



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**ANÁLISIS DEL CONSUMO DE BIENES CULTURALES COMO
FORMADORES DE IDENTIDAD EN LOS JÓVENES DE 15 A 29 AÑOS
QUE ASISTEN A LA FRIKI PLAZA DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

SEMINARIO-TALLER EXTRACURRICULAR

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A

SERGIO HERNÁNDEZ NUÑEZ

ASESORA: DRA. PATRICIA MÓNICA GARCÍA JIMÉNEZ

NOVIEMBRE 2015

Naucalpan, Edo. de Mex.



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.

"..we can be heroes, just for one day..."

David Bowie

DEDICATORIAS

A mí madre.

Mami, porque esto que presento ha sido trabajo tuyo, yo sólo he sido el medio que refleja tu esfuerzo, sacrificio y dedicación pero sobre todo tu amor. Ten siempre presente que este trabajo ha sido para y gracias a ti; todo esfuerzo mantiene siempre su recompensa, espero que logre corresponderte además de los futuros beneficios que éste momento pueda otorgarnos y así pagar el cariño hacia tu "flaco". Comienzan los frutos de esa semillita que en mí plantaste desde pequeño, es mi deber corresponderte con todo mi trabajo que nunca será comparado con el que tú realizas para nuestro bienestar.

A mi padre.

Porque eres el principal elemento que guía mi vida profesional al tratar de obtener tan sólo un poco de tu carrera, no sólo profesional, también, toda esa trayectoria de vida por la que has pasado y que hasta el momento gracias a tu fortaleza eres el hombre y la persona tan inteligente y humilde que eres. Éste ha sido un elemento más de los muchos que prometo vendrán y podrán corresponder el trabajo, esfuerzo y dedicación que junto con mamá has depositado en mis hermanos, mis tíos, abuelos † y en mí.

† A mi abuela.

Meme, te me fuiste un poquito antes, te me adelantaste en el proceso de este trabajo que ahora presento. Aunque desde nuestro cielo nos veas, ese lugar que estás cuidando y esperando por nosotros, no sólo dedico y doy gracias por apoyarme en esa etapa que tan marcada tengo, la infancia. Quien organizaba mis enormes fiestas, a quien podía sonsacar, mi única abuelita con quien crecí y quien mantengo vivos los recuerdos, tengo esto para ti Meme, un detallito del gran cariño que mantenemos por ti y por la gratitud con la que hacías las cosas. Aunque la presencia es importante tu inmortalidad se refleja en la semillita que nos dejaste en mente y corazón.

A mis hermanos.

Para Coco, mi hermanote con el que he crecido, con quien las riñas y felicidad nos han formado hasta dónde estamos. Para Pepe, el hermanito con quien pude revivir desde afuera, lo bonito que es la infancia. A los dos les digo que lleguemos alto, que continuemos trabajando por nosotros y para nuestra familia, quien ha dedicado esfuerzos por sacarnos adelante. Sigamos correspondiendo, como el ejemplo que ahora presento, para deber a nuestros padres.

A mi tía.

Nina, por ser la persona con la que mi relación ha traspasado términos considerándote más que tía, hermana y amiga. La personita que gracias a tu labor también ha influido para ser el hombre que hasta este momento puede considerarse tu sobrino, tu "Lolo". Porque desde niño me entregabas tu cariño en forma cual que hasta ahora puedo expresarlo por la creatividad con la cual me he desarrollado y que este trabajo proyecta como espejo de tu formación como educadora.

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores.

Principalmente a la Dra. Mónica García Jiménez, que con el apoyo de sus conocimientos en el área y como persona hicieron que este trabajo se llevara a cabo, además de la paciencia y el entusiasmo que me lograban motivar con cada charla, asesoría y momento compartido en este camino que ahora toma otras vías hacia el desarrollo, mismo camino que seguirá marcado no sólo en mi vida profesional, en mi existencia deja una huella muy enriquecedora y que ojalá nuestros caminos sigan o vuelvan a juntarse para seguir compartiendo gratos momentos.

A mis coasesores del seminario, la Mtra. Mónica López; el Mtro. Fernando Martínez; el Lic. Humberto Ramos y el Lic. Enrique Pimentel que tuvieron la gratitud de ofrecer en cualquier momento la comprensión, paciencia pero sobre todo la lealtad hacia su labor y hacia nuestra persona. Tomándome la libertad de hablar por mis compañeros que conmigo egresan, nosotros seguimos siendo el medio y fruto de su labor, agradezco por formar parte de esa cosecha que tuve con cada uno de ustedes.

A la UNAM.

No podría hablar de todo esto, agradecer y dedicar el fruto del trabajo en conjunto que en este momento, a mis 23 años presento ante mis familiares, profesores, amigos y conocidos sin la institución que acogió mi ser desde la estancia en preparatoria hasta ahora, la universidad. Se habla de una segunda casa, un alma máter; yo hablo de ésta metáfora, una madre que protege, cuida, provee, defiende, alista y cuida, así, mi universidad. Sin llegar a lo romántico llego en este momento a retribuir todos aquellos elementos que han formado la persona que pretendo ser.

A mis amigos.

Tal vez no mencione a todos y cada uno de ustedes (por cuestiones del papel, dinero y espacio) que aunque no importaría hacerlo si logro sintetizar mi enunciado dándoles las gracias porque ustedes quienes me sonsacan, me apoyan, ayudan, (mal) aconsejan y yo con ustedes, desde mis amistades de secundaria (Karen e Iván); preparatoria (Los Chabelos); y ahora, la universidad, quién más si no ustedes (saben quién) el “cómo va la tesis” esto no se estuviera llevando a cabo. León, un amigo especial que en momentos difíciles y buenaventuras ha estado cerca y que sirve como trampolín de motivación para llegar tan alto como él.

A mis tíos y primos.

Jorge, Olga, Silvia; Pedro, Adriana y Sofía. Mi demás familia que a lo largo de estos 23 años de existencia me han visto crecer, desarrollarme y apoyarme con buenos momentos y detalles que hacen de esta, nuestra familia, lo que somos. Para mis primos de 12 años, quizá pueda servir de ejemplo para que en algún momento ustedes lleguen al punto en el que estoy llegando y así compartir experiencia que pueda en algún tiempo servirles de trampolín.

A los recursos humanos de este trabajo; a los lectores o espectadores del mismo.

¡Gracias!



PORTADA // 1

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS // 11

ÍNDICE // 13

INTRODUCCIÓN // 15

**1. EL UNIVERSO DE LA CULTURA Y SUS ALIADOS, CONSUMO CULTURAL E IDENTIDAD
PRESENTAN: ¡LAS APROXIMACIONES TEÓRICAS! // 23**

1.1. CULTURA, EN BUSCA DEL CONCEPTO Y SUS NOCIONES.

1.1.1. Ideología, legitimación cultural y hegemonía.

1.1.2. Campos, aparatos y redes ideológicas.

1.1.3. Distintas concepciones de la cultura.

1.2. FRIKI ¿Y ESO QUÉ ES?

1.3. LAS FORMAS SIMBÓLICAS, SU CONTEXTUALIZACIÓN Y SU VALORACIÓN.

1.3.1. Contextualización de las formas simbólicas.

1.3.2. La valoración de las formas simbólicas. Los capitales.

1.3.3. Conflicto y evaluación de las formas simbólicas.

1.4. SOBRE EL HABITUS.

1.4.1. La teoría de Pierre Bourdieu.

1.4.2. El origen del origen.

1.5. QUÉ CON EL CONSUMO CULTURAL.

1.5.1. Aproximación teórica sobre el consumo cultural.

1.5.2. Modelos de consumo cultural en Néstor García Canclini.

**1.6. ¡NUNCA CREZCAS PETER PAN! SOBRE LA CONFORMACIÓN DE IDENTIDAD Y LOS RELOJES
GENERACIONALES.**

1.6.1. La identidad de acuerdo a Gilberto Giménez.

1.6.2. El estilo y bricolaje.

1.6.3. Configuración del tiempo en los jóvenes, como signo y metáfora de identidad.

2. ¡FRIKIS, UNIDOS! // 51

2.1. EL PERFIL DE LOS JÓVENES QUE ACTUALMENTE VIVEN EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

2.2. CONSUMO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CULTURALES DISPONIBLES EN MÉXICO.

2.2.1. El consumo o acceso a bienes simbólicos y productos culturales.

2.2.2. El consumo cultural en México.

- 2.3. EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULTURAL FRIKI EN MÉXICO.
 - 2.3.1. El anime japonés en su máximo esplendor.
 - 2.3.2. El cómic estadounidense y el manga en México.
 - 2.3.3. La era de los largometrajes súper heroicos y de ciencia ficción.
 - 2.3.4. Las series televisivas tampoco se salvan de ser frikis.

2.4. LOS LUGARES VIGENTES DE ESPARCIMIENTO FRIKI EN MÉXICO.

- 2.5. EL ENTORNO DONDE SE ENCUENTRA LA FRIKI PLAZA CIUDAD DE MÉXICO.
 - 2.5.1. Delegación Cuauhtémoc, diagnóstico territorial.
 - 2.5.2. Ya en la Friki Plaza.

3. ¡SANTAS BATI TÉCNICAS BATMAN! // 75

3.1. LA PERTINENCIA DEL MÉTODO CUALITATIVO.

- 3.1.1. El enfoque cuantitativo y cualitativo. Sus peculiaridades.
- 3.1.2. La pertinencia el método cualitativo.

3.2. LA MIRONA Y LA PREGUNTONA. LA DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS.

- 3.2.1. Sobre la observación participante.
- 3.2.2. Sobre la entrevista en profundidad.

3.3. *“JURO SOLEMNEMENTE QUE MIS INTENCIONES SÍ SON BUENAS”*. LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS.

- 3.3.1. El objetivo ¿por qué salir a la aventura?
- 3.3.2. Manual de supervivencia en la cruzada. Aplicación de las técnicas.
- 3.3.3. Enfundada espadas, varitas mágicas y escobas voladoras. Descripción de los instrumentos.

4. SI EXPLICAR LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DEL CONSUMO DE BIENES TÚ QUIERES, INTERPRETAR LOS DATOS TÚ DEBES // 101

4.1. PULIR EL ANILLO DEL DATO PARA OBTENER EL BRILLO DEL CONOCIMIENTO.

- 4.1.1. Procesando el dato.
- 4.1.2. Categorización y codificación.

4.2. SI INTERPRETAR DATOS TÚ QUIERES, TRIANGULAR PRIMERO TÚ DEBES.

4.3. ¡AL FIN! EL ANILLO DEL CONOCIMIENTO.

CONCLUSIONES // 131

FUENTES // 135

ANEXOS // 139

INTRODUCCIÓN

*¡Bienvenida/o viajera/o!
¡Bienvenida/o dama/caballero!
¡Bienvenidos héroes y heroínas!*

Una misión ha sido encomendada para un sujeto del mismo reino, y usted, ha sido elegido para servir de acompañante y cumplir una misión, encontrar el anillo de Sauron que logre describir la identidad del reino vecino, el Friki.

Por ahora, es momento de regresar a la realidad y dejar un instante el argumento fantástico de dicho escrito. El presente trabajo, da cuenta del análisis que se hizo con ayuda de los jóvenes que actualmente asisten a la Friki Plaza Ciudad de México con la finalidad de comprender cómo la asistencia a este lugar, permite conformar una identidad a partir del consumo de los bienes culturales que ofrece, es decir de todos aquellos productos que los representan ante y por el grupo.

¿Friki, y eso qué es? El término hace referencia a lo raro, lo excéntrico y en ocasiones lo anormal para etiquetar a una persona que ante la sociedad es ubicada por ser el sujeto que tiene un interés altivo sobre un algún elemento que le sea significativo, sinónimo del fanático extremista o simplemente apasionado, en este caso friki se ubicará en la concepción otorgada hacia los jóvenes que consumen productos y producciones relativas al universo de los cómics, el anime, manga, videojuegos, series televisivas y literatura de ficción.

Estos elementos son manejados como producciones que son hechas para el entretenimiento teniendo un interés por los jóvenes que erróneamente son considerados anormales y que al final de la partida usted, joven aventurero, se dará cuenta del por qué se les ha mal etiquetado. Por ello uno de los objetivos es analizar cómo estos forman su identidad a partir de los niveles de consumo propios de dicho universo.

Por qué analizar la identidad juvenil, se preguntará usted. El modo de apropiar y significar es específico de cada persona, en este caso de un sector que se reconoce por estar inserto en una cultura de imágenes, símbolos y personajes ficticios que le sirven de alter ego al sujeto que consume, produce y difunde estas imágenes. Lo trascendente es interpretar y describir significaciones para los sujetos que ven, leen y juegan con los productos y producciones propias de esta cultura.

Ahora, el presente trabajo está estructurado de tal manera que ustedes viajeros, puedan desbloquear logros en cada capítulo que conseguirá aproximar más a cumplir con el objetivo, obtener el anillo del conocimiento que debelará al final de la partida el análisis que logre describir las características y los elementos con que los jóvenes se favorecen para la configuración de su identidad. A continuación se presenta una breve semblanza sobre el capitulado de este texto.

**El universo de la cultura y sus aliados, consumo cultural e identidad presentan:
¡Las aproximaciones teóricas!**

Primer capítulo donde se describen las concepciones que varios teóricos estudiosos de la sociología o la antropología cultural, proponen conceptos que organizan el análisis de dicho trabajo. Algunos de ellos, Gilberto Giménez y la teoría de la identidad o Néstor García Canclini sobre el consumo cultural en América Latina entre otros, logran reunirse para entablar relación sobre lo friki, ¿y eso qué es?. En este apartado se describirá el concepto que ayudará a comprender el término.

¡Frikis, unidos!

Después de conocer los conceptos que los guías expertos en el tema hayan otorgado para armarse en la aventura, es momento de conocer el terreno al cuál usted guerrera/o se adentrará no sin antes dotarlo de conocimiento que lo ayude a desenvolverse. El campo, la Friki Plaza, ubicada en la delegación Cuauhtémoc de la Ciudad de México, que en este apartado se describe además de tratar el perfil de los jóvenes que habitan en esta Ciudad y el tipo de consumo que realizan por medio de cifras que lo ayudarán a contextualizarse.

¡Santas Bati técnicas Batman!

Apartado metodológico. ¡Es momento de salir al campo y enfrentarse a la misión! preparado con conocimiento sobre el terreno y los conceptos que debe manejar para hacerse de aliados que lo ayuden a cumplir con el objetivo, para ello en este capítulo se presenta la aplicación de técnicas, la Observación Participante y la Entrevista en Profundidad al interior de la Friki Plaza Ciudad de México. Así, la salida al terreno será vital para el cumplimiento de los objetivos, al final del trabajo se muestran los anexos que corroboran la labor investigativa en un CD adjunto.

Si explicar la identidad juvenil a partir del consumo de bienes tú quieres, interpretar los datos tú debes

¡Tenemos el anillo guerrero! Pero antes de presentarlo es necesario pulirlo y sacar todo el brillo que debe ese conocimiento sobre la identidad juvenil, para ello, este apartado da cuenta del análisis de los datos que las técnicas aplicadas al interior de la Friki Plaza manifestaron y de esta manera, al contrastar las teorías que los expertos en el primer capítulo otorgaron con los datos obtenidos, conseguir interpretaciones sobre las categorías que dan alma al análisis.

Concluyendo la misión

El trabajo ha sido presentado como informe de investigación para obtener el título en comunicación, al tener un carácter etnográfico y social, al final se presentan las conclusiones, los alcances y limitaciones de la labor de indagación que proporcionan información sobre la inclusión de la comunicación en la configuración de la identidad juvenil, además, las relaciones que existen entre la disciplina y los fenómenos culturales.

Nota del escritor

Cabe mencionar que la redacción del trabajo ha sido planteada mediante el uso de un discurso que simulase un juego de rol, una adaptación de cualquier videojuego de aventura, además de recurrir al elemento gráfico que ejemplifica lo que se describe en cada uno de los párrafos y que tienen una estrecha relación con el tema de investigación, al estudiar elementos visuales fue de vital importancia incluirlos para retratar lo que se expone.

¿Por qué usar la metáfora de un juego de rol para un trabajo de investigación? El tema cumple una función de interés personal que sirvió para analizar a la sociedad y contribuir a la misma, además de desarrollar material científico que aporte conocimiento académico. Al tener relación con los medios audiovisuales fue de vital importancia la redacción en este sentido para otorgar dinamismo al texto.

Cada una de las ilustraciones es de autoría propia que han sido selladas con una firma para reconocer la autenticidad del gráfico, pues fue inevitable el uso de ilustraciones para sacarle el máximo provecho al tema y a las capacidades del autor. Por último, al final del trabajo se muestran bocetos y fotografías, todos ellos que justifican la autoría de los materiales visuales que contiene el reporte.

Sin más...



SELECCIONA TU PERSONAJE



MONI



FER



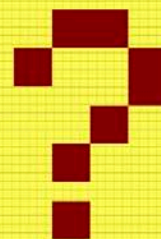
BETO



MONI



QUIQUE



**INICIAR
PARTIDA**

CAPÍTULO I



**El universo de la cultura y sus aliados,
consumo cultural e identidad presentan:
¡las aproximaciones teóricas!**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Zanf'.

- "Pero ¿cómo es posible alejarse de algo y regresar al mismo tiempo?
- Resulta fácil. Piensa en alguien que da la vuelta al mundo: parte alejándose de un lugar y al final
regresa a él".

- Coraline y el gato
Los mundos de Coraline.

¡Saludos viajeros, heroínas y guerreros!

La misión está por comenzar, salir al mundo fantástico y enfrentarse a la cultura que parecería ajena a la suya. Antes de aventurarse es primordial visitar en el templo sagrado a los sabios conocedores del tema para que otorguen todos esos saberes que han mantenido en sus escritos, y que cuando sea el momento adecuado para explorar terreno del reino vecino, el friki, la experiencia sea grata.

PAUSA II

Así es, a continuación se mostrarán las teorías que ayudarán a comprender y describir la identidad junto con sus distintos elementos de acuerdo a la propuesta sociológico antropológica de teóricos como Pierre Bourdieu, Carles Feixa, Gilberto Giménez, Jorge González o John Thompson, todos ellos reunidos para hacerlos debatir y confrontar ideas que otorguen una conceptualización sobre el concepto principal.

El hábitus, las formas simbólicas, el consumo cultural, el estilo y bricolaje además del reloj generacional y la identidad propiamente, serán las concepciones que se describirán, todas ellas estructuran el trabajo y definen la configuración del universo friki como noción cultural, además para ayudar en la contextualización se define también el entendimiento del término friki, sus subgrupos o conjuntos de personas que están insertas en esta cultura.

CONTINUAR I>



1.1. CULTURA, EN BUSCA DEL CONCEPTO Y SUS NOCIONES

Cultura, un término que ha tenido mil y un explicaciones que los sujetos han adoptado de acuerdo a sus propios acercamientos e intereses, puesto que se vive, se toca y literalmente se come cultura, pero ¿qué es en sí?. Para un primer acercamiento Jorge González (1994: 73) hace una reflexión crítica al subrayar que las sociedades contemporáneas han adoptado la idea universal del folclor que los pueblos indígenas mantienen por medio de sus tradiciones.

El mismo autor al hacer este análisis convergente de la cultura, a grandes rasgos la define como la condición práctica en que se percibe el mundo (Ibid). Todos los hombres independientemente del argumento religioso, mantienen una creencia latente en su día a día, de este modo, la cultura es ese universo en el que es posible lo imposible, todo aquello que está inserto en su mente y que se lleva a cabo con los medios que se tienen a la mano (y los que no también).

Dicho lo anterior, la concepción de cultura cabe en el análisis descriptivo hacia la comunidad friki, que de acuerdo con la RAE (2015) el friki es alguien *“extravagante, raro o excéntrico”* así como también una *“persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición”*. Complementando el término, Camacho Quiroz (2013: 12) lo reconoce como *“alguien con una predisposición para el coleccionismo, la cinefilia, el conocimiento de aparatos electrónicos y ordenadores, una persona apasionada de la informática, los cómics, las subculturas del rol y la ciencia ficción”*.

Para tener una aproximación más concreta de lo que se refiere el término y todo lo que conlleva es necesario hacer un repaso sobre diversos conceptos, autores y teorías que sirven como guía para describir la conformación de identidad juvenil friki y cómo la descripción de dicho perfil constituye uno de los elementos que sobresalen para la condición práctica del mundo real, la cultura.

1.1.1. Ideología, legitimación cultural y hegemonía

El desmenuzar el concepto de cultura, es adentrarse en el mundo de las maravillas al cual cada sujeto que crea y recrea comerá de ese pastelillo que lo hará tan grande o pequeño como lo desee. *“La cultura es escape, evasión y eversión de la <<cruda realidad>> que nos permite - <<al soñar>>, al jugar, al reír- abrir las compuertas de la utopía y a partir de esta, nos deja proyectar otras formas de organización, distintas a lo vivido y - a veces - por el momento irrealizables”*(González, 1994: 75).

Universo de posibilidades infinitas que le sirve al sujeto como escaparate de la realidad que sirven también para sujetos que comparten sueños similares. En todo caso para el friki existen ideas que sirven como cimientos de su castillo (individual y colectivo) en su terreno cultural, ideales tan fuertes como el concreto mismo. Habrá una en particular que domina por sobre la realidad, el cimiento más fuerte que sirve como estandarte defensor denominado ideología.

Cultura es en determinado la manifestación de creencias, es el compañero o compañera que hace más leve la vida. Dentro de esa manifestación, en el libro fantástico que el friki como ser social lleva consigo todos los días, están escritas unas serie de normas que ponen en cuestión la existencia, dichas reglas catalogadas dentro del gremio como lo bueno y lo malo, el querer y el deber, códigos que los actores o agentes han mantenido desde tiempo ejerciendo como lo estipulado se le denomina legitimación cultural.

Dicha convención de acuerdo con Berger y Luckman, (en González, 1994: 83) *“se consigue cuando un grupo de agentes tienen los medios para hacer prevalecer su definición de la realidad y de hacer adoptar esa visión del mundo como la <<mejor>> y la más correcta. Al legitimar, se explica el orden de las cosas y se le atribuye validez global a sus significados objetivados”*, es proponer una forma alternativa de vivir el mundo que sirve como el principal mecanismo dentro del engranaje ideológico cultural.

Es entonces que entra en juego al marco de ideas concebidas como las mejores y más eficientes en esa realidad, el concepto de hegemonía referida como la representación que lidera por sobre las demás y *“(…) supone un tipo de pensamiento dominante (…) el resultado de una tensión entre fuerzas distintas (...)”* (Ibid: 82). Hasta aquí se ha creado el mundo alterno con una base sustentada de ideologías, cada uno de los ladrillos son los significados que se reúnen para conformar un sentido a dicho estadio y por último una base de reglas que ponen en evidencia la realidad.

1.1.2. Campos, aparatos y redes ideológicas

Aquellas corrientes de pensamiento ideológico de los actores que han imaginado sobre el mundo, requieren de un terreno dónde coexistir, el lugar en el que los sujetos puedan sentirse ellos mismos, en explicaciones teóricas un campo ideológico, siendo aquella arena donde el prestigio de los actores otorgado por la legitimación cultural se lleva a cabo. En resumidas cuentas, un campo es ese lugar imaginario o real donde el friki pone en desarrollo su ideología.

Para que esta tenga un accionar dentro del campo es necesario de dos conductores básicos, los llamados aparatos ideológicos que hacen referencia a las instituciones que difundirán los ideales, *“(…) la familia, el pueblo, el barrio, la escuela, el taller, la oficina, etc. Y que funcionan como conductores y como cámaras de resonancia ideológica”* (González, 1994: 88), que cuando se propaga dentro de un campo particular, se crean vínculos con seres similares, es decir, los aparatos ideológicos se encontrarán dentro de campos que mantienen vínculos con otros,

El segundo conductor básico denominado red ideológica hace referencia a todas esas relaciones sociales que la comunidad mantenga con otras siempre y cuando exista la misma ideología, es decir todos esos grupos con los cuales la comunidad mantenga simpatía por las referencias con las que mantienen la visión del mundo como la normal y más práctica, así, las redes ideológicas son los grupos que propagan estas visiones hacia el exterior.

