara de uno de los sujetos estudiados. En ella podemos observar algunos de los elementos que conforman la identidad friki, como el gusto por consumir y coleccionar

consolas de videojuegos, posters y figuras coleccionables de animes, videojuegos, entre otros.

- Imagen 8. Guillermo del Toro frente al personaje del 'Fauno', de su película *El Laberinto del Fauno*. Imagen tomada del portal de noticias 'frikis' level.up.com. En red:
<http://www.levelup.com/noticias/14536/Guillermo-del-Toro-habla-sobre-inSANE/>
- Imagen 9. Portada del DVD del anime *Candy Candy*. En red:
<http://www.anime-covers.com/chaquetas-3462-candy-candy-volumen-2-espanol.html>
- Imagen 10. Póster del anime *Mazinger Z*. En red:
<http://www.alectemlij.com/webon/retro/maz/>
- Imagen 11. Póster del anime *Dragon Ball Z*. En red:
<http://www.identi.li/index.php?topic=154785>
- Imagen 12. Portada del cómic *La muerte de Superman*. En red:
<http://www.kingphoenixtoycomic.com/8824-la-muerte-de-superman.html>
- Imagen 13. Portada de *Domo*, Año 4, No. 4, febrero de 1998. Fotografía propia.
- Imagen 14. Portada de *Plan B*, Año 5, No. 1, marzo de 2000. Fotografía propia.

- Imagen 15. Portada de *Conexión Manga*, No. 171, marzo de 2008.
Fotografía propia.
- Imagen 16. Portada de la novela gráfica para adultos *Operación Bolívar*.
Fotografía propia.
- Imagen 17. Portada de la compilación N. 19 de *El Cerdotado*. Fotografía propia.
- Imagen 18. Portada del primer número compilatorio de *Soulkeepers*.
Fotografía propia.
- Imagen 19. Portada del programa de actividades de la *MECyF* 1997.
Fotografía propia.
- Imagen 20. Cartel promocional de *La Mole* 2006. Fotografía propia.
- Imagen 21. Cartel promocional de la *TNT* 2011. Fotografía propia.
- Imagen 22. Volante promocional de la *Tsunami 20*, diciembre de 2011.
Fotografía propia.
- Imagen 23. Banner promocional del *Senka* de mayo de 2013. Fotografía propia.
- Imagen 24. Área para jugar TCG's, *Senka*, 14 de julio de 2012.
Fotografía propia.
- Imagen 25. *Cosplayers* posando, *Tsunami 20*, 18 de diciembre de 2011.
Fotografía propia.

- Imagen 26. Portada del ejemplar No. 1 de *Azimut*. Fotografía propia.
- Imagen 27. Portada del ejemplar No. 2 de *Azimut*. Fotografía propia.
- Imagen 28. Aii & Joy *cosplayadas* en el *Tsunami 20*. Fotografía propia.
- Imagen 29. Aii & Joy posando en *cosplay*. Fotografía de Zar Manzano.
- Imagen 30. Aii & Joy posando en *cosplay*. Fotografía de César Iván Montané.
- Imagen 31. Cartel promocional del *Tercer Coloquio del Comic en la Cultura*. Fotografía propia.
- Imagen 32. Fachada exterior de *Los Uxs Maid Café*. Fotografía propia.
- Imagen 33. Área K-pop de *Los Uxs Maid Café*. Fotografía propia.
- Imagen 34. Área Anime de *Los Uxs Maid Café*. Fotografía propia.
- Imagen 35. Área Asiática de *Los Uxs Maid Café*. Fotografía propia.
- Imagen 36. *Link*. En red: <http://es.zelda.wikia.com/wiki/Link>
- Imagen 37. Personajes de *My Little Pony*. En red: <http://multiplayerblog.mtv.com/2012/11/15/my-little-pony-friendship-is-magic-ios-game-review/>
- Imagen 38. *Superman*. En red: <http://en.wikipedia.org/wiki/Superman>

- Imagen 39. Personajes de *Star Wars* o *La Guerra de las Galaxias*. En red: <http://www.seanpaune.com>
- Imagen 40. *El hombre araña*. En red: <http://wondersofdisney.webs.com/disxd/spiderman/spiderman/spiderman.htm>
- Imagen 41. *Luke Skywalker*. En red: <http://www.joemonster.org/art/23658>
- Imagen 42. *Lelouch Vi Britannia*. En red: <http://gallery.minitokyo.net/view/337163>
- Imagen 43. *Squall Leonhart*. En red: <http://candycanecroft.deviantart.com/art/Squall-Leonhart-03-278517846>
- Imagen 44. *Hikaru*. En red: <http://sientounkimaligno.blogspot.mx/2013/03/top-5-personajes-femeninos-en-el-anime.html>
- Imagen 45. *Hikaru & Kaoru*. En red: <http://hombredelsacosaco.blogspot.mx/2011/04/esta-es-una-seleccion-de-imagenes-de-un.html>
- Imagen 46. *Sasuke*. En red: <http://www.fanpop.com/clubs/anime-naruto-all-character/images/27721777/title/sasuke-photo>

- Imagen 47. *Haruhi Suzumiya*. En red: <http://www.fanpop.com/clubs/anime/images/27112999/title/haruhi-suzumiya-photo>
- Imagen 48. *Haruhi Fujioka*. En red: <http://www.animevice.com/haruhi-fujioka/18-14200/all-images/84-54117/haruhi5/83-36356/>