La cultura como práctica que refleja las concepciones de existencia para los sujetos se mantiene no solo de ideologías que sirvan como los ladrillos para configurar el mundo fantástico de cada sujeto, pues en cada terreno existen fronteras con los cuales difieren unos entre otros creando coaliciones que los hagan dispares, es así, que a lo largo de la historia se han manejado distintas nociones para dar explicación al concepto y aterrizarlo a lo que ahora se conoce como la concepción estructural de la cultura.

De este modo, antes de explicar las distintas visiones que se han manejado del pensamiento cultural, es importante recalcar que todos el término hace referencia a la visión con la cual los sujetos perciben su realidad, misma que es estudiada por parte de la comunidad friki en párrafos posteriores y que poco a poco se irá vinculando las nociones teóricas con los estudios de los jóvenes que se denominan con este término.

1.1.3. Distintas concepciones de la cultura

Al analizar el término es de suma importancia tomar en cuenta el espacio y tiempo en que se sitúe dicho concepto, puesto que para algunos teóricos el pensamiento se complementa o se refuta totalmente, el contexto social e histórico dará pie a múltiples interpretaciones. En ello recae la importancia de la cultura como eje de cuestionamiento, en el mismo contexto que se sitúe el autor que analice el fenómeno.

En su máxima expresión se ha buscado explicar por vía de las manifestaciones que los sujetos expresan por medio de sus ambientes, es decir por vía los fenómenos culturales, *"(...) se puede interpretar como el estudio de las maneras en que individuos situados en el mundo socio histórico producen, construyen y reciben expresiones significativas de diversos tipos"* (Thompson, 1999: 183). Por consiguiente, a continuación se hace una recapitulación de las cuatro principales concepciones que se le han otorgado a la cultura a lo largo de la historia.

Concepción clásica. Se da inicio al estudio de las concepciones con el fundamento base de todas ellas, la clásica. De acuerdo con Thompson (1999: 186), los primeros usos que se le otorgaban a la palabra en sentido estricto eran para aludir al cultivo o siembra de algo, uso cabalmente agropecuario que más tarde se utilizó como metáfora en el terreno de lo cognitivo, es decir, el cultivo de la mente. En este mismo terreno de análisis se sitúa Kant (en Thompson, 1999: 187) el cual subraya que *"nos cultivamos por medio del arte y de la ciencia, nos civilizamos (al adquirir) una variedad de nuevos modales y refinamientos sociales"*.

El término de cultura fue desarrollado en un inicio por filósofos e historiadores alemanes a finales del siglo XVIII principios del XIX, para referirse a un proceso de desarrollo intelectual usado como sinónimo de "civilización" que describía los buenos valores de la ciudadanía. Al civilizarse, cada sujeto cosecha valores que la sociedad considera "aceptables", por ello, en este primer eje de pensamiento las personas que tuviesen una alta formación cortés se les consideraba cultos, el conocimiento intelectual otorgaba la facilidad de procesamiento para obras eruditas de la época que hacían de la persona un ser inteligente en el sentido del cultivo de su educación profesional.

Concepción descriptiva. Este pensamiento suele retratarse en el siglo XIX con auras del desarrollo de la teoría antropológica, característica del estudio comparativo de las culturas por medio de la técnica etnográfica. Nuevamente Thompson (1999: 190) cita que *"la concepción descriptiva de la cultura puede rastrearse desde los escritos de los historiadores del siglo XIX, quienes estaban interesados en la descripción etnográfica de las sociedades no europeas"*.

Al ser inventario de escritos que retratan a manera externa la cultura por medio de descripciones nace la cientifización de la cultura, es decir, se utiliza el método científico como protocolo de los fenómenos culturales. *"(...) la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, si como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad, y su estudio, implica el análisis, la clasificación y la comparación científica de estos fenómenos"* (Thompson, 1999: 194).

Concepción simbólica. En el apartado anterior se citó que de acuerdo a la teoría antropológica, la cultura se veía reflejada por medio del análisis etnográfico de una sociedad, es decir de la descripción superficial de los mismos de acuerdo a sus hábitos. En este momento se considera la cultura no sólo desde el punto de vista objetivo del investigador, se hará el acercamiento al significado de dichas conductas para otorgarle prioridad a la interpretación del valor y la creencia que la sociedad crea y recrea.

Dentro de esta aura del conocimiento se le da lugar a la concepción que Clifford Geertz describe en su trabajo *The Interpretation of Cultures* (en Thompson, 1999: 196) acerca del significado, el simbolismo y la interpretación, ayudado claro de la etnografía pero tomando en cuenta el interés por los sujetos y sus signos, cuestión que el etnógrafo realizará como una tarea interpretativa en busca de patrones de significados en su vida diaria.

La teoría de Geertz hacia la concepción de cultura como una labor de interprete es de suma importancia puesto que es lo que le otorga un sentido a la existencia de los sujetos que producen y reciben las creencias. La etnografía, según Geertz, solo servirá como instrumento y no como un medio que otorgará la concepción sensible de la cultura, visto de este modo, como un medio más benévolo de ver a las manifestaciones culturales como lo que se construye para sí mismo y no solo el de cuantificar y clasificarlas en un convenio de escritos.

Concepción estructural. Geertz otorgó un punto esencial para la teoría cultural al dejar en claro que lo más importante es tratar de comprender los significados, pero, no todo recae en la importancia simbólica. Thompson en su escrito sobre Ideología y Cultura Moderna (1999: 198) hace una crítica sobre la centralidad de la interpretación como enfoque metodológico de su trabajo, puesto que Geertz en primera instancia “(...) usa el término <<cultura>> de varias maneras diferentes, de las cuales no todas parecen ser totalmente consistentes”.

Además, Thompson hace recalcar que el trabajo de Geertz deja de lado cuestiones indisociables que le sirven como pauta para la creación y recreación de dichas manifestaciones, el contexto de desarrollo, “*la concepción simbólica de la cultura, especialmente como se ha elaborado en los escritos de Geertz, no consigue prestar suficiente atención a los problemas del poder y el conflicto, y de manera general, a los contextos sociales estructurados en los cuales se producen, transmiten y reciben los fenómenos culturales*” (1999: 202).

La aportación que Thompson hace al estudio de la cultura sirve como complemento a la concepción simbólica de Geertz, es decir, la cultura como ese universo de posibilidades infinitas que le sirve al sujeto como escaparate de la realidad situada en un contexto social estructurado que permite tener concepciones simbólicas. Hablando en términos que le interesa a este trabajo, la cultura dentro de la comunidad friki estará articulada dentro de un contexto social, mismo que ayudará (o no) a la recepción, producción y consumo de los bienes que le son significativos al sujeto en cuestión.

1.2. FRIKI ¿Y ESO QUÉ ES?

¿Qué se entiende por friki, desde cuándo surge el término y qué tiene que ver todo ello con la concepción de cultura antes descrita? A continuación con ayuda de diversos elementos de índole académica como artículos, notas, libros y demás fuentes, ayudarán a otorgar información que aterrice el término y cómo se vincula con diversas categorías, grupos o subgrupos que dentro del gremio se han otorgado a este contexto de desarrollo por parte de los sujetos interesados en el tema.

Señor Buebo (dentro de Camacho Quiroz, 2013) habla primeramente sobre 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 que sirven como primera instancia de atender al término como para dar una idea de la visión con la cual hasta la fecha se ha manejado el categórico para las personas adeptas a esta cultura:

Deberes del friki (de obligado cumplimiento):

- 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.
- 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 fútbol 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.



Curiosesco, curiosesco, pero ¿será que son cumplidos estos derechos y obligaciones por todos aquellos sujetos que están interesados en este medio?; ¿Los conocerán?; Es labor de este trabajo dar análisis a dichas interpretaciones para posteriormente aceptarlas o refutarlas pues ¿los jóvenes se verán así mismos de esta manera? para ello es necesario seguir describiendo las nociones sobre el término así como se realizó para la concepción de la cultura.

De acuerdo con Rodrigo Agulló (2013) en su artículo *Generación Friki, ¿el hombre del futuro?*, del inglés *freak* (extraño) se le hace referencia a personas cuyas apariencias y comportamientos son en ocasiones extravagantes, sujetos obsesionados con un tema del que derivan todo un estilo de vida, "(...) en los casos más extremos se trata de sujetos estafalarios, con intereses infantiles y/o inmaduros, mentalmente instalados en mundos imaginarios y realidades virtuales, con tendencias a poseer dificultad para una socialización normal fuera de los círculos que comparten su misma obsesión".

El término tiene mil y un significados dependiendo de los intereses ya descritos como los extraños, del inglés *geeks* para el aficionado a la tecnología y en japonés como *otakus*, admiradores de ésta cultura, es decir que se llama friki a toda aquella persona que mantiene un conocimiento desmesurado hacia algún tema o pasatiempo. De acuerdo con Alejandro Soifer (2012) la palabra se deriva del concepto "nerd" originario de Estados Unidos durante la década de los cincuenta, para descalificar a una persona llamándola idiota o estúpida.

Con el tiempo se transformó en justo lo contrario y comenzó a nombrarse así a las personas con una gran inteligencia, cierta incapacidad social para establecer relaciones y un gusto por prolongar la adolescencia al mismo tiempo que empezaron a aparecer productos culturales que podían consumirse de manera masiva. A partir del fanatismo compartido por ciertos bienes de consumo despreciados por las formas del arte (como la literatura de ciencia ficción o las series de televisión) estos "primeros nerds" (antes de ser frikis) decidieron conformarse en pequeños grupos formando las primeras convenciones de fanáticos a la industria de la ciencia ficción y la literatura fantástica.

El fenómeno friki es tomado en este trabajo como la cultura del consumo para cómics, *manga*, películas y series de ciencia-ficción; videojuegos, dibujos animados, juegos de rol, fanzines, libros, muñecos, productos derivados y todas aquellas mercancías del mundo ficticio. Un fenómeno que arrancó en los años ochenta, y que hoy constituye un mercado colosal extendido en forma "viral" o de red a todo el mundo (Rodrigo Agulló, 2013). A primera vista, puede parecer un fenómeno burdo de los cuales el mercado va integrando a los jóvenes en el consumo creando imágenes ficticias de personajes y mundos de fantasía.

Es importante destacar y también descartar algunas de las corrientes que han hecho además del consumo que se ha descrito con anterioridad sobre fijación desmesurada hacia bienes que son considerados pasatiempos como la lectura de cómics y literatura fantástica, series animadas o de índole ficticia, videojuegos y tecnología además de otros bienes, las diversas corrientes que hacen aún más radical el llevar ese mundo fantástico en una realidad práctica y categorizarlos en subgrupos como a continuación se describen, que en México son las principales subcategorías de estudio que ayudarán al entendimiento de esta labor de investigación.



La onda otaku. Ya que friki es el calificativo para describir a una persona con comportamientos desmesurados por un medio ficticio, los otakus, es el sector con admiradores de la cultura japonesa en específico del anime y el manga que de acuerdo a María Luisa Benavidez y otros (2008: 12) el manga, es un término japonés cuya traducción literal es la de dibujos encadenados, es decir la historieta impresa que en occidente es conocido como cómic.

En japonés se emplea para denominar este tipo de obra artística, sea cual sea su procedencia, sin embargo en occidente se ha establecido la moda de llamar manga a cualquier cómic de procedencia japonesa. Por otro lado el anime se refiere a los trabajos de animación (caricatura) realizadas en Japón aunque también y de acuerdo con los mismos autores, otros criterios suponen que el término es un abreviación de la transcripción fonética de la palabra inglesa *animation*.

Tanto el anime como el manga tienen particularidades y estilos, ya que existen categorías en las que se dirigen a públicos específicos, el contenido de estos va desde lo infantil-educativo, las artes marciales, los súper poderes, las bandas de K-POP (pop japonés) de chicas y chicos, e inclusive de contenido erótico y/o pornográfico (Benavidez y otros, 2008: 13).

Gamers & geeks. En cuanto al gamer, del inglés "*jugador*" y geek, término que hace alusión a los usuarios miembros de una nueva élite cultural obsesionada con la informática y los ordenadores (Sanz, 2012). Son personajes en todo caso expertos en tecnología, robótica, videojuegos y electrónica, personas eruditas en el medio que se encierran en una esfera técnica y principalmente los videojuegos, llevados más allá de un medio de entretenimiento manifestados en computadoras y consolas, dispositivos móviles como celulares o tabletas electrónicas que les sirven a este subgrupo friki como plataformas para interactuar con medios virtuales.

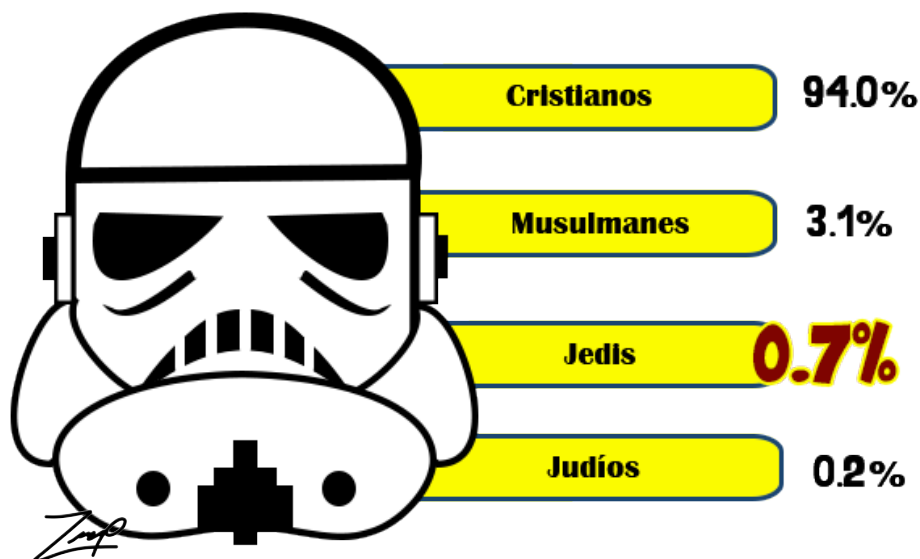
En fechas relativamente cercanas, el científico estadounidense Burr Settles (en Pardo, 2013) desarrolló un modelo estadístico basado en más de dos millones de tuits para definir el concepto, a lo cual llegó a una definición actualizada en el contexto de un desarrollo mediático; "Un entusiasta de un tema o campo en particular, orientado en coleccionar, reunir datos y recuerdos relacionados con su tema de interés. Está obsesionado con lo más nuevo, lo más *cool*, lo más de moda que su tema tiene para ofrecer", así, el gamer o geek es el jugador obsesionado con lo más nuevo de los dispositivos tecnológicos para satisfacer su necesidad de juego.

El universo Star Wars. No existe una etiqueta para ellos, ya que consideran que el universo de dichas películas es muy bueno para adquirir una etiqueta pero ha servido de experimentos sociales en los que se proponía llevar la afición a un nivel macro donde nacería la religión Jedi o *Jedismo* como práctica de culto. El fenómeno del Censo Jedi (Wikia, 2001) fue un movimiento realizado a principios del año 2000 para ciudadanos de países angloparlantes, invitarlos a registrarse en la religión y dejar de ser catalogados como fanáticos para ser “caballeros”.

La campaña fue organizada por un grupo de aficionados en Nueva Zelanda que lanzaron correos a las bases de datos registrados en la web los cuales cuestionaban si estarían dispuestos a criticar su religión contra su fanatismo hacia la franquicia de George Lucas, otras razones expuestas en el correo como era el iniciar dicha religión y dejar en claro a las personas que se burlaban de ellos para demostrar que su nivel de mediación es un estilo de vida.

Lo que comenzó como una broma resultó un experimento social que arrojó resultados significativos para este gremio en particular, puesto que en Australia más de 70'000 personas se declararon miembros de la orden Jedi, 53'000 en Nueva Zelanda y 20'000 en Canadá. Un caso particular de este censo es Inglaterra y Gales, 390'000 personas señalaron su religión como Jedi en sus formularios del Censo de 2001, haciéndola la cuarta religión mayoritaria del país.

Estas respuestas tan altas fueron normalmente en ciudades con altas poblaciones de estudiantes, los porcentajes de afiliaciones religiosas de acuerdo a Wikia, (2001) excluyendo a los ateos y agnósticos fueron:



La Jedi no fue reconocida como religión en ningún país en el que el movimiento tuvo lugar; no obstante, le fue asignado su propio código en el Reino Unido para su procesamiento en el censo. Los funcionarios de la British Office for National Statistics (dentro del Censo Jedi, 2001) señalaron que por el fanatismo se le asignaría su propio código y otorgar un estado de reconocimiento oficial, sino que meramente significa que había sido registrada como una respuesta común a las estadísticas de religión.

La magia de los Bronies. Un caso dentro del gremio friki que está hecha por fanáticos en su mayoría hombres mayores de 18 años que se reúnen en internet o en espacios públicos para compartir la afición por una serie considerada para niñas de entre cinco y nueve años, *My Little Pony* (Mi Pequeño Poni: la magia de la amistad).

La serie presenta a Twilight Sparkle, un unicornio hembra encargada por la princesa del pueblo para que aprenda junto con otras cinco ponis acerca del valor de la amistad, al final de cada aventura, la protagonista le envía un informe sobre la moreleja de llevar a cabo el valor de la amistad dentro del pueblo de Equestria.

Es una variante que busca además de su obsesión por los gráficos y mensaje de la serie, los integrantes de este subgrupo se reúnen para vestirse de sus ponis favoritos, compartir música y crear nuevas historias que mantengan viva el argumento, según María De Sancha (2014), buscan también reescribir las leyes del género quebrantando la audiencia masculina con la femenina, el público meta, además de que en México existen diversos espacios dedicados a la proyección de capítulos, películas, intercambio de playeras, peluches y demás accesorios sobre ponis, ya sean hombres o mujeres.



El cosplay. La contracción del inglés *costume* (disfraz) y *play* (jugar), es un fenómeno cultural que Japón origina en la década de los ochenta (Camacho Nadezhda, 2013: 86) el cuál consiste en disfrazarse de algún personaje de manga, anime, videojuegos, protagonistas de cómics, series televisivas o protagonistas de literatura fantástica como El Señor de los Anillos. En este ramo existen los cosplay (quien lo exhibe), los que elaboran el traje conocidos como *cosmaker* y los *cosplayers*, sujetos que se disfrazan de un personaje del sexo opuesto.

Este ámbito es considerado un pasatiempo caro por el alto precio en los disfraces, los personajes a los cuales remiten los consumidores de dichos elementos son extraídos de la imaginación, cuestión que crea inversión en los detalles para tratar de interpretar lo mejor posible a la figura que se interpreta, imitando no solo vestimenta, además psicología y contexto pues algunos de ellos como en el anime o manga se desarrollan en ciudades asiáticas los cuales tratan de aterrizar en contextos distintos.

1.3. LAS FORMAS SIMBÓLICAS, SU CONTEXTUALIZACIÓN Y SU VALORACIÓN

De acuerdo con John Thompson (1999: 203) son todos aquellos “(...) fenómenos significativos que los actores interpretan en el curso de sus vidas diarias, insertos en contextos y procesos sociohistóricos en los cuales se producen, transmiten y reciben”. En relación con el autor, una forma simbólica es todo aquel fenómeno real o ficticio que adquiere una representación para el sujeto, ¿de qué manera se reflejan las formas simbólicas en el consumo de bienes culturales de los jóvenes asiduos a dicho universo cultural?

Para ello Thompson logra distinguir 5 características que ayudarán al entendimiento de las mismas, “podemos empezar a elaborar la concepción estructural de la cultura discutiendo algunas de las características de las formas simbólicas (...) las cuales describiré como sus aspectos <<intencional>>, <<convencional>>, <<estructural>>, <<referencial>> y <<contextual>>” (Thompson, 1999: 205).

Aspecto intencional. La intención. Según Thompson son todos aquellos intereses, propósitos e intencionalidades de la práctica simbólica, dicho de otra manera es el por qué de producir y recibir los fenómenos. El friki consume bienes que les son significativos, pero dentro de este aspecto ¿cuál es su intención o propósito?. La característica general de dicho aspecto es que todos los fenómenos “(...) son producidos, contruidos o empleados por un sujeto capaz de actuar de manera intencional” (Ibid: 207).

Aspecto estructural. El orden. Se define como todas aquellas prácticas que se realizan en una estructura articulada, es decir, elementos ordenados dentro de una dinámica establecida. Con el anterior aspecto se hizo referencia al por qué de producir una forma simbólica, en este momento se integra el orden estructural en el que se produce o reciben, qué va primero, qué después y al final para organizar los fenómenos culturales.

Aspecto convencional. Los pasos. Caracterizada por la regla o acuerdo que son manifestadas de manera implícita y/o explícita en un determinado grupo social. El cómo se tiene que hacer, guarda una relación directa con las codificaciones y decodificaciones que se hacen de las reglas estipuladas. “Al recibir o interpretar las formas simbólicas, los individuos se sirven de los recursos, las reglas y los esquemas que están a su disposición” (Thompson, 1999: 228).

Aspecto referencial. Proyectan o retratan algo, para referirse a algo, acerca de algo. Es decir, en este aspecto se usa la relación entre el productor, el receptor, el intérprete y la forma simbólica como tal. Se adquiere una “especificidad referencial (...), me refiero al hecho de que, en una aplicación, una figura o expresión particular se refiere a un objeto u objetos, individuo o individuos, situación o situaciones específicos” (Thompson, 1999: 214).

Aspecto contextual. De acuerdo a la concepción simbólica que Clifford Geertz otorgaba de la cultura al brindarle un significado a cada manifestación, se hizo mención de la crítica que John Thompson realizaba al no tomar en cuenta la situación social e histórica en la cual las formas simbólicas son producidas y reproducidas por los sujetos. Es en este aspecto el contexto adecua el proceso de producción y recepción en las que se consumen los fenómenos simbólicos/culturales.

“Las formas simbólicas son recibidas por individuos que se sitúan en contextos sociohistóricos específicos, y las características sociales de estos contextos moldean las maneras en que son recibidas, comprendidas y valoradas por ellos. El proceso de recepción no es un proceso pasivo de asimilación; es más bien un proceso creativo de interpretación y valoración, en el cual el significado de una forma simbólica se constituye activamente” (Thompson, 1999: 227-228).

1.3.1. Contextualización de las formas simbólicas

Se ha hablado de que las fenómenos son producidas en un contexto sociohistórico que dota de recursos y/o habilidades al sujeto que las produce y/o asimila, en palabras de Thompson (1999: 217) *“cómo entienden los individuos una forma simbólica particular puede depender de los recursos y las habilidades que sean capaces de emplear en el proceso de interpretarla”*, las condiciones sociales ayudarán o perjudicarán a la recepción de la misma puesto que las diferentes circunstancias de los aparatos servirán como conductores para las relaciones de transmisión de la cultura.

Campos e Instituciones. El análisis de los contextos son actividades indispensables para la interacción entre la producción y recepción de las fenómenos simbólicos, para ello es importante recalcar la teoría del capital y los campos de interacción que Pierre Bourdieu (en Giménez, 2006) otorga al análisis cultural de las formas simbólicas. Para Bourdieu *“un campo (...) es una esfera de la vida social que se ha ido automatizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios”* (162).

Además de los campos, forman parte importante para la contextualización de las formas las instituciones que integran la posición de los individuos en los espacios sociales determinados. Para John Thompson (1999) las instituciones se determinan como aquellas *“constelaciones de reglas, recursos y relaciones que se sitúan en campos de interacción al mismo tiempo los crean”* (219), es decir, los diferentes tipos de condiciones y aparatos necesarios para la producción y la recepción de las formas simbólicas.

Un campo sería considerado según Gilberto Giménez (2006: 163) como *“un sistema de diferenciaciones sociales jerarquizadas (la distinción) en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado”*, es entonces que el autor hace un complemento a la teoría de Pierre Bourdieu haciendo la distinción de clases entre los individuos de acuerdo al volumen de capital que estos posean.

1.3.2. La valoración de las formas simbólicas. Los capitales

Cuando los sujetos de un contexto determinado ponen en juego los recursos sobre los campos de interacción, lo que es evidente y de mayor peso para poder discernir las formas simbólicas es la cantidad o volumen de recursos con los que cuenta dicho individuo, no en específico de los recursos materiales o económicos, a estos acervos de acuerdo a Pierre Bourdieu (en Bonnewitz, 2006) se les conoce con el nombre de capital.

Hablando en términos de cantidad o volumen de recursos, se hace referencia del concepto de poder, entendido como la *“capacidad de actuar para alcanzar los objetivos o intereses que se tienen; (...) desde la institución, es la capacidad que faculta o habilita a algunos individuos para tomar decisiones, seguir objetivos o realizar intereses como eje del manejo y distribución de recursos”* (Thompson, 1999: 225) Bourdieu reflexiona sobre cuatro diferentes tipos.

Capital económico. Este tipo de recursos en su máxima expresión contempla las propiedades materiales, la riqueza, los bienes financieros, y todos aquellos recursos económicos que en su mayoría la clase más alta posee. Constituido por los diferentes factores de producción (tierras, fábricas, trabajo) y el conjunto de los bienes económicos: ingreso, patrimonio, bienes materiales.

Capital cultural. Deduce al tipo de recursos vinculados al conocimiento, las habilidades, los créditos educativos y los títulos que se han adquirido a lo largo de su existencia correspondiente al conjunto de las calificaciones intelectuales, sean producidas por el sistema escolar o transmitidas por la familia. Este capital puede existir con tres formas: en el espacio incorporado, como disposición duradera del cuerpo; en el estado objetivo, como bien cultural (como posesión de cuadros, obras, etc.) y en el estado institucionalizado, es decir socialmente sancionado por instituciones (como los títulos académicos).

Capital simbólico. Corresponde al conjunto de los rituales como la etiqueta y el protocolo ligados al honor y el reconocimiento. Toda aquella reputación cedida por actos, ideas o cuestionamientos que no necesariamente tengan que ver con poseer capital cultural o económico, puesto que puede haber ocasiones en las que la balanza se desequilibre en cuestión de capitales para otorgar más peso a algunos en momentos determinados.

Los tipos de recursos estarán puestos en juego de acuerdo a un sistema que beneficia o perjudica la inversión del capital, pues las formas simbólicas como procesos que reflejan los fenómenos culturales de los sujetos se harán evidentes gracias al proceso de valoración de las formas simbólicas para diferenciar entre lo allegado, lo cotidiano, lo mundano y lo estereotipado. A continuación se describen los dos tipos de valoración que John Thompson (1999) reconoce al recibir los fenómenos culturales.

Valoración simbólica. Entendida como el sentido emotivo a dicha forma, algo que significa para los individuos que las producen o reciben, es en sentido afectivo la capacidad de depositar carga libidinal a cualquier fenómeno o producto cultural. Este proceso simbólico por el cual los sujetos que producen y reciben, asignan un significado que les ayuda a otorgar un sentido a sus días, los frikis consumen formas simbólicas o bienes que le son significativos pero ¿por qué y qué les significa dichos productos culturales?.

Valoración económica. No podría existir una valoración simbólica sin una de corte económico, ya que se define como el precio designado para la retribución y consumo del fenómeno, el importe monetario que se paga al significado. De acuerdo a Thompson (1999) la adquisición de un valor simbólico siempre vendrá acompañado de un bien económico, es decir, el alto costo que se paga por la adquisición de un bien o servicio otorgará un sentido emocional por el alto costo del mismo como valioso y viceversa, es valioso por ser de alta denominación y por ello es simbólico.

1.3.3. Conflicto y evaluación de las formas simbólicas

Es distinguido que el consumo de un bien o servicio implica estímulos que lo hagan desarrollarse, entre tiempo, esfuerzo y desde luego dinero, las comunidades que son asiduas a cierto bien son marcados o estereotipados dependiendo de la clase que pertenece en primera instancia y de los intereses, gustos y preocupaciones por las cuales cada sujeto se incline pues la balanza económica y simbólica siempre estará desequilibrada.

En esta línea, el conflicto entre valoraciones simbólicas y económicas se percibe mientras aumenta una y disminuye o desequilibra la otra, en particular lo emocional es el principal papel para el consumo de los fenómenos. Otro nivel de conflicto es el poder que se tenga de inversión de acuerdo a Thompson (1999: 235), se ponga en juego en un campo de interacción como método estratégico para otorgar la conversión de un capital a otro, viéndose o no afectados los demás capitales.

En la siguiente tabla el autor explica las posiciones y estrategias de pensamiento que los actores llevan a cabo en los procesos de valoración de sus bienes. Del lado izquierdo, el rol que un actor posea de acuerdo al número de capital que conserve (posición dominante, intermedia y subordinada); en la siguiente columna explica las estrategias de pensamiento que los actores llevan a cabo hacia los roles subordinados.

Estrategias de evaluación simbólica (Ibid)

Posiciones en un campo de interacción	Estrategias de evaluación simbólica
Dominante	Diferenciación
	Burla
	Condescendencia
Intermedia	Moderación
	Presunción
	Devaluación
Subordinada	Viabilidad
	Resignación respetuosa
	Rechazo

El autor pone en manifiesto el rol que el agente mantiene en un campo, retomando por ejemplo el rol dominante, las estrategias de evaluación serán evidentemente de diferenciación (de clases) hacia un agente de clase subordinada, puesto que el conflicto entre los capitales económicos y simbólicos son evidentes al poseer un mayor volumen de capital económico, surge así mismo la burla y la condescendencia con agentes que se encuentren en un nivel de interacción desigual.

No solo la valoración de las formas simbólicas se otorga entre miembros de un mismo grupo si no por medio de la misma apreciación hacia las significaciones entre culturas, es decir la visión del mundo que para un sujeto es única para otro será totalmente dispar al grado de que las estrategias como la burla, el rechazo o la presunción se lleven a cabo integrando un mundo de posibilidades infinitas hacia la cultura.

1.4. SOBRE EL HABITUS

Se ha explicado ya en qué consisten las formas simbólicas, los procesos de valoración para las mismas, el campo, la cantidad de capital o volumen de recursos económicos, simbólicos y culturales que posean los sujetos en cuestión que consumen y viven su propia cultura, su modo de percibir la realidad. Un recuento de datos para dar pie al estudio teórico de la génesis del consumo cultural como fenómeno social generadora de significados.

1.4.1. La teoría de Pierre Bourdieu

La cultura, el universo que hace más cómoda la vida, un fenómeno que tiene génesis desde diferentes instituciones y que Gilberto Giménez (2006: 151) explica de acuerdo a la teoría del habitus de Pierre Bourdieu como una respuesta esencial a las dos preguntas que le ayudan a proponer el habitus como un sistema generador de prácticas culturales:

*“¿Cuál es el principio que rige la lógica de las prácticas sociales?
¿Cómo se reproducen las formas de la existencia colectiva en las diversas formaciones sociales?”*

En la sociología de Bourdieu (en Giménez, 2006: 154) el habitus constituye la respuesta a estas cuestiones. Pero, en particular de acuerdo al sociólogo *“el habitus como sistema de disposiciones en vista de la práctica constituye el fundamento objetivo de conductas regulares y, por lo mismo, de la regularidad de las conductas. Y podemos prever las prácticas (...) precisamente porque el habitus es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias”*.

De acuerdo al autor, el habitus es el sistema de comportamientos o conductas de una persona de manera consciente que se ha formado el “hábito” de actuar de manera determinada ante distintas circunstancias, conductas que son relevantes, previsibles en un sistema que no tiene casualidades, es decir, todo es común dentro de las actitudes que orientan a los agentes a tener cierto comportamiento, en ello el habitus es el agente operante dentro de su lógica social.

1.4.2. El origen del origen

Toda práctica o conducta habitual tiene su origen, la raíz que justifica todas esas disposiciones actuar, pensar y hablar de cierta forma ante estímulos en los campos que los sujetos desenvuelvan sus ideologías, dichas concepciones vienen desde tiempo atrás modificando la forma en que se percibe el mundo reflejada por medio de sus comportamientos, para ello, Bourdieu basa su teoría en la concepción de *héxis* y *éthos* para Aristóteles.

Según Aristóteles (en Ramos-Umaña: 2012) la repetición constante de una *acción X* (n veces) → poco a poco va generando en el sujeto un *éthos X* (costumbre) → lo cual va a generar en el sujeto una *héxis X* (disposición habitual) → lo cual termina por hacer un agente casi predeterminado de *acciones X* o hábitos, es decir, la costumbre de realizar acciones como disposición para el sujeto que genera dichos comportamientos o prácticas.

De este modo Pierre Bourdieu (en Bonnewitz, 2006) se basa su teoría del habitus como aquellas disposiciones que los sujetos mantienen en su día a día para provocar ejercicios que los caractericen como sujetos, así, el autor nombra al habitus de la siguiente manera:

“Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposición duraderos y trasladables, estructuras estructuradas dispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, en cuanto principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer la orientación consciente a fines y el control expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente “regladas” y “regulares” sin ser en absoluto el producto de la obediencia a reglas y siendo, todo esto, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta” (Ibid: 64).

Esta definición subraya que el habitus es un sistema de disposiciones duraderas adquirido por el sujeto en el transcurso del proceso de enculturación. Las disposiciones habituales son actitudes, inclinaciones a percibir, sentir, hacer y pensar, objetivadas por los sujetos debido a sus condiciones subjetivas de existencia y que funcionan entonces como principios inconscientes de acción, percepción y reflexión, lo que comúnmente se conoce como costumbre.

El habitus en consecuencia es simultáneamente el elemento cultural que sirve como reflejo de las prácticas con la cual los sujetos perciben y juzgan la realidad, además de ser el productor de todas las prácticas. El habitus está en el fundamento de lo que define, en el sentido estricto de acuerdo a Bourdieu, la personalidad de todo sujeto y su estilo de vida constitutivo. *“El habitus es el principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en estilo de vida unitario, es decir, en conjunto unitario de elecciones personales, bienes y prácticas” (Ibid).*

“Los habitus son principios generadores de prácticas distintas y distintivas (...); pero también son esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y división, gustos diferentes. Marcan diferencias entre lo bueno y lo malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo distinguido y lo vulgar, etc. pero no son los mismos. Así, por ejemplo, el mismo comportamiento o el mismo bien pueden parecer distinguidos para uno, pretenciosos o fatuos para otro, vulgares para un tercero” (Ibid).

De este modo se van complementando ideas que estructuran la justificación del trabajo, pues al querer obtener significaciones que los sujetos considerados frikis otorgan a las formas simbólicas que les representan, ¿en qué momento el habitus dispone de las prácticas para formarse de un estilo de vida o identidad que los haga llamarse y reconocerse de esta manera?, los raros. A continuación se hará mención a nociones que intenten particularizar el estilo de vida de los frikis.

1.5. QUÉ CON EL CONSUMO CULTURAL

Con las anteriores conceptualizaciones se ha dejado en claro que la cultura es el medio por el cual los sujetos crean su visión del mundo para hacerles más leve la existencia por medio de la apropiación de ideales que les crean elementos significativos para el agente en cuestión, todo esto en medio de contextos sociohistóricos. Además, la cultura se conforma de la utilización de capitales simbólicos, económicos y culturales que los hagan materializar sus ideales.

Los frikis recrean su forma de percibir el mundo, para a conocer el habitus que los frikis mantienen dentro de su mundo fantástico es preciso estudiar los procesos de valoración de las formas simbólicas, cómo es la recepción de las mismas, qué capitales se ponen en juego dentro de los campos, los aparatos y las instituciones de las que se rodea el friki y a fin de cuentas, analizar el consumo cultural que hacen de los frikis una cultura o una comunidad peculiarmente “rara” como su nombre proyecta.

Para ello, y para tratar de aterrizar el objeto de análisis de este estudio es necesario exponer las categorías teóricas que complementarán el análisis del sujeto desde una perspectiva íntima a la vez objetiva para reconocer la valoración simbólica y todo lo que conlleva (capitales, campos, instituciones, habitus) para el consumo de sus bienes que le son significativos, en este momento el consumo cultural como elemento integrador de todas las anteriores concepciones que reflejan las prácticas que los sujetos mantienen en sus días.

1.5.1. Aproximación teórica sobre el consumo cultural

De acuerdo con Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999: 80) el consumo tiene muchos vértices que se han adecuado desde luego al ámbito económico, la psicología, la antropología y desde luego la comunicación, cosa que interioriza el objetivo ya que se considera como la más propia para la intervención sobre la búsqueda de valoración en los significados, los usos y las apropiaciones de diferentes bienes.

De acuerdo al autor “para tomar en cuenta la variedad de factores que intervienen en este campo podemos definir inicialmente el consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta ubicación del consumo como parte del ciclo de producción y circulación de los bienes permite hacer visible, según se notará en seguida, aspectos más complejos que los encerrados en la “compulsión consumista” (Ibid).

El consumo según la línea de Canclini es la apropiación de productos que le son significativos al consumidor, dejando de lado el ámbito mercantil para dar pie a la apropiación simbólica, “debe cuestionarse la noción naturalista de la necesidad, que es la concepción instrumentalista de los bienes. En el sentido común se supone que los bienes serían producidos por su valor de uso, para satisfacer necesidades: los autos servirían para viajar, los alimentos para nutrirse (...)” (Ibid: 79).

El interés del autor por querer categorizar el consumo en vertientes de comprensión social hizo que acogiera seis modelos que aterricen el consumo como reflejo de la cultura, “el problema principal con que nos confronta la masificación de los consumos no es el de la homogenización, sino el de las interacciones entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada. Las grandes redes de comercialización presentan ofertas heterogéneas que se relacionan con hábitos y gustos dispares” (Ibid: 76).

1.5.2. Modelos de consumo cultural en Néstor García Canclini

Modelo 1. El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital. El primer modelo que se elabora a partir de la vertiente económica referida a todas las prácticas de consumo por actos psicosociales (consumismo). *“El estudio de consumo no solo como la indagación estadística del cómo se compran las mercancías, sino también como el conocimiento de las operaciones con que los usuarios seleccionan y combinan los productos y los mensajes”* (Ibid: 81).

Modelo 2. El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. De acuerdo a Manuel Castells (Ibid: 82) en este modelo *“el consumo es el lugar en donde los conflictos entre clases originados por la desigual en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes”*. Modelo visto como el escenario en que las disputas rompen clases para tratar de poseer los productos que la sociedad misma orienta a la apropiación.

Modelo 3. El consumo cultural como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. En los dos modelos anteriores se habla del consumismo para la satisfacción de necesidad, para la categorización de clases sociales y por sobre todo para el prestigio. En este punto se habla más del uso entre iguales de los bienes consumidos *“ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad (...) las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen, sino por la forma en que se los utiliza”* (Ibid: 83).

Modelo 4. El consumo como sistema de integración y de comunicación. *“A través de las cosas es posible mantener y crear las relaciones entre las personas, dar un sentido y un orden al ambiente en el cual vivimos”,* según Luisa Leonini (Ibid: 84). *“(...) es tan fundamental en la posesión de objetos y la satisfacción de necesidades como la definición y reconfirmación de significados y valores comunes”*. El consumo como procedimiento que ayuda a la socialización sin importar derroche de capital económico pues lo que importa es la vinculación entre pares.

Modelo 5. El consumo como escenario de objetivación de los deseos. *“Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas preciosas o a la relación con personas determinadas”* (Ibid: 85). En este modelo el autor hace referencia hacia la psicología, el diseño y la publicidad, fuentes que crearán aspiración de poseer bienes o servicios para reflejar los deseos inconscientes del sujeto.

Modelo 6. El consumo como proceso ritual. Según Canclini a través del rito los significados regulan el consumo dentro del gremio. Los rituales explican Mary Douglas y Baron Isherwood (Ibid: 86) *“sirven para contener el curso de los significados”* y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso.

Así, la teoría del consumo de Néstor García Canclini ayudará a encuadrar el presente trabajo de investigación de acuerdo al consumo de bienes culturales que la comunidad friki mantiene en su contexto sociohistórico pues ayudarán a interpretar la calidad y cantidad en que estos modelos son aterrizados como procesos que explican el derroche de capital simbólico o económico para los sujetos insertos en este ámbito.

1.6. ¡NUNCA CREZCAS PETER! SOBRE LA CONFORMACIÓN DE IDENTIDAD, ESTILO Y LOS RELOJES GENERACIONALES

1.6.1. La identidad de acuerdo a Gilberto Giménez

Es momento de incorporar cuestiones particularizantes al trabajo, pues yendo de lo general hablando de cultura hasta lo particular como es la concepción sobre identidad en Gilberto Giménez. Para el autor, el concepto constituye un elemento vital de la vida social, hasta el punto de que sin ella sería inconcebible la interacción social. *“El concepto de identidad es inseparable de la idea de cultura, debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa”* (Giménez, 2007: 54).

Tiene que ver con la representación que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con el carácter que los sujetos sociales mantienen en relación con los demás, la concepción implica por lo tanto, hacer comparaciones entre distintas personas para encontrar semejanzas y diferencias. Cuando los sujetos las encuentran y las hacen evidentes, infieren que comparten una misma identidad distinguible de la de otras personas que no les parecen similares.

“Si aceptamos que la identidad de un sujeto se caracteriza ante todo por la voluntad de distinción, de marcación y autonomía con respecto a otros sujetos, se plantea naturalmente la cuestión de cuáles son los atributos diacríticos a los que dicho sujeto apela para fundamentar esa voluntad. Diremos que se trata de una doble serie de atributo distintivos:

- 1) *Atributos de pertenencia social que implican la identificación del individuo con diferentes categorías, grupos, y colectivos sociales.*
- 2) *Atributos particularizantes que determina la unicidad idiosincrásica del sujeto en cuestión”* (Ibid: 16).

En este sentido la identidad contiene elementos de lo “socialmente compartido”, resultante de la pertenencia a grupos y otros colectivos, además de lo “individualmente único”. Los elementos colectivos destacan las similitudes, mientras que los individuales enfatizan la diferencia, pero ambos se relacionan estrechamente para constituir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual.

No se es reconocido o identificado si no se es miembro de un grupo o congregación que comparta o no los mismos intereses, es decir, para que existe identidad debe ser identificado por otros subgrupos, el sentido de la identidad y su problematización de análisis radica en los contextos de la cual se desenvuelve el sujeto, ya que el imaginario social y colectivo que se encuentra el concepto radica en las entidades étnicas, en contextos urbanos se ha desentendido del mismo puesto que los elementos que socialmente lo conforman son de carácter urbanista y poco popular.

Por su parte cada sociedad posee distintos elementos que los hacen particulares y diferentes de los demás, elementos individuales que se refieren a lo que Gilberto Giménez (2007) cataloga como elementos particularizantes, cambiantes, variados y múltiples de los cuales las personas se identifican y distinguen de los otros, dichos elementos diferenciadores se enuncian de la siguiente manera:

Los atributos caracterológicos. Son un conjunto de características tales como los hábitos, tendencias, actitudes y capacidades físicas exclusivas de cada persona dedicadas hacia su físico, por ejemplo, el cepillarse el cabello, arreglarse las uñas, hacer ejercicio, dejarse crecer el bigote pero en un carácter meramente simbólico para el sujeto que realiza dicha actividad.

Los estilos de vida que se reflejan principalmente en los hábitos de consumo. Son indicios de identidad, ya que constituye la parte importante en el mundo de signos en el que el sujeto social los recibe, discrimina, introyecta y se identifica. Según Giménez (2007: 64) *“el presupuesto subyacente es el de que la enorme variedad y multiplicidad de productos promovidos por la publicidad y el marketing permiten a los individuos elegir dentro de una amplia oferta de estilos de vida”*.

La red personal de relaciones íntimas (alter ego). Se incluyen todas aquellas relaciones afectivas que se mantengan con parientes cercanos, amistades, pareja, vecinos y conocidos con vínculos muy cercanos. Según el autor son personas que sirven de “alter ego” para los sujetos en cuestión puesto que se les identifica y crea un “otro yo” para el mismo, integrando sentimientos, emociones, momentos y hechos de los cuales se ha creado el lazo concreto.

El conjunto de objetos entrañables que poseen. Lo que se conoce como “mí o mío”, entra en juego las posiciones materiales, objetos que le son significativos o con cierto apego, desde objetos de primera necesidad como mochilas, zapatos, lentes o de lujo como cuadros, casas, automóviles y demás artículos que son únicos para las personas que los poseen.

La biografía personal del sujeto. En este punto se pueden diferenciar los momentos que los sujetos introyectan a lo largo de los años, las acciones memorables como lo es un festejo, un momento sobresaliente, pérdidas, logros y en general la semblanza personal del sujeto que lo describe como un ser único.

Estos son los elementos particularizantes de acuerdo a la teoría de Gilberto Giménez que configuran la identidad, que propiamente se adecuará para dar pie a las explicaciones con las que los frikis configuran su estilo de vida, mismo que también es estudiado e interpretado por teorías complementarias que hagan de la identidad un concepto enriquecido por distintos autores que hablen de ella.

1.6.2. El estilo y bricolaje

Friki ha sido la etiqueta para los sujetos fanáticos, se han descrito los elementos que pueden describir su identidad y particularmente el estilo que para Carles Feixa (1999) es un término indispensable en el estudio del consumo. *“El estilo puede definirse como la manifestación simbólica de las culturas (...), expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales, que los jóvenes consideran representativos de su identidad”* (94).

En este sentido, Feixa responde al consumismo como un medio de conjuntar elementos que le hagan al sujeto crearse de un estilo que considera sean significativos y de este modo asignarse una identidad. *“Para Clarke, la generación de un “estilo” no puede entenderse como un fenómeno de moda o la consecuencia inducida de campañas comerciales. Los tratamientos son organizados de una manera activa y selectiva, en cómo son apropiados, modificados, reorganizados y sometidos a procesos de resignificación”* (en Feixa, 1999: 95).

Se ha planteado entonces que el significar a los objetos es lo que mueve las consciencias selectivas de los agentes para la obtención material de sus bienes, lo que produce una serie de valores y conductas específicas dentro de sus contextos de desarrollo. Para analizar cómo se construye un estilo Carles Feixa utiliza el concepto de bricolaje. *"(...) para comprender la manera en que objetos y símbolos inconexos son reordenados y recontextualizados para comunicar nuevos significados"* (1999: 95).

Se trata de un concepto que Lévi-Strauss (en Feixa, 1999) aplicó al "pensamiento salvaje", refiriéndose a un sistema total de signos compuesto por elementos heteróclitos que provienen de un repertorio ya existente, *"el bricoleur es capaz de ejecutar un gran número de tareas diversificadas, pero a diferencia del ingeniero, no subordina ninguna a la obtención de materias primas y herramientas: su universo instrumental está cerrado y sus reglas del juego consisten en arreglarse con los medios de a bordo, es decir, un conjunto finito de herramientas y materiales"* (Ibíd).

En este sentido el bricolaje hace referencia a la combinación de formas infinitas para los sujetos con los materiales igualmente infinitos que posee y que luce, herramientas que Willis (en Feixa, 1999: 97) analiza como formas de creatividad simbólica de los jóvenes en la vida cotidiana para representar y defender su estilo y ante todo su ideología materializada en elementos que lo hagan particularmente único.

El autor descubre las *"múltiples e imaginativas vías mediante las cuales los muchachos usan, humanizan, decoran y dotan de sentido a sus espacios vitales y a sus prácticas sociales: el lenguaje, la producción y audición de música, la moda, la ornamentación corporal, el uso activo y selectivo de los medios audiovisuales, la decoración de la propia habitación, los rituales del noviazgo, el juego y las bromas con los amigos, las rutas de ocio, el deporte, la creatividad artística, etc."* (Ibíd).

Así, el estilo constituye una combinación jerarquizada de elementos culturales de los que pueden destacarse según Feixa (1999) los siguientes:

- **Lenguaje.** Formas de expresión oral características de este grupo social. En este rubro de estilo particularizantes se incluye también la teoría del habitus lingüístico de Bourdieu (en Bonnewitz, 2006: 143-144) reflejada por el mercado lingüístico, es decir todos aquellos vocablos y expresiones lingüísticas que se ven reflejadas a través del discurso que los sujetos articulan, un discurso que se ajusta a una situación, o más bien a un mercado o un campo.

Esta teoría explica que el lenguaje es producto de los condicionamientos, es una especie de máquina transformadora que reproduce las condiciones sociales del propio sujeto, pero de manera relativamente imprevisible. *"(...) todos los principios de elección están incorporados, se han convertido en posturas, disposiciones del cuerpo: los valores son gestos, formas de pararse, de caminar, de hablar. La fuerza del éthos está en que es una moral hecha héxis, gesto, postura"* (Ibid: 155).

- **Música.** La música como un símbolo exclusivo, a través del cual distinguirse.
- **Estética.** La mayor parte de los estilos se han identificado con algún elemento estético visible (corte de pelo, ropa, atuendos, accesorios, etc.).
- **Producciones culturales.** Los estilos no son receptores pasivos de los medios audiovisuales, sino que se manifiestan públicamente en una serie de producciones culturales: revistas, fanzines, grafitis, murales, pintura, tatuajes, vídeo, radios libres, cine, etc. Estas producciones tienen una función interna (reafirmar las fronteras de grupo) pero también externa (promover el diálogo con otras instancias sociales y juveniles).
- **Actividades focales.** *“La identificación subcultural se concreta a menudo en la participación en determinados rituales y actividades focales”* (Ibid, 97-100).

Así es como se ha venido desmenuzando a la cultura, ese mundo maravilloso que sirve a los sujetos sociales como una condición práctica de la existencia, todas las manifestaciones, productos, lenguajes, estilos de vida y pensamientos que hacen de la sociedad una mezcla de significaciones. El estilo que mantiene cada persona otorgará la parte importante para el andamiaje cultural y la configuración identitaria.

1.6.3. Configuración del tiempo en los jóvenes, como signo y metáfora de identidad

La edad es un factor importante dentro de la configuración cultural pues las ideologías no siempre son aceptadas por los mismos sujetos, tal y como un niño de ocho años frente a un hombre de 27 pueden asimilar que la política es lo máximo. La hegemonía cultural dependerá de ciertos elementos contextuales, en este caso del tiempo utilizado por Carles Feixa (2003) a manera de metáfora para otorgar una aproximación teórica sobre el modelo del reloj y cómo éste artefacto ha ido evolucionando para explicar el desarrollo histórico-social de la edades.

Se es niño, adolescente, joven, adulto, viejo y anciano, pero ¿en qué punto se encuentra el sujeto con la frontera entre una y otra etapa?. Dejando de lado el punto de vista biológico entre sexos y periodos de madurez, el tiempo forma parte importante para el desarrollo del sujeto como ser. Carles Feixa (2003) propone tres tipos de reloj que describen las edades de los sujetos de acuerdo a los contextos en los cuales crecieron.

“Propongo tomar en consideración a tres de estos relojes – el de arena, el analógico y el digital – como símbolos de otras tantas modalidades culturales. El primero se basa en una concepción natural o cíclica del tiempo, dominante en las sociedades preindustriales. El segundo se sustenta en una concepción lineal o progresiva del tiempo, dominante en las sociedades industriales. El tercero se fundamenta en una concepción virtual o relativa del tiempo, emergente con la sociedad postindustrial” (Feixa, 2003: 3).

De acuerdo al autor las “culturas juveniles” (Carles Feixa, 2003: 4-5) pueden analizarse desde dos perspectivas, la primera desde las *condiciones sociales*, entendidas como el conjunto de derechos y obligaciones que definen la identidad de cada individuo en el seno de una estructura social determinada; y en el plano de las *imágenes culturales*, entendidas como el conjunto de atributos ideológicos y simbólicos asignados y/o apropiados para cada individuo.

Dentro del segundo nivel de análisis como son las imágenes culturales que el joven recibe de su atributo ideológico se encuentran cuatro elementos que cualquiera de los tres tipos de reloj poseerá para la introyección de una identidad generacional:

1. *La cultura hegemónica*. Que refleja la distribución del poder cultural a escala de la sociedad.
2. *Las culturas parentales*. Consideradas como las grandes redes culturales, definidas fundamentalmente por identidades étnicas y de clases.
3. *Las macroculturas*. Que refieren a las grandes instancias sociales que forman/informan a los individuos en cada sociedad.
4. *Las microculturas*. Representan a las pequeñas unidades sociales que seleccionan y perciben las formas y contenidos de esta formación/ información, como las asociaciones voluntarias y las redes de amistad.

El reloj de arena. El pasado se repite. Este tipo de reloj constituye la visión cíclica y tradicional perteneciente a las culturas más antiguas o que se usa en contextos donde las tradiciones que los abuelos y los padres van inculcando como modelos que las futuras generaciones deben repetir, desde la metáfora del reloj de arena, cuando un sujeto voltea su reloj para dejar caer los granos de identidad sobre su descendencia y así, llegará el momento en que estos voltearan el reloj para la siguiente generación.

Según la terminología de Margaret Mead (en de Feixa, 2003) los hijos aprenden de sus padres y abuelos, que constituyen el único referente de autoridad que repiten de manera posfigurativa, y con escasas modificaciones, las fases vitales, ritos de paso y condiciones biográficas por las que pasaron sus padres. En este sentido se trata del tipo de construcción cultural de las edades, vigente en la mayor parte de sociedades estatales y campesinas que han existido a lo largo de la historia de la humanidad y en las que la edad o veteranía sigue siendo uno de los pilares del poder y del saber.

La juventud, que funciona como un mecanismo de “reproducción social”, son los jóvenes quienes mediante el trabajo, por ejemplo de un campesino que empieza los 12 años, repite el mecanismo del padre, del tío, de lo que la sociedad estipula y que la edad es indeterminada, puesto que se puede iniciar un parentesco, un empleo y un ritual de manera en la que los años no formen una parte importante. *“En este caso la juventud no sólo tiene una nula presencia en el consumo cultural, tiene una escasa contribución a la innovación cultural”* (Feixa, 2003: 6).

El reloj analógico. El futuro pasa al presente. Se basa en una concepción lineal donde las generaciones van pasando a las anteriores, puesto que cada una de éstas aspira a vivir mejor que la anterior, ya no reproduce sus contenidos culturales, los grupos de edad joven tienen expectativas diferentes respecto al pasado. Según Carles Feixa (2003) los jóvenes mantienen una tendencia a la autonomía y a la creación de un mundo propio.

El reloj en este caso es mecánico, sigue una línea y un engranaje manual, que para el autor “ello simboliza el proceso de inserción social, mediante el cual el individuo socializa ocupando una serie de nuevos roles y status sociales, por los que va progresando por una serie de estadios vitales (infancia, juventud, edad adulta, vejez) que normalmente corresponden a otros tantos roles sociales (juego, educación, trabajo-familia, retiro).

Las imágenes culturales expresan los cambios sociales que fluyen con el paso de las horas que marcan las manecillas del reloj, todo lo que tenga que ver con el estilo propio que tenga innovación verbal, la estética (o la moda), la ética (o los sistemas de valores), las producciones culturales (progresivamente mercantilizadas) y las actividades focales (progresivamente centradas en la sociedad del ocio), van creando las condiciones no sólo para la “invención” de nuevas categorías de edad (como la adolescencia y la jubilación) sino para la emergencia de “culturas” basadas en la edad.

El reloj digital. El tiempo cambiante; según la terminología de Margaret Mead (en Feixa 2003: 16) son los padres los que empiezan a aprender de sus hijos. *“En nuestra sociedad, esta modalidad de transmisión generacional se expresa, sobre todo, en aquellas instituciones como los medios de comunicación de masas, las nuevas tecnologías de la información, los nuevos movimientos sociales y las formas de diversión digitales, en las que las estructuras de autoridad se colapsan, y en las que las edades se convierten en referentes simbólicos cambiantes y sujetos a constantes retroalimentaciones”.*

El reloj digital mantiene un espacio ficticio, virtual, donde el sujeto puede programar y reprogramar sus edades de acuerdo a las condiciones y los bienes de los cuales consume y recrea una identidad, en este momento el tiempo no importa demasiado, ya que el cumplir con cierta edad siendo joven cuando se es adulto, cuando se es niño y se tiene cualidades de joven, en ello el consumo de bienes tiene cierto peso puesto que el contexto es de vital importancia para crear una identidad que ayude a categorizar o regresar el tiempo y disfrutar de momentos pasados o futuros.

De acuerdo al autor, *“(…) una de las características del tiempo digital es que permite reprogramar constantemente el inicio, final, duración y ritmo de una determinada actividad: se crea un auténtico tiempo “virtual”, cuya “realidad” depende del ámbito en el que se produce. Los videojuegos, por ejemplo, generan una espacialidad y temporalidad propias, que condicionan la percepción social de los actores. Las diferencias generacionales ya no se traducen en formas de vestir o de hablar diferentes: hay adultos que visten como jóvenes, y niños que comparten los gustos estéticos o intelectuales de los adolescentes”* (Feixa, 2003: 17).

Así pues, la energía social que predomina en el reloj digital se traduce simbólicamente de acuerdo al autor, en los llamados rituales de holosección (Feixa, 2003) que son esas ceremonias generacionales – *como los juegos de realidad virtual, los juegos de rol, los contratos basura, los raves o las nuevas violencias juveniles* – que sirven para representar el carácter anárquico, autárquico y a menudo virtual de las transiciones a la vida adulta.

Con la presente teoría se llega al final del argumento teórico conceptual de autores antes mencionados, todos ellos reunidos con un fin específico, hacerlos dialogar para que otorguen una descripción al final de este trabajo sobre la configuración de la identidad juvenil respecto al consumo de bienes culturales por parte de la comunidad friki, sujetos considerados desde tiempo atrás como los raros o fenómenos que en el capítulo siguiente se otorgarán más datos que ayuden a comprender más el término.

¡FRIKIS, UNIDÓS!

CAPÍTULO II



“Hogar es, donde te encuentras a ti mismo...”

- Cíclope

Uncanny X-Men #495

Logro desbloqueado.

Viene usted de con los expertos que le han otorgado todos esos conceptos que debe manejar para comprender esta misión en la que está ya inserto, pero antes, es preciso armarse de mapas para conocer el terreno al cual va aventurarse en los niveles siguientes, para ello llega el momento de describir el terreno del reino vecino, el friki, conociendo su historia y lo que ahí se consume.

PAUSA II

El presente capítulo es de corte contextual, se darán a conocer cifras, categorías, fechas históricas y en general numeraría que ayude a entender el desarrollo sobre el consumo para los jóvenes en el entorno mexicano.

Yendo de lo general a lo particular, primeramente se dará a conocer el perfil de los jóvenes que viven en la Ciudad de México; qué y cómo consumen; cuándo, cómo y dónde surge la industria friki.

En México ¿a dónde poder asistir si se quiere llegar a ser friki cuando grande?; la Friki Plaza es una gran respuesta, pero antes de saber todo sobre ella, se describe su ubicación geográfica para así, concluir con datos específicos de esta institución que acoge jóvenes asiduos a la cultura del entretenimiento.

CONTINUAR I>

Es hora de dar comienzo a este nivel en:

3...

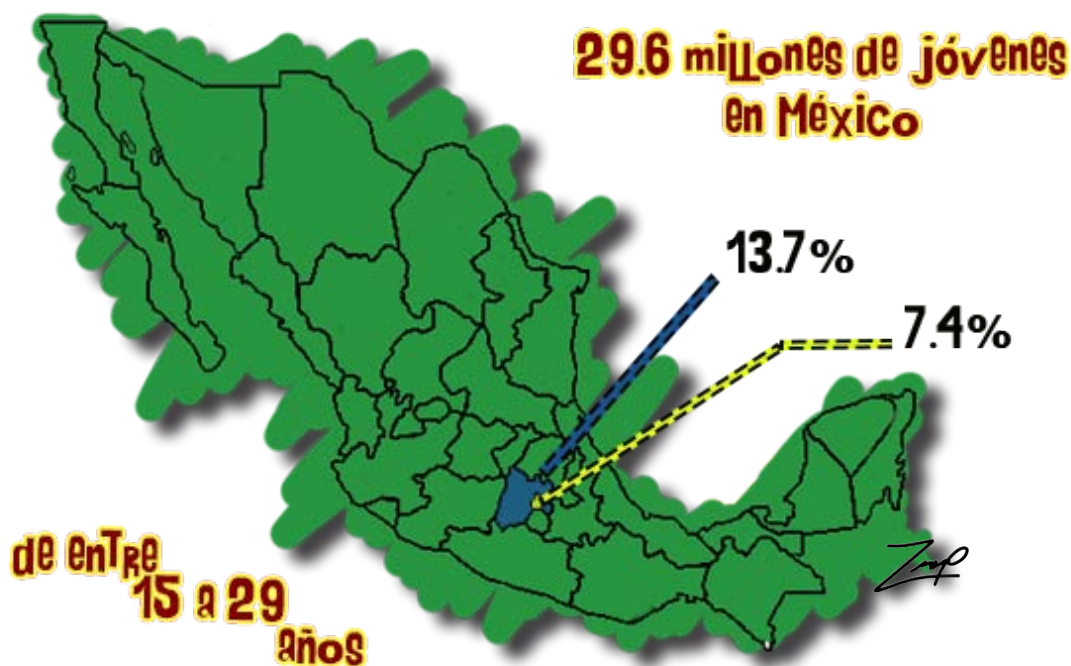
2..

1



2.1. EL PERFIL DE LOS JÓVENES QUE ACTUALMENTE VIVEN EN LA CIUDAD DE MÉXICO

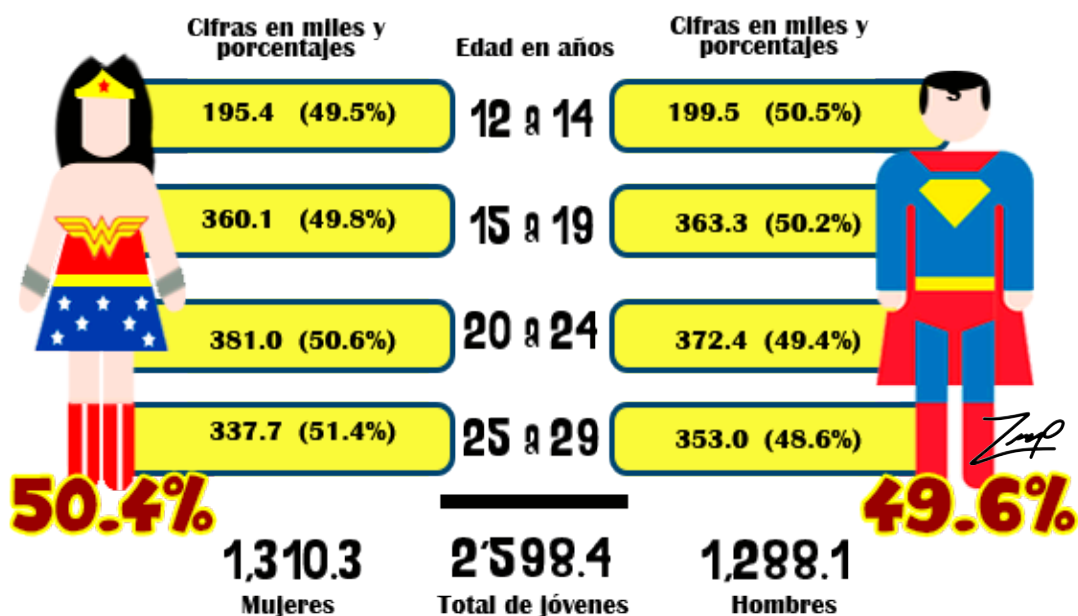
Juventud, etapa en la que el mundo adquiere un sin fin de puertas abiertas tanto salidas de emergencia, caminos amarillos y muchos conejos blancos que perseguir para encontrarse con una realidad alterna. Tan sólo en México de acuerdo al Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2010) se contabilizó un total de 29.6 millones de jóvenes en hogares censales a nivel nacional. Por entidad federativa, el Estado de México concentra el 13.7%, la porción más alta de personas entre 15 y 29 años. El Distrito Federal con el 7.4% es la segunda entidad con mayor monto de este segmento de población sólo hasta el año 2010.



Como se mencionó anteriormente la juventud es la etapa donde el sujeto persigue su conejo blanco para encontrarse con el país en que deseé hallarse, ficticio, alterno, subversivo o real, el presente apartado otorgará datos que funden el perfil de los jóvenes de entre 12 a 29 años de edad de acuerdo a los datos arrojados por la Encuesta Nacional de la Juventud realizada en el año 2010 (IMJUVE, 2010), en materia del Distrito Federal

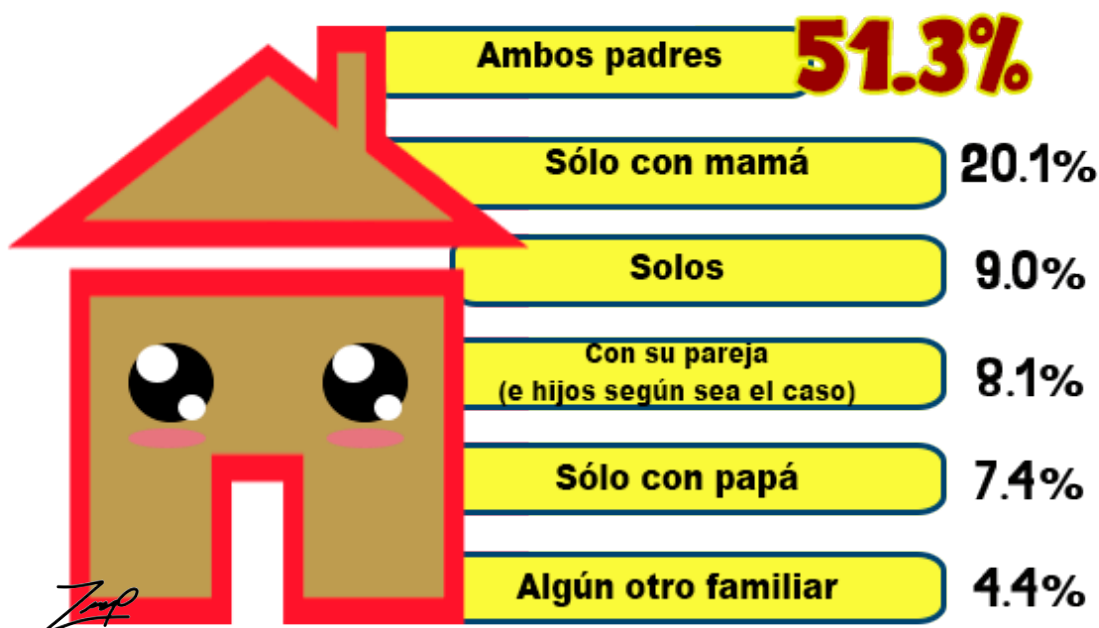
Con un total de 2'598.4 millones de jóvenes tan solo en el Distrito Federal, es la segunda entidad federativa con mayor número de jóvenes del cual 50.4% son mujeres y el 49.6% del resto son hombres presentados por rangos de edades en el siguiente gráfico.

Jóvenes entre 12 y 29 por grupo de edad en el Distrito Federal



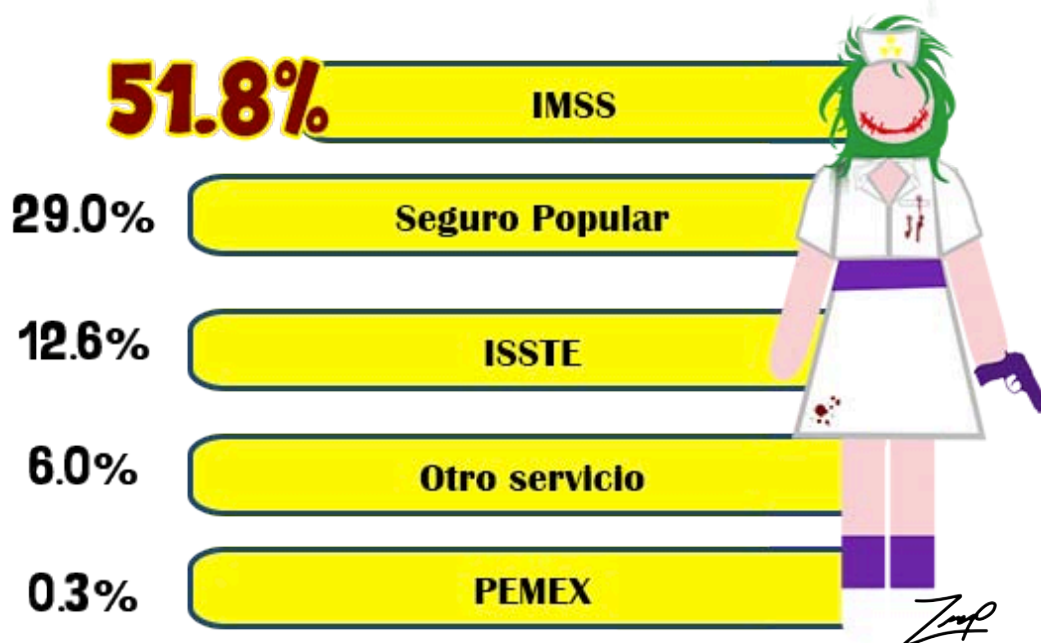
De acuerdo al arreglo residencial. A continuación se muestra el desglose porcentual para los arreglos residenciales de los jóvenes habitantes del Distrito Federal.

Jóvenes entre 12 y 29 años según arreglo residencial



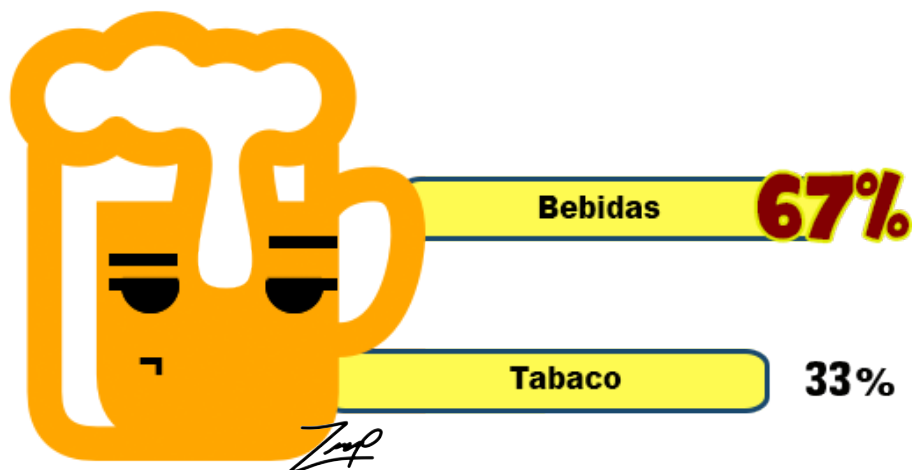
En cuestión de salud

Jóvenes entre 12 y 29 años con acceso a servicios de salud pública



A nivel nacional, el Distrito Federal reportó la principal tasa de consumo de bebidas alcohólicas entre los jóvenes a nivel nacional y por otro lado un índice menor de injerencia de tabaco a nivel nacional.

Porcentaje de jóvenes entre 12 y 29 años que alguna vez han fumado e ingerido bebidas alcohólicas



Además, casi el 50% de la población en el Distrito Federal reporta no hacer ejercicio como se muestra en el gráfico siguiente, de los cuales los jóvenes entre 25 y 29 años es el rango medio para no realizar actividades físicas.

Jóvenes de 12 a 29 años de acuerdo a la frecuencia con la que practican alguna actividad física



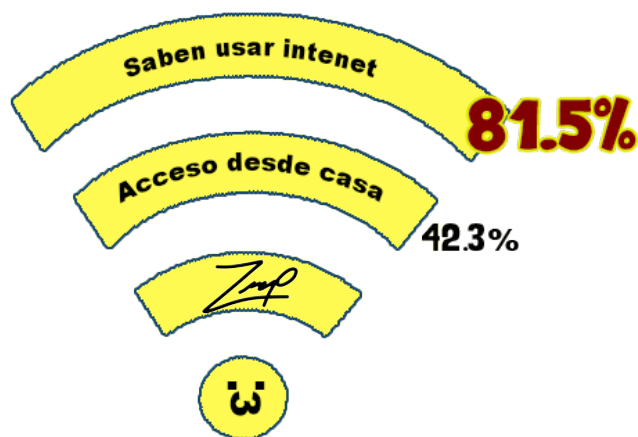
Sobre su educación y actividad laboral. El Distrito Federal reporta que un total de 452 mil jóvenes no estudian y no trabajan. En este rango de edad la Población Económicamente Activa (PEA) solo trabaja, en comparación con la Población No Económicamente Activa (PNEA) que solamente se dedica al estudio como actividad primordial.

Jóvenes entre 14 y 29 años por condición de actividad



Las relaciones sociales en los jóvenes

Jóvenes entre 12 y 29 años que saben usar y tienen acceso a Internet en su casa



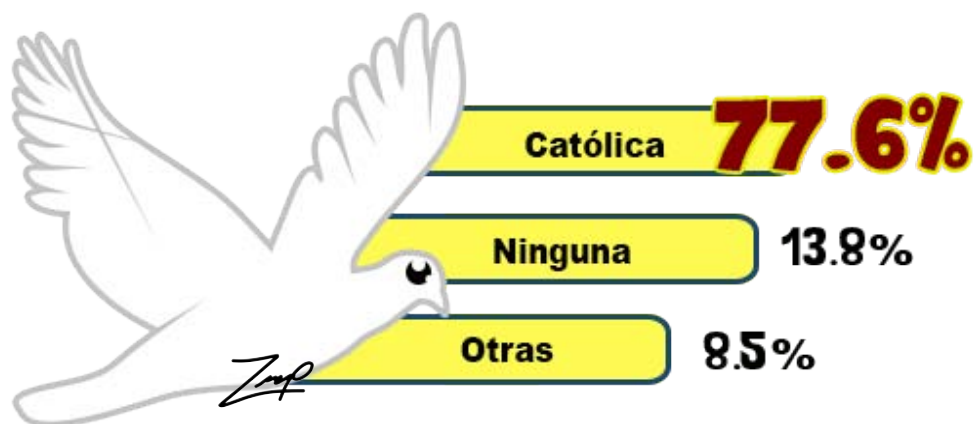
De acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Juventud (IMJUVE, 2010) en su tiempo libre, los jóvenes capitalinos realizan más frecuentemente actividades como reunirse con amigos, salir con su pareja o ver televisión, en cambio reportan en menor proporción conectarse a Internet, jugar videojuegos, ir al cine o escuchar música como se muestra en el gráfico.

Jóvenes entre 12 y 29 años según la principal actividad que realizan en su tiempo libre



La religión forma parte de la participación social, conformación de grupos e interés particulares, por lo cual se muestra que en el Distrito Federal el 77.6% de los jóvenes se reconocen como católicos. En el rubro “otras” se tomaron en cuenta como variables a los Protestantes y evangélicos, Pentecostal y Neopentecostal, Raíces Pentecostales, otras evangélicas, Bíblicas no Evangélicas, otras cristianas, origen Oriental, Judaica, Islámica, Nativista, otras religiones no cristianas y Espiritualista.

Jóvenes entre 12 y 29 años según su religión



En categorías de análisis, de acuerdo a la Encuesta Nacional Juvenil (IMVUJE, 2010) se dividió a la muestra en edades, primeramente con los jóvenes de 15 a 19 años y un segundo nivel con los jóvenes de 20 a 24 años de edad en los que ninguno de los dos ha tenido la oportunidad de participar en asociaciones u organizaciones.

Jóvenes entre 15 y 24 años que participan actualmente en organizaciones o asociaciones



En el Distrito Federal, los jóvenes opinan estar en mejores condiciones que sus padres para divertirse y estudiar con porcentajes equivalentes, en caso contrario, en cuanto a la facilidad de poseer una vivienda y tener ingresos económicos adecuados son los rubros con peores condiciones a comparación de sus padres.

Porcentaje de jóvenes entre 12 y 29 años que considera estar mejor que sus padres



Porcentaje de jóvenes entre 12 y 29 años que considera estar peor que sus padres



El perfil del joven defeño. Después de proporcionar cifras y porcentajes acordes a la Encuesta Nacional de Juventud realizada con ayuda del INEGI (IMJUVE, 2010), se presenta el perfil del joven residente de la Ciudad de México de entre 12 y 29 años de edad, y, en algunos casos de 15 a 29 años.

2'598. 4 millones de jóvenes residen en la Ciudad de México.

50.4% mujeres y el 49.6% restante son hombres.

51.3% viven con sus padres.

51.8% de los jóvenes son asegurados del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

67% de ellos han consumido bebidas alcohólicas.

49. 8% no realiza ninguna actividad física.

63.5% de los jóvenes entre 25 a 29 años de edad son inactivos físicamente.

35% sólo trabaja conformando la Población Económicamente Activa (PEA).

33.2% sólo estudia constituyendo la Población No Económicamente Activa (PNEA).

81.5% saben usar internet, del cual el 42.3% cuenta con acceso desde sus hogares.

14.9% prefiere reunirse con sus amistades en su tiempo libre.

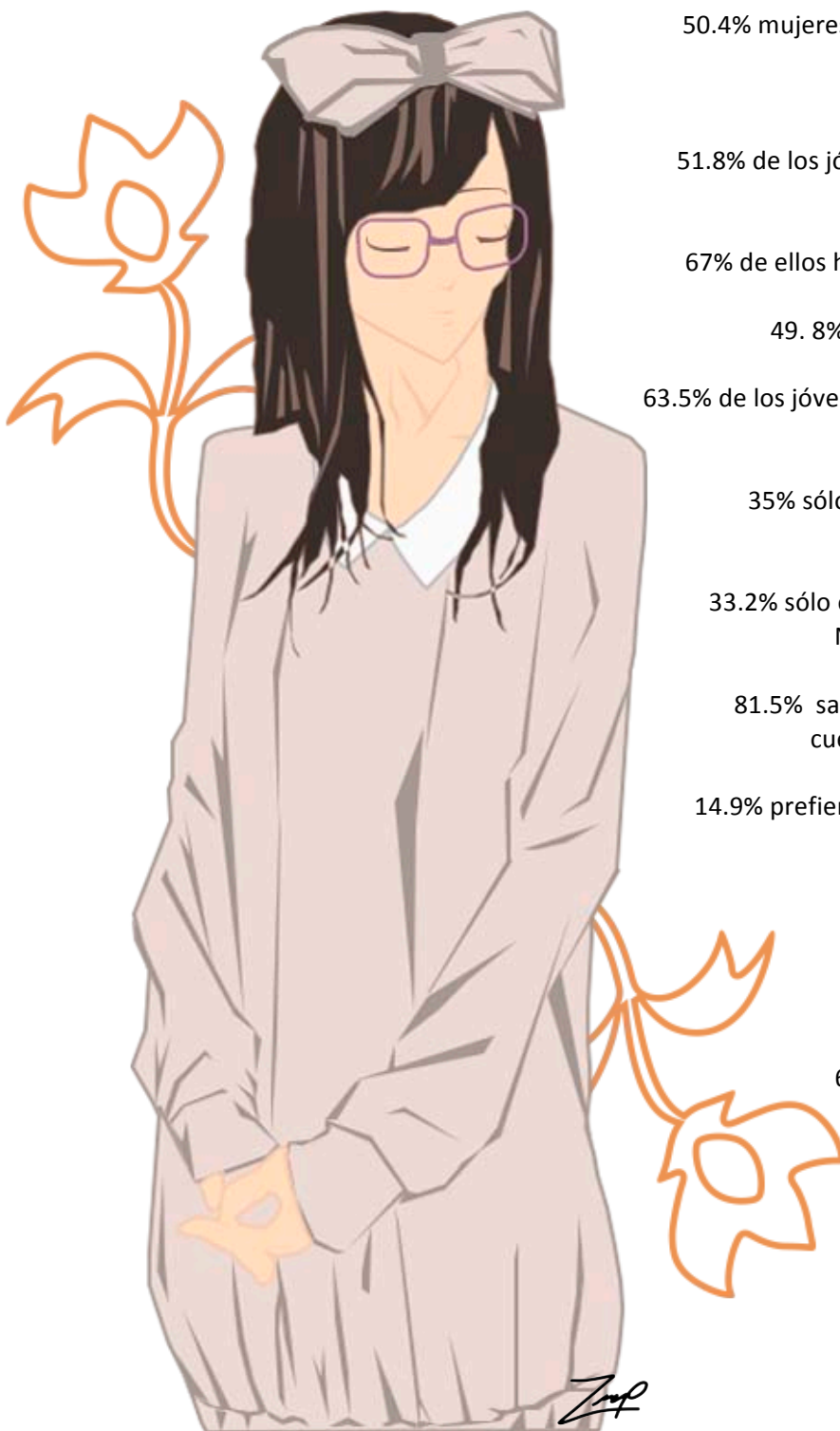
77.6% se acepta como católicos.

67.6% de los jóvenes entre 15 y 19 años nunca han participado en asociaciones;

61. 0% de los jóvenes entre 20 y 24 años tampoco lo han hecho.

En comparación con sus padres 60.2% le dan prioridad a la diversión y

43. 0% piensan que se les dificulta tener una vivienda propia.



2.2. CONSUMO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CULTURALES DISPONIBLES EN MÉXICO

La juventud es la etapa del boom biológico y psicológico en el cual se hacen un sin fin de locuras, es el período en que los sujetos dedican mayor tiempo para sus gustos e intereses dándole importancia al consumo de productos y servicios que le sean significativos. A continuación se hará mención de los principales consumos por parte de los jóvenes de entre 15 a 29 años en la Ciudad de México.

2.2.1. El consumo o acceso a bienes simbólicos y productos culturales

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en conjunto del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) implementó por primera vez la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM, 2012) que mantuvo como objetivo conocer los intereses realizados para la adquisición de los productos y servicios culturales disponibles en México. Dicha encuesta incluyó espacios como el teatro, cine, sitios históricos y religiosos; sitios arqueológicos, parques naturales y áreas protegidas; museos, casas de cultura, bibliotecas, hemerotecas o archivos históricos, seleccionados a partir del consumo y asistencia por jóvenes de 15 a 29 años.

Actividades en la vía pública. Dentro del conjunto de espectáculos culturales en la vía pública se incluyen presentaciones de música, teatro, danza, pintura, escultura y fotografía de los cuales no necesariamente son gratuitos ya que algunos de ellos obtienen cuotas voluntarias de los transeúntes el 29% de la población se detuvo a presenciar de forma voluntaria de los cuales el 49% fueron mujeres y 51% restantes fueron hombres.

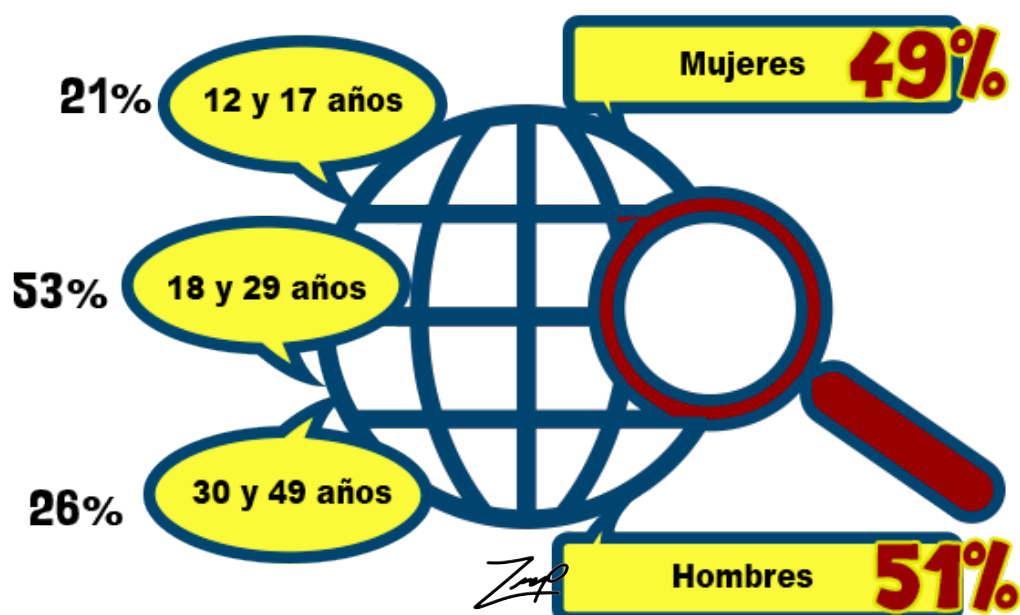
Sobre el consumo cultural en las calles. La ENCCUM captó el consumo cultural realizado en sitios no establecidos como los mercados sobre ruedas, tianguis, puestos ambulantes o en la vía pública. Los productos adquiridos de esta forma incluyen libros, revistas, música (CD's), video (Blu-Ray, DVD), software (CD, DVD) y videojuegos del cual, el 37% de la población adquirió productos culturales en la vía pública.



El consumo en casa, desde internet. La ENCCUM captó también a la población que utiliza internet, así como las ocasiones y la proporción del consumo de este servicio asociado con actividades susceptibles de ser consideradas parte del sector cultural. El uso de internet por motivos culturales incluye las actividades de:

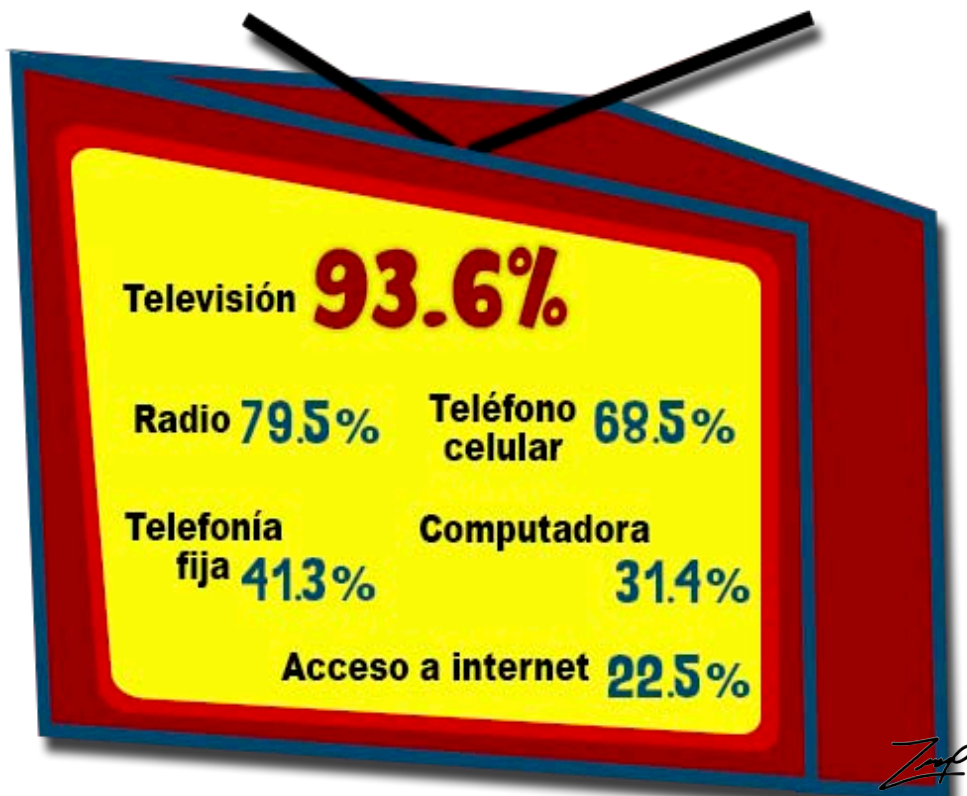
- Compra de libros y revistas, CD's, DVD's y software;
- Reproducción de videos, películas o programas de TV;
- Escucha de música grabada, radio o audiolibros;
- Lectura de periódicos, revistas o libros;
- Descarga de libros, revistas o artículos académicos, música, video y softwares.

En este sentido, se encontró que el 46% de la población del país con seis o más años navegó en Internet por motivos culturales al menos en una ocasión durante el año 2012. Al observar los resultados presentados por grupos de edad, se desprende que las personas entre los 18 y 29 años fueron quienes más navegaron en Internet por motivos culturales.



La tecnología como bien. Los recursos en la vivienda son aquellos que facilitan las tareas domésticas y proporcionan bienestar y comodidad a los habitantes, por su parte, el conjunto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se considera al radio, televisor, computadora, línea telefónica fija, teléfono celular e Internet como bienes que los jóvenes utilizan para su recreación. La disponibilidad depende de los recursos económicos y se asocia al nivel educativo y lugar de residencia.

En lo que respecta al Censo de Población y Vivienda (2010) contabilizó un total de 29.6 millones de jóvenes de los cuales se desglosa el porcentaje con respecto a los bienes que acercan la oferta cultural desde las tecnologías de información y comunicación:



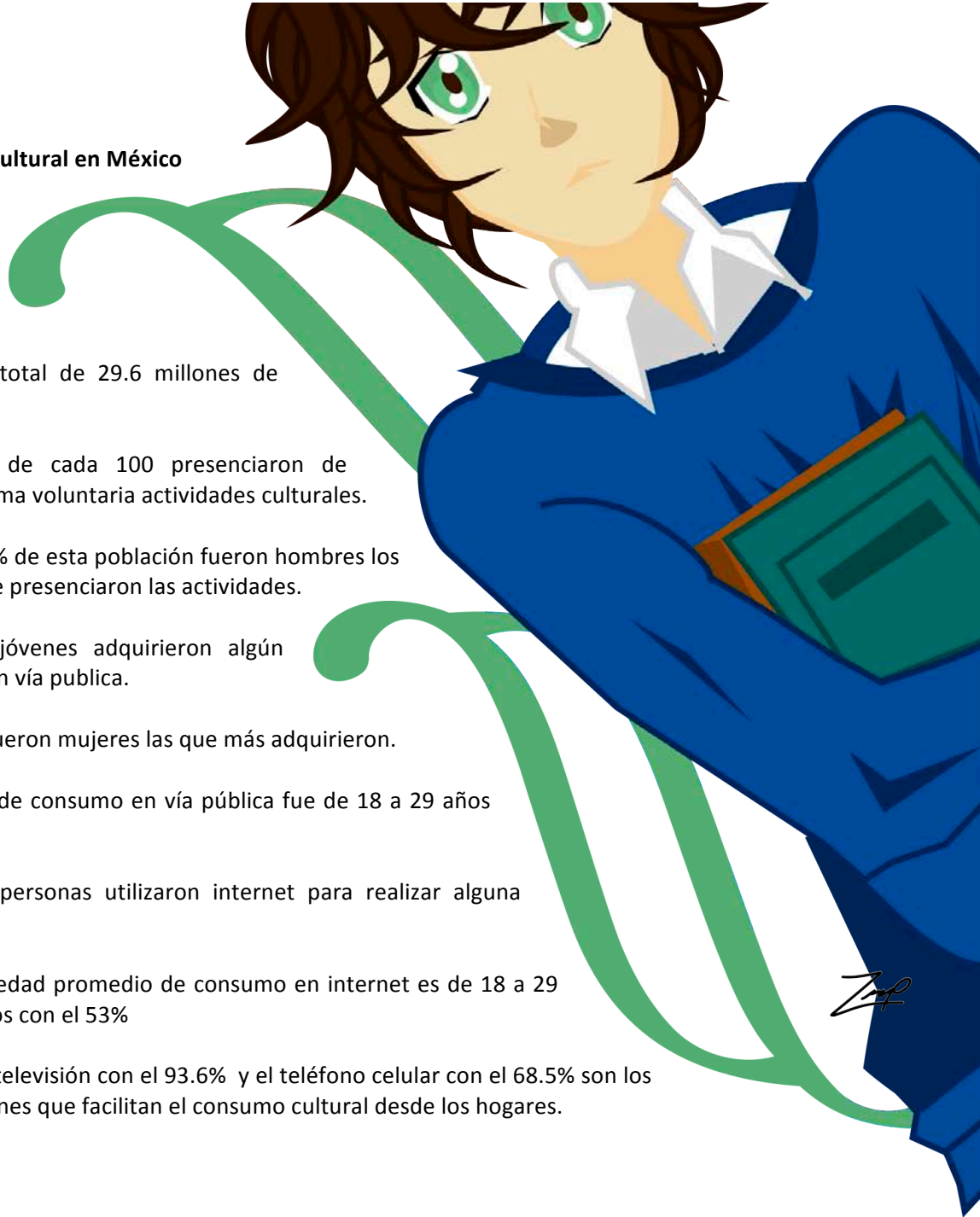
Al no estar conectados desde alguna plataforma o medio virtual y al asistir a algún lugar de encuentro o entretenimiento, los jóvenes de entre 15 y 29 años de edad son más frecuentes a consumir algún bien o asistir a algún servicio en la vía pública, los jóvenes consumen principalmente bienes culturales por su servicio de gratuidad, a pesar de que el internet se cobra, la accesibilidad que se tiene puede tener múltiples alcances.

Es así que los resultados que arrojan las encuestas, para los jóvenes entre 15 y 29 años les es más atractivo consumir bienes en los que se encuentran escuchar música, leer, ver videos, jugar videojuegos, mantenerse al día y tener un medio de encuentro desde internet, a partir de esto, a continuación se proporciona un resumen con los porcentajes más sobresalientes del consumo por parte de los jóvenes.

2.2.2. El consumo cultural en México

Se contabilizó un total de 29.6 millones de jóvenes.

- 29 de cada 100 presenciaron de forma voluntaria actividades culturales.
- 49% de esta población fueron hombres los que presenciaron las actividades.
- 37 de cada 100 jóvenes adquirieron algún producto cultural en vía publica.
- 51% de este total fueron mujeres las que más adquirieron.
- La edad promedio de consumo en vía pública fue de 18 a 29 años con el 33%.
- 46 de cada 100 personas utilizaron internet para realizar alguna actividad cultural.
 - La edad promedio de consumo en internet es de 18 a 29 años con el 53%
 - La televisión con el 93.6% y el teléfono celular con el 68.5% son los bienes que facilitan el consumo cultural desde los hogares.



2.3. EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULTURAL FRIKI EN MÉXICO

Ser o no ser friki, esa es la cuestión. En el capítulo anterior se describió la terminología de la palabra, los géneros o subgrupos y a inicios de este, la cantidad y calidad del consumo por parte de los jóvenes. Hablando de consumo, a continuación se otorgan datos a nivel general sobre los medios de interés friki, series, películas, cómics, mangas, anime y videojuegos principalmente, todo esto en el contexto mexicano tomando como interés el “boom” de cada industria.

2.3.1. El anime japonés en su máximo esplendor

De acuerdo con Tania Cobos (2010) la década de los noventa puede considerarse como el boom de la animación japonesa en México con la emisión de series como Los Supercampeones , Los Caballeros del Zodíaco, Dragon Ball, Ranma ½, Sailor Moon y Las Guerreras Mágicas. Aunque la animación japonesa comenzó su incursión en México desde los años setenta, el advenimiento del servicio de TV por cable permitió a los países latinoamericanos la sintonización de canales internacionales donde se transmitían las series, y por primera vez, al anime se le diferenció de otras caricaturas y se le reconoció ante la audiencia como género.

Los países de habla inglesa son los mayores consumidores de anime y manga (Cobos, 2010: 12), *Viz Media* de Estados Unidos es el principal distribuidor que en 1996, Walt Disney Studio firmó un acuerdo con Estudio Ghibli para la distribución de las películas del cineasta Hayao Miyazaki que se han proyectado dobladas al español en los cines latinoamericanos en trabajos como *Mi vecino Totoro*, *La princesa Mononoke* y *El Viaje de Chihiro*, a pesar de que son distribuidas por Disney, sus lanzamientos carecen de la macro estrategia publicitaria que acompañan a sus producciones.

Debido al éxito masivo de estos animes comenzaron a salir fanzines especializados en animación e historieta japonesa como *Domo*, *Animanga*, *Plan B*, *Monos y Pelotas* y finalmente, *Conexión Manga*. De acuerdo a Nadiezhda Camacho (2013: 44) estas revistas no sólo incluían información sobre los animes y mangas del momento, sino también sobre cómics, juegos de rol, videojuegos y películas, tanto de fantasía heroica, como de ciencia ficción e inclusive de terror, de igual forma, comenzó a venderse productos oficiales de estos animes, como figuras de acción de Los Caballeros del Zodíaco, Dragon Ball o muñecas tipo Barbie de Sailor Moon en los centros comerciales.

Para la década del 2000 el anime incrementó su frecuencia, éstas se emitían tanto en televisión abierta como por canales privados vía cable o satélite en Cartoon Network, Animax, Magic Kids, entre otros. Es de recordar series como *Neon Genesis Evangelion*, *Sakura Card Captor*, *Inuyasha*, *Pokémon* y *Naruto* que formaron parte importante para el inicio de siglo como continuación del boom mediático en Latinoamérica por parte del anime Japonés. (Cobos, 2010: 15).

2.3.2. El cómic estadounidense y el manga en México

Otra pieza importante del enorme rompecabezas que constituye la subcultura friki fue el boom del cómic estadounidense en México a principios de los noventa, (Camacho, 2013: 42) así como también la llegada del manga, su respectivo boom y finalmente su declive, cortesía de la Editorial Vid, que reeditó varios de los cómics más emblemáticos de las compañías estadounidenses Marvel y DC Comics en México. A principios de los noventa, Editorial Vid publicaba las más populares licencias extranjeras de superhéroes y manga, además de las historias nacionales como *Rarotonga*, *Memín Pinguín* o *Lágrimas, risas y amor*.

Los fundadores de dicha editorial, de acuerdo con Rodrigo Martínez (2014) fueron Yolanda Vargas Dulché y Guillermo de la Parra, que, con el tiempo dejaron la franquicia a cargo de su hijo Manelick de la Parra Vargas. Durante su dirección Editorial Vid creció en su época dorada puesto que en 1995 organizó una de las mejores convenciones de cómics en Latinoamérica: El MECyF (Modelismo Estético, Ciencia ficción y Fantasía) un evento organizado por en un centro de convenciones cerca del monumento a la revolución de la Ciudad de México.

A este evento asistieron grandes personajes de la industria como Dennis O'Neil, quien desde mediados de los ochenta hasta principios de los 2000 editó trabajos sobre Batman; Dan Jurgens y Jon Bogdanove, dibujante y escritor respectivamente del personaje Superman. Para iniciar el nuevo milenio Vid poseía los derechos de distribución de Marvel, DC, Dark Horse e Image entre otras editoriales que la posicionaron como un referente de los comics en Latinoamérica, pero con la muerte en el año 2005 de su coordinador, Vid perdió la licencia para publicar los comics de Marvel, siendo adquirida por Televisa, dejando en el abismo a las demás editoriales.

Además de estos dos fenómenos gráficos como lo es el manga y los cómics estadounidenses, también desempeñaron un papel fundamental los primeros fanzines nacionales que según Roberto García, *"son publicaciones no profesionales temáticas de un fenómeno cultural particular, en este caso de manga y/o anime, hechas por y para aficionados, fans"*, (2012: 8). Las editoriales mexicanas comenzaron a interesarse en los productos venidos de Oriente por su éxito que tenían en televisión, es en la década de los noventa cuando empezaron a surgir revistas y fanzines especializados en este arte.

El año que comprende a 1992 fue vital para el desarrollo de sucursales que distribuían y comercializaban estos medios audiovisuales provenientes de Estados Unidos y Japón. De acuerdo a Eduardo Flores (1996) el 10 de octubre se establece la primera tienda formal de cómics en México llamada Comics S. de R.L., en la colonia Narvarte del Distrito Federal. Tiempo después y a unas cuadras de ahí, aparece otra tienda llamada Manticora Comics, y, para diciembre de ese mismo año se inaugura otra tienda, Urantia Blue Comics.

Para 1993 surgen ComiCastle y Comics S.A. En los años subsecuentes aparecerán otras tiendas como Panel Comics, Master Comics, Mundo Comics, Comic Plus, Kaboom, La Casa de la Caricatura, Arkham, World & Cards, Comics de la Rosa, etc. Es también por esta época, enero y febrero de 1993, cuando se hace la primera convención de historietas hecha por fanáticos llamada la Feria de la Historieta, organizada como un festival estudiantil por alumnos de la licenciatura en comunicación de la ENEP Aragón.

La primera convención de cómics oficial que se reconoce fue "ConQue" (Convención Quetzalcoatli) llevada a cabo el 26 de julio de 1994 en el Poliforum Cultural Siqueiros del Distrito Federal. Según Rodrigo Álvarez (2007), la primera fanzine mexicana llevaba por nombre Anime: Figuras en Movimiento, sin embargo, por problemas entre los editores de la revista Anime: Figuras en Movimiento se disolvió y de la escisión de sus dueños se formaron dos fanzines Animanga y Domo (ibid).

2.3.3. La era de los largometrajes súper heroicos y de ciencia ficción

Comenzando un nuevo siglo a principios del 2000 se dio una pausa al desarrollo de estos productos por los conflictos entre editoriales, televisoras y casas productoras de este universo literario y audiovisual. En cuestiones cinematográficas, anteriormente se habían realizado largometrajes como la saga de Star Wars lanzada desde 1977 y reeditada 20 años más tarde por su director, George Lucas (Wiki, 2015), mejorando su calidad visual y sonora, restaurando algunas escenas antes suprimidas y sustituyendo muchos de los efectos especiales originales por animación computarizada.

La reedición era parte de un proyecto a largo plazo para crear tres nuevos filmes, que son las precuelas de los tres anteriores. En 1999 George Lucas dirige el primer nuevo filme, llamado La Amenaza Fantasma y considerado el primer episodio, posteriormente y en intervalos de tres años, aparecen El Ataque de los Clones y La Venganza de los Sith. Teniendo muy buena aceptación por los fanáticos. El boom del cine friki vino con las adaptaciones literarias a los medios audiovisuales cuando los largometrajes tienen un auge a inicios del año 2010, la industria cinematográfica se interesa por este tipo de historias.

Como cita Rafael García (2015) quedó demostrado que las películas basadas en historias fantásticas, efectos especiales y de ciencia ficción eran rentables más aún si eran de corte súper heroico, así que la antes editorial y ahora industria Marvel se dio a la tarea de recuperar los derechos cinematográficos de la mayor cantidad posible de sus personajes y comenzó a financiar sus propias películas.

En 2008, Marvel corrió un doble riesgo, contratar al actor Robert Downey Jr. célebre por sus problemas con la ley para encarnar a Iron Man, un héroe poco conocido por fuera de los cómics siendo un éxito en taquilla y entre los críticos. Además de su conquista, Iron Man tuvo otra razón para sorprender por lo menos a los fanáticos de las historietas ya que comenzarían las fases de desarrollo para la industria en la que los personajes de una película podían aparecer en otra, las acciones del villano tenían repercusiones en el héroe de otra, aunque venía sucediendo en los cómics desde hacía décadas, este universo compartido era completamente nuevo en el cine.

En las tablas siguientes se muestran las 20 películas más taquilleras en cuanto a recopilación de ingresos, las cuales, algunas de ellas son de corte súper heroico, ciencia ficción o fantasía, populares en el gremio (Wikipedia, 2015).



20 películas más exitosas hasta el verano 2015 (Wikipedia, 2015)

1-10

#	Nombre en Latinoamérica	Distribuidora	Año	Presupuesto	Ingresos mundiales
1	Avatar	20th Century Fox	2009	\$237'000'000	\$2'782'275'172
2	Titanic	Paramount Pictures / 20th Century Fox	1997	\$200'000'000	\$2'186'772'302
3	Jurassic World	Universal Studios	2015	\$150'000'000	\$1'252'399'254
4	Los Vengadores	Marvel Studios / Walt Disney Pictures	2012	\$220'000'000	\$1'518'594'910
5	Rápido y Furioso 7	Universal Studios	2015	\$190'000'000	\$1'511'636'779
6	Avengers: La era de Ultrón	Marvel Studios / Walt Disney Pictures	2015	\$250'000'000	\$1'371'574'193
7	Harry Potter y las reliquias de la muerte. Parte 2	Warner Bros	2011	\$250'000'000	\$1'341'511'219
8	Frozen. Una aventura congelada	Walt Disney Pictures	2013	\$150'000'000	\$1'274'219'009
9	Iron Man 3	Marvel Studios / Walt Disney Pictures	2013	\$200'000'000	\$1'215'439'994
10	Transformers: El lado oscuro de la luna	Paramount Pictures/ DreamWorks	2011	\$195'000'000	\$1'123'746'996

■ Películas de corte súper heroico y/o ficticio que el universo friki toma en cuenta.

20 películas más exitosas hasta el verano 2015 (Ibid)

11-20

#	Nombre en Latinoamérica	Distribuidora	Año	Presupuesto	Ingresos mundiales
11	El señor de los anillos: El retorno del rey	New Line Cinema	2003	\$94'000'000	\$1'119'929'521
12	Skyfall	Sony/MGM/Columbia	2012	\$200'000'000	\$1'108'348'855
13	Transformers: La era de la extinción	Paramount	2014	\$210'000'000	\$1'104'039'076
14	Batman: El caballero de la noche asciende	Warner Bros	2012	\$250'000'000	\$1'084'439'099
15	Piratas del Caribe: El cofre de la muerte	Walt Disney Pictures	2006	\$225,000,000	\$1'066'179'725
16	Toy Story 3	Walt Disney Pictures / Pixar	2010	\$200'000'000	\$1'063'171'911
17	Piratas del Caribe: Navegando aguas misteriosas	Walt Disney Pictures	2011	\$250'000'000	\$1'043'871'802
18	Parque Jurásico	Universal Studios	1993	\$63'000'000	\$1'029'153'882
19	Star Wars: Episodio I – La amenaza fantasma	20th Century Fox	1999	\$115'000'000	\$1'027'044'677
20	Alicia en el País de las maravillas	Walt Disney Pictures	2010	\$200'000'000	\$1'025'467'110

■ Películas de corte súper heroico y/o ficticio que el universo friki toma en cuenta.

El siguiente listado incluye a todas aquellas cintas que han tenido el récord de mayores ingresos en su debut a nivel mundial. La película Jurassic World se posicionó el 15 de junio de 2015 como la película con mayor recaudación en su primer fin de semana de toda la historia, superando con 208'8 millones de dólares a la anterior película con este récord, Los Vengadores, que recaudó 207'4 millones de dólares en su debut según los datos obtenidos por Luis Miguel Cruz (2015) para este ámbito cinematográfico.

Películas con más ingresos tan solo en su debut hasta el verano 2015 (Ibid)

No.	Nombre en Latinoamérica	Productora	Año	Ingresos totales
1	Jurassic World	Universal Studios	2015	208'806'270
2	Los Vengadores	Marvel Studios / Walt Disney Pictures	2012	207'438'708
3	Avengers: Era de Ultrón		2015	191'271'109
4	Iron Man 3		2013	174'144'585
5	Harry Potter y las reliquias de la muerte Parte 2	Warner Bros	2011	169'189'427
6	Batman: El caballero de la noche asciende		2012	160'887'295
7	Batman: El caballero de la noche		2008	158'411'483
8	Los juegos del hambre: En llamas	Lionsgate	2013	158'074'286
9	Los juegos del hambre		2013	152'535'747
10	El Hombre Araña 3	Sony	2007	151'116'516

■ Películas de corte súper heroico y/o ficticio que el universo friki toma en cuenta.

Series cinematográficas con mayores recaudaciones hasta el verano 2015 (Ibid)

No.	Serie	Recaudación a nivel mundial	No. de películas	Periodo
1	Marvel Universe	8'508'392'712	11	2008-
2	Harry Potter	7'723'447'978	8	2001-
3	James Bond	6'159'601'036	23	1962-
4	La tierra media de Tolkien. El señor de los anillos y El Hobbit	5'880'468'587	6	2001-2014
5	Star Wars	4'538'659'868	6	1977-
6	Spider-Man, El hombre araña	3'963'259'504	5	2002-
7	Rápido y Fuioso	3'846'500'000	7	2001-
8	Batman	3'805'543'530	7	1966-
9	Transformers	3'767'062'296	4	2007-
10	Piratas del Caribe	3'729'577'967	4	2003-

■ Películas de corte súper heroico y/o ficticio que el universo friki toma en cuenta.

Como se observa en la última tabla, la industria Marvel es la que desde el año 2008 ha liderado las taquillas con sus 11 películas hasta el 2015 publicadas (Wikipedia, 2015) sin contar la franquicia de la historietas, ya que el público que observa las películas está remitiendo nuevamente a la literatura de donde vienen estas historias. Para ello, Marvel realizó una estrategia dividida en tres fases para el rodaje de sus filmes divididas en periodos de tiempo.

El plan en su etapa inicial, la llamada Fase 1 fue cimentar las bases, presentado primero a sus héroes en forma individual y luego culminando con Avengers, donde se unen como equipo y comparten la pantalla por primera vez. La Fase 2 de acuerdo a Rafael García (2015) comienza a explorar el “lado cósmico” del Universo Marvel y lleva al espectador a otros planetas con la segunda parte de Thor y el éxito de Guardianes de la Galaxia, una aventura cuyos protagonistas eran desconocidos para todo el público excepto para los fans de Marvel.

Adicionalmente en esta nueva etapa desarrollan más a fondo los personajes y sus motivaciones, particularmente Iron Man y el Capitán América, anticipando el comienzo de la Fase 3 que tiene un futuro en la industria cinematográfica de presentar películas hasta el año 2020 con personajes que se adaptan al universo cinematográfico como Capitán Marvel, Pantera Negra, Dr. Strange, The Inhumans y un nuevo rol de personaje para Spiderman (Ibid).

2.3.4. Las series televisivas tampoco se salvan de ser frikis

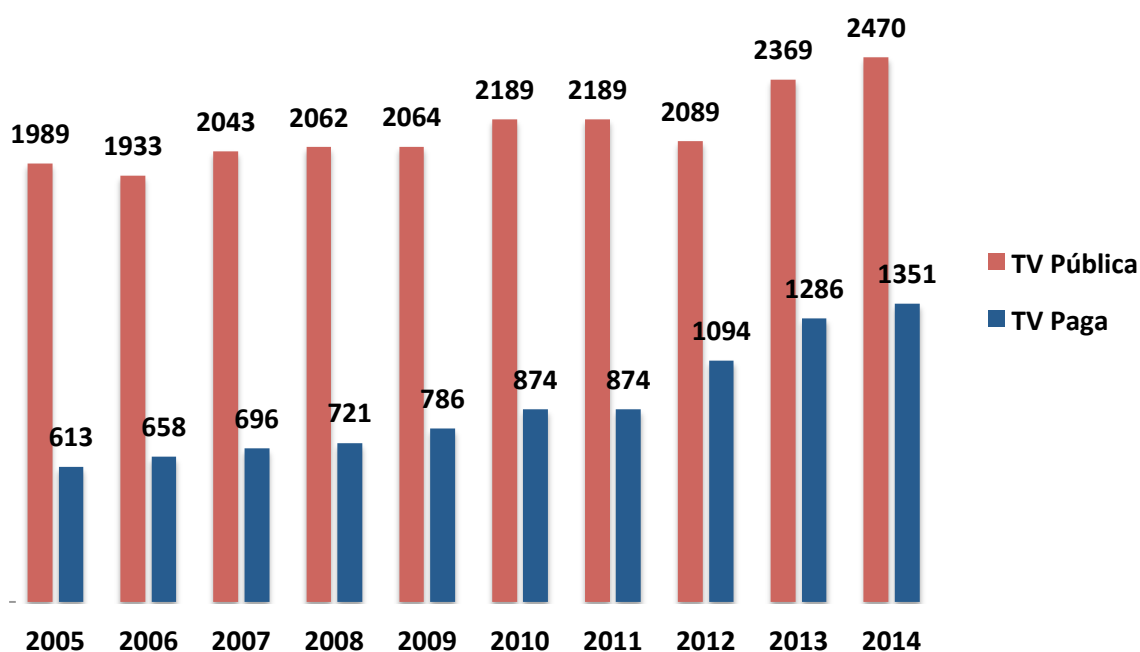
La expansión acelerada de este universo no se limitó a la pantalla grande, el éxito de Los Vengadores le permitió a su director Joss Whedon, volver a sus raíces en la televisión y crear la serie Agentes de S.H.I.E.L.D. (García, 2015). La serie le demostró a Marvel que su público no estaba sólo en las salas de cine y que la televisión era un formato en el que valía la pena incursionar, hablando en términos televisivos que no tienen nada que ver con anime y caricaturas, las series también juegan un papel importante para el desarrollo de este universo.

El adaptar un mundo artículo para la literatura, historietas e inclusive guiones con ideas auténticas para un público que va creciendo cada vez más con el boom cinematográfico de la industria Marvel, las series televisivas principalmente realizadas y distribuidas en Estados Unidos han otorgado un lugar a este tipo de audiencia con elementos de corte fantástico, ficticio y con algunos elementos heroicos.

Ya sea con protagonistas cuyas comedias alcancen sonrisas; implanten estrés por peleas en algún futuro cercano por la supervivencia de algún virus letal; o provoquen un derroche de acción, peleas épicas entre reinos de comunidades ficticias con lobos, dragones, alces y leones, las casas productoras más famosas del mundo sirven como fuente para el entretenimiento de interés desmesurado, friki.

Las casas productoras más sobresalientes en Estados Unidos con alcance en América Latina han sido principalmente HBO, Fox y Universal, la penetración de la televisión de paga o vía satélite en los hogares mexicanos ha tenido un auge en la comunidad del 44.5% en tan solo 10 años (LAMAC, 2015) el cual, gracias al acceso de este servicio, las series de mayor demanda en países de primer mundo pueden ser vistas por televisión de paga en los hogares mexicanos:

Penetración TV de paga en hogares mexicanos hasta 2014 (LAMAC, 2015)



Así el contexto mexicano participa en ser espectadores de las series con mayor demanda a nivel mundial con números por audiencia que a continuación se describen (Sensacine, 2015). Cabe resaltar que un caso particular es el de Doctor Who, ya que la serie se comenzó a transmitir entre 1963 y 1989, pero, con una remasterización desde el año 2005, cuando tuvo uno de sus mayores auge:

Series con mayores niveles de audiencia a nivel mundial (Sensacine, 2015)

Cadena	Serie en Latinoamérica	Periodo	Temporadas	Audiencia (por episodio)
Warner Bros	La teoría del Big Bang	2007-	8ª	16.2 millones
			7ª	718.2 millones
			6ª	16.8 millones
			5ª	14.9 millones
			4ª	12.5 millones
			3ª	14.1 millones
			2ª	10.1 millones
Fox Broadcasting Company	The Walking Dead	2010-	1ª	5.2 millones
			2ª	6.9 millones
			3ª	10.7 millones
			4ª	13.3 millones
			5ª	15.2 millones
BBC One	Doctor Who	2005-	0º	10.9 millones
			1ª	7.9 millones
			2ª	7.7 millones
			3ª	7.5 millones
			4ª	8 millones
			5ª	7.7 millones
			6ª	7.6 millones
			7ª	7.9 millones
HBO	Juego de Tronos	2011-	1ª	2.5 millones
			2ª	3.8 millones
			3ª	5 millones
			4ª	6.8 millones
			5ª	6.9 millones
Warner Channel	Arrow	2012-	1ª	3.2 millones
			2ª	2.7 millones
			3ª	2.8 millones

Es así como se otorgan algunas cifras y fechas que explican a la industria del mundo audiovisual y literario como los cómics, mangas y fanzines en cuestiones de corte ficticio o súper heroico como las más rentables en los últimos tiempos a partir de la década de los 90 hasta la actualidad, modelos que son de interés particular para las expectativas del mundo friki todo esto en el contexto mexicano.



2.4. LOS LUGARES VIGENTES DE ESPARCIMIENTO FRIKI EN MÉXICO

¡Frikis unidos! Y los frikis se juntaron, salvaron la galaxia, vistieron lindos trajes y aún tenían tiempo para ir a comer una deliciosa hamburguesa acompañado de un rico café japonés. Podría suceder si los frikis tuviesen el tiempo suficiente para estar en todos lados, aunque no sea así, a continuación se mencionarán algunos lugares de la Ciudad de México donde actualmente se pueden encontrar elementos que hacen realidad este mundo de fantasía los cuales los convierten en el punto de reunión o mejor dicho, los salones de la justicia.

En el restaurante Comicx. "*Donde comen los superhéroes*", es el slogan del restaurante temático que aborda a los principales superhéroes de las editoriales Marvel y DC sin que éstos peleen los unos a los otros y convivan en un ambiente rodeado de comida rápida. De acuerdo a la página oficial del restaurante (Comicx, 2015) con un total de 34 sucursales ubicadas a lo largo de la República Mexicana, el restaurante ofrece una estancia en la que ninguna sucursal es igual a la otra.

Desde el llegar y pedir una mesa para dos, tres o cuatro acompañantes y pensar que estará ubicada a la fachada del departamento de Peter Parker, El Hombre Araña, o bien compartir mesa con cualquier acompañante ubicados justo a la entrada de la Baticueva y poder admirar la tecnología del caballero de la noche.

Ya sea dentro de la Plaza Samara en Santa Fe ó el Forum Buenavista de la Ciudad de México son las dos capitales centrales para la convivencia friki en el Distrito Federal donde puede disfrutarse de todo tipo de comida rápida rodeado de superhéroes y villanos, figuras coleccionables, así, no es de asombrar que la mesa tenga forma en escudo del Capitán América o que por algún motivo se pueda beber kriptonita azul y verde.

Hablar de Fantástico. La tienda más completa de cómics en el país antes conocida como ComiCastle, Fantástico lleva más de 20 años surtiendo a los consumidores de historietas en la Ciudad de México desde 1993 (Álvarez, Rodrigo. 2007). En este establecimiento se encuentran libros de corte gráfico, fantástico y técnico sobre el aprendizaje del dibujo y la animación, figuras de acción de edición especial traídas del extranjero. Cartas, posters y un sin fin de títulos pasados y presentes de cómics y mangas de todas las editoriales, no necesariamente DC y Marvel, de igual manera abren espacio para trabajos nacionales e independientes.

Con un total de ocho tiendas ubicadas principalmente al interior de la República Mexicana, además de ofrecer a los usuarios los elementos representativos antes mencionados, Fantástico también sirve como inmueble para diversas conferencias, torneos y espectáculos de corte Japonés como conciertos y presentaciones de cosplayer. Además, cada 4 de mayo se celebran el "*Free comic book day*", las tiendas de cómics en el mundo abren sus puertas e invitan a gente no involucrada para que se adentre de una manera en la que el regalo principal sean cómics exclusivos, en este evento México no se queda sin participar gracias a la tienda Fantástico.

En la tienda Switch. Ubicada en la calle de Londres en la Zona Rosa de la Ciudad, la Tienda Switch es un pequeño inmueble donde se le otorga la seriedad que la comunidad friki pudiese tener o representar ante la sociedad cuyos dueños apuestan a la categoría geek. Libros de divulgación científica, programación, robótica y diseño además de playeras exclusivas de la marca Hot Topic (marca registrada exclusiva de venta por internet), rompecabezas, botones, películas y series clásicas se pueden encontrar.

House Maid Café. Un restaurante temático en el que las camareras se disfrazan de mucamas francesas emulando lo que en Japón se asocia con un estilo de vida lujoso. Este tipo de lugares surgieron en el distrito de Akihabara en Tokio, Japón, en el año 2000 y desde su creación de acuerdo a Rodrigo Delgado (2012), los fanáticos del cosplay y el anime se convirtieron en clientes frecuentes de este tipo de restaurantes. De hecho, la popularidad de este concepto creció tan rápidamente que en diferentes países de Asia Oriental como Japón, China, Taiwán, Hong Kong y Corea del Sur, los Maid Café se convirtieron en algo muy común.

Sin salir de la Ciudad de México dentro de la Plaza Puerta Condesa, en el Distrito Federal se encuentra el House Maid Café donde los comensales pueden vivir una experiencia única, muy al estilo de los cafés japoneses. A la entrada las camareras, o maids, reciben a sus comensales

diciendo お帰りなさい (okaerinasai) un saludo habitual para cualquier persona que regresa a casa, inmediatamente una de las maids acompaña a la mesa a sus comensales, entrega una carta, y pide que se toque la campana que está sobre la mesa cuando se quiera ordenar.

En cada mesa se encuentra un pequeño tríptico con las reglas del lugar: no saludar ni despedirse de beso o abrazo con las maids, no tomar fotografías a las maid sin consentimiento de ellas y no pedir datos personales a las maid, así como un pequeño glosario de las palabras en japonés que suelen usar las camareras.

El menú es muy sencillo, únicamente cuentan con algunas entradas, siete platos fuertes, cinco rollos y dos diferentes postres, todos típicos de la región japonesa. Para este café la estancia del cliente suele ser primordial, además de la decoración y proyección de cortometrajes o videos japoneses, mientras el comensal espera su comida puede sentarse en el a jugar algún juego de consola Wii U de la marca Nintendo, popular en la región japonesa, además de que también posee una tienda con distintos artilugios típicos de la región.



Cómic Rock Show. El centro cultural José Martí ha compartido ya desde hace 11 años un espacio de su construcción para albergar un tianguis de figuras coleccionables, historietas, mangas y demás bienes correspondientes al universo friki. El centro cultural inaugurado por la Doctora Aleida Guevara March, hija del Che Guevara, funge desde el año 2001 como sede del Instituto Cultural Cubano-Mexicano José Martí A.C. datos otorgados por la página web del mismo (2015), debido a la necesidad de contar con un espacio independiente de difusión de la cultura en general, tanto cubana y mexicana en particular.

Ubicado a la salida del metro Hidalgo de la Ciudad de México a un costado de la Alameda Central, establecido desde el 2004 el Cómic Rock Show se coloca los sábados en este espacio que el centro cultural José Martí otorga a la cultura friki de la Ciudad de México (Guillermo Galicia, 2014) siendo el único lugar donde pueden tomarse clases de espada medieval, ensayos de coro con repertorio de Danny Elfman, compositor de las películas de Tim Burton, música celta alusiva a distintos videojuegos y literatura de fantasía o conferencias sobre el poder de la saga Star Wars otorgadas desde aficionados hasta sociólogos, psicólogos y antropólogos.

El Caldero Chorreado. “*Bienvenidos al Caldero Chorreado magos y brujas*”, así se da entrada a este café-restaurant ubicado en el centro de la delegación Tlalpan del Distrito Federal siendo el primer café temático dedicado a la saga Harry Potter en México (Ruíz, Diana. 2015). El lugar está ambientado de acuerdo al castillo de Howgards la escuela de magia y hechicería del mago más conocido, el menú incluye mágicas bebidas como sangre de dragón, poción multijugos, poción de mandrágoras y cerveza de mantequilla, célebres bebidas salidas de este universo literario también considera friki por ser un mundo nacido de la fantasía de la escritora Joanne Rowling.

Además pueden encontrarse aquí distintos artículos de colección como varitas, pócimas, grajeas, capas y escobas de las cuatro casas de la saga. El Caldero Chorreado es también patrocinador de los Black Sabers, equipo de quidditch en la liga nacional mexicana, juego que se enfoca en atravesar el mayor número de pelotas en los aros del equipo contrario, los equipos corren con sus escobas simulando el vuelo de las mismas, en ningún momento estos deben soltar su artefacto que los hace volar o de lo contrario perderán automáticamente. Este café como se hizo mención apoya a su propio equipo dentro y fuera de sus instalaciones.



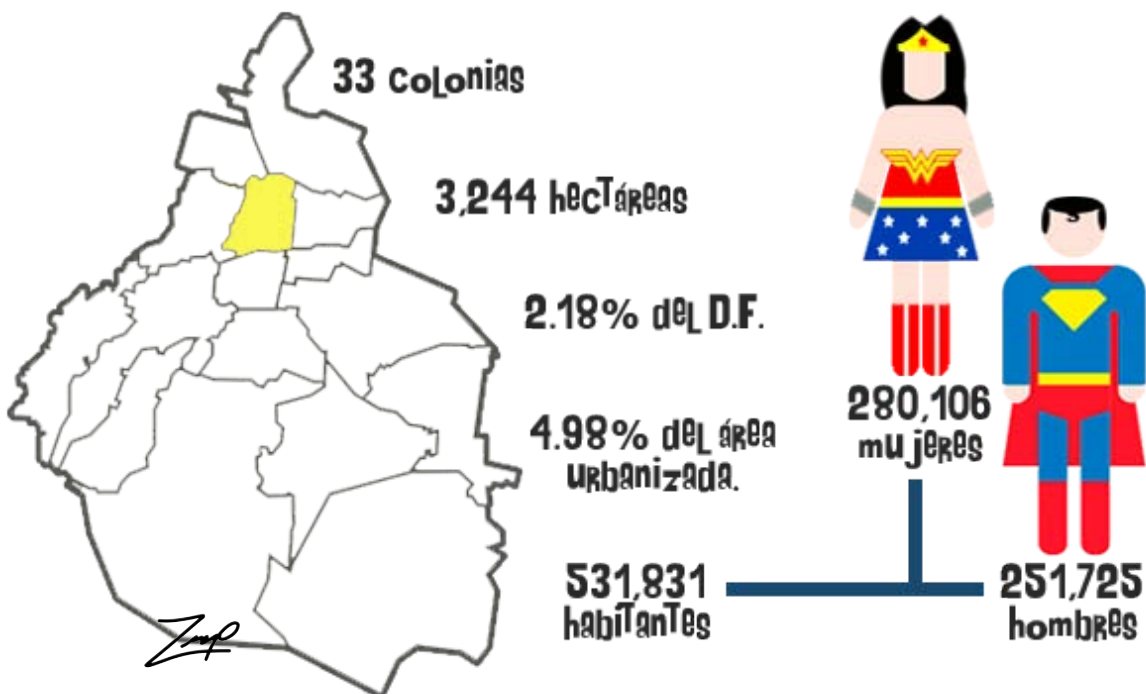
2.5. EL ENTORNO DONDE SE ENCUENTRA LA FRIKI PLAZA CIUDAD DE MÉXICO

En el apartado anterior se describieron los principales centros de esparcimiento friki que actualmente dan servicio en la Ciudad de México, toca el turno de uno de los centros con mayor participación, afluencia y consentimiento del mundo friki, el “Bazar del entretenimiento y el videojuego” comúnmente denominado como Fiki Plaza ubicado en Eje Central Lázaro Cárdenas 5 del Distrito Federal, del cual, antes de hablar particularmente sobre ella se otorgarán distintos datos de la delegación Cuauhtémoc, el entorno demográfico, histórico y cultural donde es perteneciente dicha plaza.

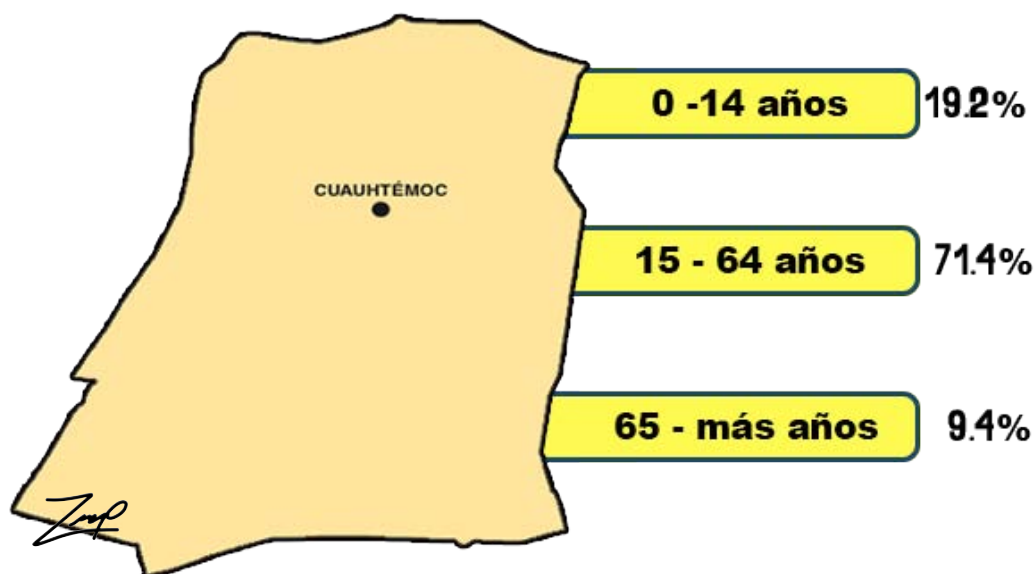
2.5.1. Delegación Cuauhtémoc, diagnóstico territorial

Desde la perspectiva de un ordenamiento territorial, la delegación Cuauhtémoc se encuentra ubicada en la región centro del país, el ámbito territorial inmediato de la Zona Metropolitana del Valle de México que está formada por las 16 delegaciones del Distrito Federal, 58 Municipios conurbados del Estado de México y uno de Hidalgo. Localizada en el centro del área urbana del Distrito Federal, la Delegación Cuauhtémoc (2015) colinda al norte con la Delegación Azcapotzalco y Gustavo A. Madero; al oriente, con la Delegación Venustiano Carranza; al sur, con las delegaciones Benito Juárez e Iztacalco; y al poniente, con la Delegación Miguel Hidalgo.

Hasta el año 2010 de acuerdo a los datos arrojados por el Censo de Población y Vivienda realizado por el INEGI, en la delegación corresponden:



Sobre su diagnóstico socio-demográfico. La misma encuesta arrojó como resultado que en la delegación Cuauhtémoc el porcentaje correspondiente del total de 531'831 habitantes por rangos de edad para su población es la siguiente:



Datos que arrojan como resultado que la edad media es de 33 años, las personas que aquí residen son en su mayoría de esta edad. Por último, la población total solo hasta el año 2010 en la Colonia Centro es de 61'229 habitantes.

El contexto histórico de su delegación. Fue en 1970 cuando se crearon las delegaciones que la Cuauhtémoc forma parte del espacio en la capital de la República Mexicana (Delegación Cuauhtémoc, 2015). Un sin número de comercios tradicionales se localizan en esta delegación y en particular en la colonia centro, de los cuales algunos se fortalecen sobreviviendo al tiempo, pues esta colonia salvaguarda diversos recintos históricos que conforman el patrimonio del Distrito y del país en general.

Una serie de comercios como El Puerto de Liverpool (1847), Sombreros Tardan Hermanos (1847), El Borceguí (1865), Farmacia el Fénix (1875), La Nueva Ópera (1871), Casa Boker (1865), Alpargatería Española (1877), Hostería de Santo Domingo (1860); Pastelería Francesa "El Globo" (1884) de los más reconocibles, otorgan su firme vocación de servicio y comercial ante propios y extranjeros (Ibid).

Desde su fundación y hasta principios del siglo XX, la Ciudad de México estuvo contenida dentro de esta delegación, por lo que atesora el patrimonio histórico, artístico y cultural más importante de la Ciudad. Las zonas patrimoniales de esta delegación incluyen las declaradas Históricas así como las áreas de conservación. Dentro de las primeras se encuentra el Centro Histórico de la Ciudad de México, uno de los más importantes de América, en sus más de 1'500 inmuebles catalogados ocurrieron varios de los más notables acontecimientos de la historia del país.

La relación con la Ciudad y la zona metropolitana. La delegación Cuauhtémoc desempeña un papel importante en la vida de los habitantes de la Ciudad de México y de la Zona Metropolitana, al ser considerada la séptima economía nacional debido al alto nivel de concentración de infraestructura y de actividades comerciales, culturales, financieras y políticas, en corredores urbanos de especialización terciaria, los cuales abarcan un radio de influencia metropolitana.

La enorme concentración de comercio de mayoreo y menudeo en el Centro Histórico, atrae todos los días aproximadamente un millón y medio de población flotante en un área de 9.1 km², de cualquier parte de la Ciudad y de los municipios conurbados (Ibid). Esta situación se vuelve otro factor de atracción hacia la demarcación generando la visita de una gran cantidad de usuarios durante los siete días de la semana, por lo que se registra un mayor número de población flotante que local.

2.5.2. Ya en la Friki Plaza

A media calle sobre el Eje Central Lázaro Cárdenas, en la delegación antes mencionada se encuentra la Friki Plaza de la Ciudad de México, nombre no oficial que la gente y los usuarios le dieron al “Bazar del Entretenimiento y el Videojuego”, un lugar de cuatro pisos que se ha convertido desde hace 12 años en el epicentro del comercio para personas con intereses peculiarmente desmesurados.

La plaza se divide en cuatro plantas: en los primeros dos niveles se encuentra una gran variedad de figuras de colección, accesorios, maquillajes, mangas, dulces y cómics, gran parte de estos productos son importados de Corea, China y Japón (Friki Plaza, 2015). Se puede encontrar además ropa para cosplay, playeras de caricaturas y demás series animadas, videojuegos para consolas y audiovisuales como series, animes, películas de ciencia ficción y fantasía.

El tercer nivel se distingue por ser una arena de batalla donde se juega con cartas. No, no de baraja ni juegos de mesa convencionales, cartas de Yu-Gi-Oh!, anime japonés que consiste en la lucha entre seres míticos que se encuentran plasmados en decks (cartas) los cuales con diferentes poderes, armaduras, gemas y demás vencen a sus oponentes. Además contiene un área de comida, principalmente botanas, pizzas, hamburguesas, sushi, postres y bebidas de Japón principalmente.

En el cuarto piso se encuentra una zona donde se rentan consolas de videojuegos, una área dedicada a eventos como concursos de estos mismos, conciertos y competencias de Cosplay, de acuerdo a Rodrigo Moreno (en Código DF, 2013) relacionista público de la plaza, en el cuarto nivel de éste recinto caben aproximadamente 300 personas para los eventos, además en los niveles anteriores se distribuyen un número de 20 a 30 locales cada uno.

Por último y más reciente se ha integrado desde finales del año 2014 el sótano de la plaza, un espacio pequeño donde se localiza la administración del lugar acompañada de más locales dedicados a la venta de artículos pertenecientes a esta cultura del entretenimiento. La Friki Plaza ha ido evolucionando como los pokemones, pues empezó el corporativo como “Plaza de la Tecnología”.

Moreno dice que para Eje Central la fecha de apertura fue el 9 de noviembre de 2003 (Ibíd), el corporativo fue creciendo hasta expandirse, inició como bazar de la computación y el videojuego donde únicamente se ofrecían a la venta elementos informáticos, computadoras, CD's, películas provenientes de otros países, en general del extranjero y de Asia. Al pedir la gente más cosas provenientes de otros países, comienzan a solicitar anime, así, los vendedores se interesan en estos medios, y comienza a crecer la venta de los bienes originarios de Asia.

Como cita su relacionista público, al inicio la plaza comenzó con dos niveles donde se ofrecían además de productos asiáticos, elementos de arte independiente como playeras, gorras, tasas y demás elementos de diseñadores principalmente. En tres años se abrió un tercer nivel para zona de comida, posteriormente dos años siguientes, en 2008 se abrió un cuarto nivel, un lugar para los gamers, con zonas de maquinitas y videojuegos, además se ocupa como salón de eventos en general hasta actualmente el sótano como zona agregada.

A la fecha existen en total 23 centros de esparcimiento friki o Friki Plazas a lo largo de la República Mexicana (Friki Plaza, 2015) como Aguascalientes, Guadalajara, Puebla o Tijuana puede encontrarse en cualquier otro lugar donde haya alguna plaza de la tecnología cercana, siempre habrá una zona especial para la recreación donde se imparten talleres para aprender japonés, técnicas de dibujo, dominio del cubo rubik, de K-pop (aprender a bailar coreografías de grupos de Pop Coreanos), algunos son gratis y otros tienen costo.

Por el momento la contextualización ha cesado, se dieron en los anteriores párrafos fechas, números y perfiles del tipo de consumo que los jóvenes consideran frikis apropiados a su estilo de vida. Poco a poco se va concretando el trabajo para proseguir con la implementación de las técnicas de investigación que indagarán en las subjetividades que los sujetos le dan a estos bienes que antes han sido descritos.

i **S**antas **B**atitécnicas
Batman!

#3



*“Si quieres saber cómo es alguien,
mira de qué manera trata a sus inferiores, no a sus iguales”.*

- Sirius Black

Harry Potter y las reliquias de la muerte. Parte I



¡Bienvenido al tercer nivel!

Es momento de salir a la aventura, en este logro desbloqueado usted será partícipe de la expedición a campo abierto para conocer seres fantásticos que le harán conocer la cultura prevaleciente del reino vecino, el friki.

PAUSA II

Anteriormente se trataron asuntos de corte contextual, información que retrató historia, cifras y perfiles del consumo cultural por parte de los jóvenes. Al final del capítulo se otorgó una semblanza sobre el campo al cual se visitará en el presente apartado, la Friki Plaza Ciudad de México, este nivel es uno de lo más importantes para tratar la misión, es momento de salir al campo.

¿Cómo estar preparado para salir a lo casi desconocido? Antes de hacerlo es necesario armarse de técnicas que ayudarán a desenvolverse durante la estancia en campo, en este caso el uso de la observación participante y la entrevista en profundidad; el uso del diario de campo y el guión de tópicos como instrumentos o herramientas que ayudarán con la tarea.

El presente capítulo es de corte metodológico, es decir, dará cuenta del paso a paso que se siguió para recoger datos. Es hora de salir a la realidad. Yendo de lo general a lo particular, en primera instancia se otorgará una breve definición del por qué se usó la metodología cualitativa; definición, conceptos, requerimientos e instrumentos necesarios para la observación participante y entrevista, finalizando con el protocolo de aplicación.

CONTINUAR I>

Tome todos los instrumentos que necesite y hágase de buenos aliados que lo ayuden a cumplir con el cometido, busque el anillo del conocimiento a como dé lugar, partícipe y observe todo al interior del reino friki.

¡Buena suerte!

3.1. LA PERTINENCIA DEL MÉTODO CUALITATIVO

El presente trabajo cumple con la función de analizar, describir, exponer e indagar en aquellas subjetividades que los jóvenes le otorgan a los bienes culturales que consumen. Para ello el trabajo siguió un método de corte cualitativo, pero, ¿a qué se refiere con dicho término?. Para discernir y entender el sentido de dicho trabajo es primordial encontrar distinciones entre las metodologías cuantitativas y cualitativas en investigación social, así, al otorgar particularidades, se justificará el por qué de dicho proyecto.

3.1.1. El enfoque cuantitativo y cualitativo. Sus peculiaridades

Existen diferentes caminos para indagar en la realidad social, particularmente, el campo de la comunicación se puede abordar desde dos alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa. De acuerdo a Carlos Monje cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social (2011: 10).

Aunque cada opción metodológica es apoyada en reglas básicas de acción, establecidas y compartidas por la comunidad científica hacia el campo de las ciencias sociales, los métodos no son absolutos o excluyentes como se ha mencionado. A pesar de que difieren en argumento técnicas e instrumentos, las dos metodologías son pertinentes para mantener una visión holística del desarrollo social, enriqueciendo en cantidades y cualidades a los sujetos o fenómenos.

Sus raíces epistemológicas. Iniciando con las particularidades de la investigación cuantitativa. Dicha investigación se origina en el positivismo, enfoque que plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología de las ciencias exactas y naturales, (Bonilla y Rodríguez en Carlos Monje, 1997: 11). De acuerdo al positivismo dentro de las ciencias, el conocimiento debe fundarse en el análisis de los hechos concretos, de los cuales debe realizar una descripción lo más precisa, objetiva y lo más completa posible.

Lo que importa para el positivismo es la cuantificación, la medición. A través de cuantificar y medir una serie de repeticiones, es que se llega a formular las tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a construir las teorías (Ibid: 11), todo a partir del desarrollo de un método de las ciencias exactas, medibles y cuantificables, ciencias duras que se rigen por este sistema para analizar sus fenómenos.

Por su parte, la investigación cualitativa se sostiene de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico para tratar dentro de las ciencias, ¿y, de qué va cada corriente?. Primeramente el pensamiento hermenéutico parte del supuesto en que los actores sociales no son meros objetos de estudio como si fuesen cosas, sino que también significan, hablan y son reflexivos.



La fenomenología, por otro lado, trata de comprender los fenómenos a partir del sentido que adquieren las cosas para los individuos en el marco de su “proyecto del mundo” donde se originan, además, el interaccionismo simbólico postula que la conducta humana solo puede comprenderse y explicarse en relación con los significados que las personas dan a las cosas y a sus acciones (Ibid: 12-13). De este modo, las tres corrientes de donde nace el conocimiento se basan en otorgar sentido y lugar a las personas, mismas que sirven como objeto de estudio.

Aproximación a la realidad y su objeto de estudio. Respecto a lo cuantitativo el procedimiento que se sigue es por el método hipotético-deductivo, quiere decir que se inicia con la formulación de una o más hipótesis derivadas de la teoría a analizar, continúa con la operacionalización de las variables, la recolección, el procesamiento de los datos y la interpretación, (Ibid). Los datos surgen de modo experimental, éstos constituyen la base para la prueba de las hipótesis y los modelos teóricos formulados por el investigador.

“La investigación cualitativa en cambio se interesa por captar la realidad social ‘a través de los ojos’ de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto” (Bonilla y Rodríguez en Carlos Monje, 2011: 13). No se parte de supuestos derivados teóricamente, sino que se busca conceptualizar la realidad con base al comportamiento, los conocimientos, actitudes y valores que guían la conducta de las personas estudiadas.

¿Se estudia un sujeto o un objeto? Siguiendo la misma línea de indagación entre particularidades de las dos metodologías, de acuerdo al análisis de Carlos Monje la investigación empírico-positivista (cuantitativa) establece una separación categórica entre el sujeto que conoce y la realidad observada la cual es aprehendida por el investigador como agente externo a la misma. *“Implica que los actores sociales pueden ser observados como objetos-cosas y de esa observación se obtienen resultados que permiten actuar sobre ellos considerándolos objetos-cosas manipulables”* (2011: 14).



Por su parte la metodología cualitativa plantea que la realidad no es exterior al sujeto que la examina, existiendo una relación estrecha entre el sujeto y el objeto de conocimiento. Además, muestra una mayor tendencia a examinar el sujeto en su interacción con el entorno al cual pertenece y se desarrolla, todo esto en función de las relaciones humanas y la integración de los individuos al todo social, un todo como un elemento complejo.

3.1.2. La pertinencia el método cualitativo

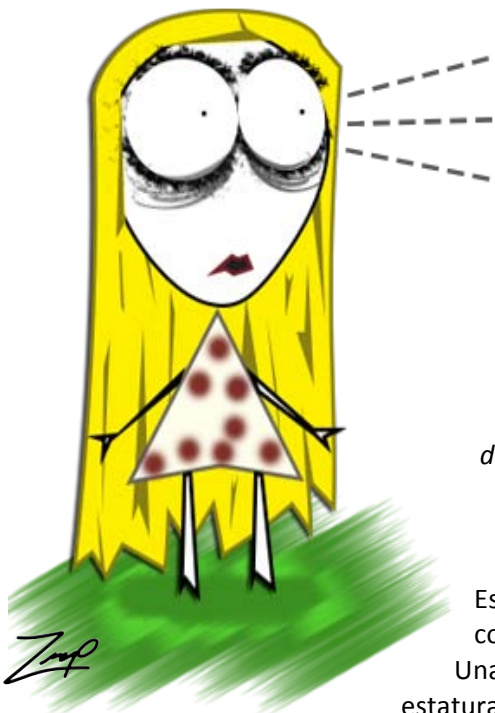
Después de otorgar una visión general sobre las metodologías cuantitativa y cualitativa, en este caso el método seleccionado dependió del objeto de estudio, las personas. Además, de la intención del investigador de producir información que se formara en las corrientes que anteriormente se describieron para indagar en las significaciones y subjetividades del consumo cultural por parte de la comunidad friki.

Ya que los estudios sociales enfatizan más en las metodologías cualitativas para orientarse a la comprensión, interpretación y/o transformación en su beneficio, indagando en el cómo, por qué y de qué manera realizan las personas sus actividades, se forman de ideales y en particular desarrollan cierta cultura, en este caso se eligió dicha metodología llevada a cabo al interior de la Frik Plaza Ciudad de México.

Taylor y Bogdan (1994) consideran que un buen estudio cualitativo combina una comprensión en profundidad del escenario particular estudiado con intelecciones teóricas que trascienden ese tipo particular de escenario. El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que se examina.

Por último, para efectos de precisar la acepción que se da a los conceptos del método e instrumentos conviene señalar que el procedimiento hace referencia al medio del cual se estableció la relación entre el investigador y el consultado para la recolección de datos y el logro de los objetivos de su estudio como fue el caso de la observación y la entrevista como técnicas de acercamiento a la realidad, cuestiones que se definirán a continuación con mayor precisión.

3.2. "LA MIRONA Y LA PREGUNTONA" LA DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS



*"Yo conocí una chavala
que no hacía sino mirar.
No había poder ni alcabala,
que lo pudiera evitar.
¿Qué más le podía importar?,
sólo mirar y mirar.*

Se ponía a mirar el suelo.

Se ponía a mirar el cielo.

*Horas y horas ve que ve
y nadie sabía por qué.*

*Pero después de ganar todas las competiciones
dejó a sus ojos gozar, de unas buenas vacaciones".*

- La Mirona (Burton, 2000: 18-29)

Es preciso hacer un ejercicio reflexivo e imaginar a La Mirona como una niña de ocho años, la niña que el cuento describe. Una niña de ojos redondamente grandes y blancos, de estatura mediana pues se encuentra en crecimiento. Tez blanca y ojeras debajo de sus ojos que sólo entrecierra los párpados muy despacio para no perderse nada de lo que suceda en su entorno y poder lubricar sus esferas que tiene por ojos.

Una niña a la cual le encanta ver todo a su alrededor. Desde el cielo al suelo. A las personas, lo que hacen las personas, lo que hacen las personas con otras personas, lo que hacen las personas con otras personas en espacios públicos, lo que hacen las personas con otras personas en espacios públicos cuando celebran una fiesta, rito o cualquier acción por más sencilla que parezca a La Mirona nada se le escapa de ser visto.

Ahora que la imagen de La Mirona se ha hecho presente, es momento de mantenerla vigente como personaje que guiará este apartado para hablar de las técnicas que ayudaron a recopilar datos al interior de la Friki Plaza Ciudad de México con sede centro. El autor de dicha investigación usó el papel de La Mirona de acuerdo a la técnica observación participante para convertirse en el mirón del campo que todo quiere ver, y, conocer.

Por ello, además de convertirse en un personaje de cuento cuasi terrorífico, más adelante se hablará sobre La Preguntona, prima hermana de La Mirona. Llevándola al terreno de lo metodológico se hablará sobre la entrevista como medio que sirvió para la obtención de datos, todos ellos cualitativos respecto al consumo cultural por parte de los jóvenes asiduos al universo friki.

3.2.1. Sobre la Observación participante

Su definición. ¿Qué rayos es la observación participante?. Para desmenuzar el concepto, uno de los enunciados que sirven como guía para explicar en qué consiste dicha técnica es el de Taylor y Bogdan, estos teóricos dan por entendido que la técnica “(...) es empleada para designar la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en el campo de los últimos y durante la cual, se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo” (1994: 31).

Con lo anterior se entiende a la interacción del investigador con el campo de desarrollo para registrar y describir escenarios, personalidades, ritos y demás elementos socioculturales. Cuando una persona llega a la parada de autobús y debe esperar a que pase su destino surge La Mirona que todos llevan dentro. Mirar a las personas a su alrededor. ¿A dónde irán; cuánto tiempo esperan; de dónde vendrán?, no como figura de acoso, pero este ejemplo sirve para distinguir la observación simple de la observación participativa.

De este modo Carlos Sabino hace una diferenciación, ya que para el autor “*la observación simple resulta útil y viable cuando se trata de conocer hechos o situaciones que de algún modo tienen un cierto carácter público, o que por lo menos no pertenecen estrictamente a la esfera de las conductas privadas de los individuos*” (1992: 118). En la observación participante, “*el investigador debe primeramente integrarse al grupo, comunidad o institución de estudio para, una vez ahí, ir realizando una doble tarea: desempeñar algunos roles dentro del grupo, como uno más de sus miembros, a la par que ir recogiendo los datos que necesita para la investigación*” (Ibid: 119).

Por lo tanto, es preciso que el investigador logre confundirse con las personas sobre las que recae la observación, Sabino describe que llevando a cabo lo anterior, se consigue ser testigo de los hechos desde adentro, y, que el observador no sólo puede percibir las formas más exteriores de la conducta humana sino también experimentar en carne propia las percepciones y sensaciones de los miembros del grupo, penetrando así en la comprensión de las actitudes y valores que intervienen en el fenómeno en estudio.

Se añade así todo una dimensión emocional que es indudable que exista en el transcurso de la observación que, como seres emocionales, una carga de sentimientos redundante en el enriquecimiento de los datos, permitiendo reunir un cuerpo de información variado muy importante para los estudios de corte cualitativo. A continuación se mostrarán el contraste de ideas según Carlos Monje (2011) respecto a la observación simple y la participante:

- **Observación simple, no regulada.** Su objetivo es comprender el comportamiento y las experiencias de las personas como ocurren en su medio natural. Por lo tanto, se intenta observar y registrar información de las personas en sus medios con un mínimo de estructuras y sin interferencia del investigador.
- **Observación participante.** En la observación participante el investigador o el responsable de recolectar los datos se involucra directamente con la actividad objeto de la observación, lo que puede variar desde una integración total al grupo o ser parte de este durante un período. Esta técnica exige periodos de observación considerablemente prolongados, personal y analistas relativamente competentes.

Con los conceptos anteriores se distingue y amplía la definición de la observación participante como técnica cualitativa, pues Sabino como Monje resumen que dicha técnica permite el registro de las acciones perceptibles en el contexto natural y la descripción de una cultura desde el punto de vista de sus participantes. Además, comprende dos tipos de aproximación complementarios: la descripción de los componentes, es decir, lugares, autores y comportamientos con el fin de elaborar tipologías; la otra aproximación conlleva a descubrir el sentido, la dinámica y los procesos de los actos.

“Para tal fin el investigador se integra en la vida de los individuos afectados por el estudio” (Monje 2011: 153) la observación participante toma en consideración los significados que los sujetos implicados llevan a cabo en su día a día sin afectar su desempeño y simbolismos. Al hablar de incursión es importante para este trabajo que la integración al campo fue de manera *artificial*, la que en palabras de Sabino (1992) se denomina así cuando la convivencia se hace con el objeto de desarrollar una investigación, por el contrario, puede llamarse *natural* cuando el observador pertenece al conjunto humano que investiga.

La tarea de observar para el investigador no es una mera percepción pasiva de hechos, es una tarea de percepción impulsada a buscar, seleccionar, organizar, relacionar e interpretar los datos que arroje dicha técnica. Es así que la observación participante fue una de las vías que más se acopló como primer acercamiento a la obtención de datos por parte de la comunidad friki, por ello se hace hincapié en la realización de una observación de corte artificial, ya que el acercamiento fue meramente investigativo y no se formaba parte del grupo en cuestión.

Así como no todo es miel sobre hojuelas, Carlos Monje, uno de los autores que apoyan el uso de la observación para el arribo de datos cualitativos, también presta atención en la subjetividad del investigador como factor que puede sesgar la obtención de datos. Según él, “la científicidad del método se logra mediante: la transparencia del investigador, es decir, llevando sistemáticamente y de la manera más completa e imparcial sus notas de campo” (2011: 154).

A) Conceptos afines

Investigación encubierta. Taylor y Bogdan (1994) asocian este concepto que sirve para complementar la tarea del observador dentro del campo social, ya que cuando el investigador se adentra a un espacio público, por ajeno que parezca, siempre mantendrán latente una serie de convenciones extrañas. Por ello, para los autores es de vital importancia mantener un papel digno en lo que se considera la investigación encubierta para no evidenciarse y poner en riesgos los objetivos en el campo.

“(…) toda investigación es en alguna medida secreta en el sentido de que los investigadores nunca le comunican todo a sus informantes. ¿Qué decir de los investigadores que observan en lugares públicos? ¿Deben informar a la multitud de personas que están siendo observadas? ¿Deberían los investigadores ser obligados a proporcionar a los informantes rendiciones de cuentas punto por punto de las hipótesis y conjeturas emergentes?” 1994: 47). Cuando se trata de investigaciones que requieren confidencialidad para la obtención de datos, es vital el uso de algunas estrategias.

Según Douglas, las mentiras, las evasivas y el engaño, deben usarse como estrategias con sus informantes para “obtener la verdad”, (en Taylor y Bordan, 1994: 47). Pero ante todo para el autor debe entrar la formación ética del investigador, puesto que engañar a los informantes con mentiras no siempre será eficiente para la obtención de la información, así, la ética profesional es ese timón que conducirá la investigación, no a los intereses personales.

En materia ética los investigadores deben balancear sus responsabilidades múltiples para con su profesión, la búsqueda del conocimiento, la sociedad, los informantes y, en última instancia, tenerse en cuenta a sí mismos. Por lo tanto, Taylor y Bogdan parten de que hay situaciones en las que la investigación encubierta es al mismo tiempo necesaria y está éticamente justificada, dependiendo de lo que se estudie y lo que se pretenda hacer con los resultados.

B) Técnicas emparentadas

En este punto es conveniente recordar y si es necesario regresar a la descripción ficticia de La Mirona que el cuento de Tim Burton personificó en la observación participante. ¿Listo?. Ya que la imagen continúa o se hizo una regresión al cuento, es momento de imaginar que ese personaje, así como muchos de los lectores y el escritor de este trabajo comparten cierta carga genética con algunos pares, es decir con hermanos provenientes de la misma madre.

Hablando de metodologías, la observación participante comparte conexiones con otras técnicas que parten del gen cualitativo. Se lleven bien o no, los hermanos no pueden negar de dónde vienen, así como comparten cualidades y rasgos también difieren de otros. Sucede de la misma manera con las técnicas de investigación, algunas se parecen entre sí como si fuesen gemelas, otras, simplemente difieren y se enfocan en otros objetivos. Es momento de hablar a continuación sobre técnicas que le son parentales a la observación participante.

La hermana de en medio, la investigación acción participativa. La técnica parental que sigue de la observación participante, la Investigación Acción Participativa (IAP). Sí, así como el nombre lo define tiene similitud con la técnica principal que guió este trabajo, a continuación se otorgarán ideas que logren diferenciar de acuerdo a Marta Alcocer, (en Galindo, 1998) puesto que algunos investigadores se suelen confundir o tratar del mismo modo a las hermanas, cada una tiene particularidades que las hacen aplicables a contextos específicos.

Para la autora, en la Investigación Acción Participativa ya no se trata de que el investigador diseñe planes de desarrollo para el pueblo, sino de que se acerque y se deje tocar por él. “¿Quién es el pueblo?, ¿Qué quiere y cómo piensa?. ¿Cómo puedo contribuir yo investigador, académico, universitario a que mejore su calidad de vida?” (en Galindo, 1998: 436) el investigador se asume como un humanista al servicio del pueblo, el compromiso ya no es con un modelo de desarrollo sino con la gente.

De este modo Marta Alcocer otorga una primera diferenciación a los aportes otorgados por Carlos Sabino y Carlos Monje en relación con la observación participante, pues en esta técnica el investigador comparte con el pueblo, vive con el pueblo, se convierte en el pueblo. En la observación participante el involucramiento es encubierto para obtener beneficio del trabajo, al contrario de la IAP en la que el investigador es útil para el pueblo y por el contrario, el pueblo no le sea útil a él.

No se investiga a alguien, se investiga con alguien, los sujetos que participan en la investigación son también aquellos a quienes se van a investigar “(...) la característica principal de la metodología acción participativa es que sirve directamente a los participantes del universo que se estudia. El investigador que hace uso de la IAP trabaja para y con las personas involucradas en la problemática objeto de estudio”, (en Galindo, 1998: 438). He aquí otro frente, pues su metodología es colaborativa.

Y la hermana mayor, la etnografía. El método etnográfico, de acuerdo a la teoría de Carlos Monje (2011) surgió desde el ámbito del trabajo antropológico como forma de investigación que estudia casos específicos con el fin de descubrir y generar teoría, no probar alguna determinada. Así como sus hermanas menores, la etnografía busca comprender una comunidad y su contexto cultural sin partir de expectativas.

“Los etnógrafos, como los antropólogos, se sienten altamente estimulados cuando se comprometen en un nuevo estudio de campo guiados únicamente por una "idea general" de las áreas problemáticas que se presentan como interesantes. Uno de los aspectos más satisfactorios del enfoque etnográfico es precisamente el sentirse libre para poder descubrir un problema retador, antes que sentirse obligado a investigar un problema predeterminado que pudiera existir de hecho solamente en la mente del investigador” (Ibid: 110).

El investigador se desplaza hacia los sitios de desarrollo para indagar y registrar los fenómenos culturales mediante la observación y participación directa en la vida social. Aquí, el etnógrafo recoge descripciones de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos, actitudes, creencias y pensamientos, además de elementos históricos como cartas, postales, libros y demás.

Después de describir la metodología que maneja la etnografía puede entenderse que desde la observación y la acción participativa, terminan siendo una labor etnográfica. Todo depende de la activa intervención del observador en la vida del grupo, de la comunidad o de la institución que investiga. Supone abrir las puertas de las fuentes de la información que se propone obtener, ya que en el intento de entrar a un grupo o institución, la aproximación a las personas claves es decisiva para el éxito de la investigación.

C) Requerimientos técnicos y recursos humanos

Para lograr un acercamiento óptimo al campo de desarrollo a analizar, en caso particular la Friki Plaza, fue necesario del auxilio de ciertos requerimientos técnicos que proporcionaran una ayuda al registro de las observaciones. Aunque los medios más utilizados para registrar la observación directa es la grabadora de voz, en este caso sólo se recurrió al uso de la cámara de fotos para captar momentos sobresalientes durante la estancia dentro de la plaza en medida intermedia para mantener la investigación encubierta.

Además, en cuanto a los recursos humanos que se necesitaron para la aplicación de la técnica, además del investigador en cuestión cuya labor será de indagación hacia el campo, todas aquellas personas que formen parte del grupo, comunidad, pueblo o institución será la materia prima para la obtención de los datos por medio de los mismos. En este caso fue necesario y delimitada la observación de los asistentes y locatarios al interior de la plaza en rangos de edad de 15 a 29 años de edad.

D) ¿Qué instrumentos necesita La Mirona?

Durante el ingreso a un escenario se deben registrar notas de campo detalladas, el proceso de obtener acceso a un escenario también facilita la comprensión del modo en que las personas se tratan entre sí y tratan a otros (Taylor y Bogdan, 1994) por ello, es necesaria la utilización de algún instrumento elaborado por el investigador que facilite la recolección de datos o que, a fin de cuentas, registre toda actividad antes, durante y al término de la observación participante.

Resulta indispensable tomar algún tipo de notas o apuntes que sirve como registro para lo que se ha observado. Los medios más utilizados son los cuadernos de campo, diarios, computadoras portátiles, cuadros de trabajo, gráficos y mapas (Sabino, 1992), en este caso se optó por la utilización del diario de campo como instrumento que ayudó a la obtención de datos a lo largo de la aplicación de dicha técnica, instrumento que se describirá mejor en el apartado del protocolo de aplicación.

Existe otro factor a tomar en cuenta para la obtención y registro de datos antes, durante y después de la observación, puesto que en muchas circunstancias es prácticamente imposible tomar notas que originen sospechas y recelo, en esos casos conviene recurrir a notas rápidas, casi taquigráficas, para reducir en lo posible tal dificultad. En situaciones extremas no habrá más remedio que confiar en la memoria con todas las limitaciones que esto inevitablemente supone.

En cualquier caso lo más conveniente fue el uso del diario de campo como instrumento, pues se siguió la recomendación hecha por Carlos Monje en este rubro, ya que de acuerdo al autor “los investigadores en la observación participativa llevan una libreta o diario de campo en el cual anotan el desarrollo cotidiano de la investigación, sus percepciones, sentimientos, expectativas, etc. – es decir, sus impresiones subjetivas – referentes a los acontecimientos que viven en el transcurso de la investigación” (2011: 120).

En sí, dentro del diario se describe los elementos concretos de la situación y refiere textualmente las afirmaciones de los sujetos observados, permitiendo describir relaciones entre los sujetos y el clima cultural que se vive y recrea. Así se llega a la descripción sobre en qué consiste la observación participante, se otorgaron elementos que logran diferenciarla de la acción participativa y la etnografía antropológica para que el papel de La Mirona se ponga en juego y participe además para la obtención de datos al interior de la Friki Plaza Ciudad de México.

3.2.2. Sobre la entrevista en profundidad

En este punto no se recurrió a ningún elemento de la literatura fantástica, ya que se mantiene la idea del personaje que encarna la técnica principal de que tuvo esta investigación, La Mirona de Burton, pero se hablará sobre una más de sus familiares. Llega el momento de conocer a La Pregunta, la prima hermana de La Mirona que todo quiere conocer pero por medio de preguntas a la gente que ve y quiere conocer. Así, a continuación se otorga la relevancia de la entrevista en el trabajo de investigación.

¿Qué con la entrevista? Fue de vital apoyo la idea que Francisco Sierra (en Galindo, 1998) mantiene en este caso sobre la entrevista, el cuál la define como una conversación verbal entre dos o más seres humanos (entrevistador y entrevistado), una conversación que establecen un interrogador y un interrogado para algún propósito. Así, “la entrevista es un intercambio verbal que nos ayuda a reunir los datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico” (1998: 281-282).

Es además, una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. Según Carlos Sabino (1992), el investigador formula preguntas a personas capaces de aportarle datos de interés, son los mismos actores quienes proporcionan datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas. Según el autor, nadie mejor que la misma persona involucrada para hablar acerca de todo aquello que piensa y siente, de lo que ha experimentado ó proyecta.

“Entrevistar significa entrever, ver uno al otro” (Francisco Sierra, en Galindo, 1998: 277) es entonces que La Pregontera será ese personaje quien desee saber todo lo que percibe, ver al otro por medio de las respuestas que el sujeto le confiese. La entrevista, busca lograr una nítida apertura de canales que pueda establecer la efectividad del método de comunicación entre los sujetos, junto a los actores otros actores que forman todo proceso de comunicación son el canal, el código y el mensaje, en un contexto social e históricamente.

A) Sobre la entrevista en profundidad

En este apartado se continuó otorgando prioridad a lo expresado por Francisco Sierra en lo que refiere a la entrevista en profundidad, ya que algunos autores hacen extensa la tipología de entrevistas, en este caso el autor cita que cuando se habla de entrevista abierta o cualitativa se distinguen básicamente dos tipos como técnicas de investigación. La primera, la entrevista en profundidad y la segunda, entrevista enfocada.

“Por entrevista en profundidad entendemos un tipo de entrevista de carácter holístico en la que el objeto de investigación está constituido por la vida, experiencia, valores y estructura simbólica del entrevistado aquí y ahora” (en Galindo, 1998: 306). Las entrevistas cualitativas siguen el modelo de una conversación entre iguales, donde el propio investigador es el instrumento y no lo que está escrito en el papel. Éste avanza lentamente al principio, intenta establecer un rapport inicial (que se definirá más adelante), planteando preguntas no directivas.

Dentro de la entrevista en profundidad se distinguen tres tipos de entrevistas, la primera es la historia de vida, en que el investigador trata de obtener experiencias destacadas de la vida del entrevistado y las definiciones que esa persona aplica a tales acontecimientos, por medio de solicitudes expresas de su parte. Los otros dos tipos de entrevistas fueron los que se utilizaron para la obtención de datos al interior de la Frik Plaza, descartando la historia de vida como modelo, pero tomándolo en cuenta para justificar la relevancia de los otros dos tipos.

El segundo tipo pretende lograr un aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente, donde se usan los interlocutores como informantes, describiendo lo que sucede. El tercer tipo pretende proporcionar un cuadro amplio de escenarios, situaciones o personas. "Las entrevistas en profundidad son especialmente indicadas en situaciones en que los intereses de la investigación están relativamente claros y bien definidos, los objetos de investigación no son accesibles de otro modo, existen limitaciones de tiempo, la investigación depende de varios escenarios o personas y al investigador le interesa la experiencia humana de los acontecimientos" (Ibid: 307).

B) Conceptos afines

Conversación. La entrevista sirve como medio para exteriorizar sentimientos y emociones, no consiste tan solo en un mero intercambio informativo. El arte de preguntar y escuchar afecta a las faltas psicológicas de las personas, por ello, aunque la entrevista se construye por medio de la conversación, es importante resaltar peculiaridades que hacen de la entrevista un artefacto que debele información transmitida por medio de subjetividades.

Tal y como señala Mead (en Galindo, 1998: 294), cuando los individuos no sólo se hablan sino que se contestan, cuando se hablan y se contestan así mismos tenemos una conducta en la que los individuos asumen alternativamente los roles de emisor y de receptor. Es por esto que sentimientos y afectividades constituyen el terreno común para el análisis de las condiciones de comunicabilidad en el proceso de la entrevista.

Entonces, el punto de partida para el estudio de los aspectos psicológicos en la entrevista se centrará en el proceso de intercambio informativo que implica toda conversación. Entonces se puede otorgar una distinción en cuanto a la entrevista de la conversación, puesto que el desvelo de sentimientos hará parecer que una simple charla se convierta en algo banal, pasajero y ambiguo. Harvey Sacks (en Galindo, 1998: 205-206) ha analizado, además, la conversación como fenómeno llegando a las siguientes conclusiones:

- La conversación, en principio, es una necesidad compulsiva del sujeto social.
- Su norma es que se practica en diversas condiciones y de múltiples maneras, compartiendo, no obstante, en todas las situaciones posibles, la ausencia de un objeto ó finalidad práctica.
- Nada más que el placer de hablar por hablar.
- En este sentido, la conversación se reduce a la trivialidad. Por eso, estos intercambios verbales son justamente los intersticios en donde se conforman la identidad y la percepción social, ya que como señala el mismo autor:
 - a) Es un factor decisivo que determina la percepción propia del mundo y de sus sentidos.
 - b) Como modelo especial de situación del habla, es el vehículo principal de transmisión y recepción de ideas, valores e informaciones.

El acto del habla es reflejo del inconsciente. De acuerdo a Francisco Sierra, la conversación se convierte en el ritual para la práctica psicoanalítica en el que deseos, impulsos y recuerdos son reflejados en la entrevista por medio del yo, "(...) a través del sistema de pregunta y respuesta, el cliente reconstruye su psiquismo navegando por encima del inconsciente. La conversación es un intercambio satisfactorio de ideas orientada por la lógica de obtención del placer. En este sentido "el deseo humano se fragmenta en el lenguaje, pues tiene que expresarse en palabras discretas" (Ibid).

Sobre el rapport en la entrevista. Además de tomar en cuenta la diferencia entre una entrevista y una conversación, para que ésta pueda proporcionarse es importante resaltar la idea que Taylor y Bogdan (1994) otorgan a la empatía con las personas y que estas no se sientan amenazadas y/o intimidadas a la hora del acercamiento, una de las maneras más sencillas es el establecimiento del rapport. A todo esto, ¿qué significa?. De acuerdo a los autores éste tiene muchos significados:

- Significa comunicar simpatía que se siente por los informantes y lograr que ellos la acepten como algo sincero (no actuado).
- Es penetrar a través de las "defensas contra el extraño" de la gente.
- Es lograr que las personas se "abran" y manifiesten sus sentimientos respecto al escenario y de otras personas.
- Ser visto como una persona inobjetable.
- Además es irrumpir a través de las "fachadas" que las personas imponen en la vida cotidiana.

Y el último significado que los autores le otorgan es que para el escritor de este trabajo fue muy sobresaliente es el siguiente:

- El rapport, es compartir el mundo simbólico de los informantes, su lenguaje y sus perspectivas.

Este concepto que tiene que ver con la empatía, simpatía y vínculo que el investigador, el mirón, y el preguntón tendrá que establecer si es que desea adentrarse en el carisma de las personas que servirán como informantes.

Algunas estrategias que ayudaron a lograr una entrevista exitosa con ayuda del rapport fueron:

- No expresar juicios a los informantes (ni siquiera mentalmente)
- Permitir que la gente hable aunque no esté en el tema que interesa, prestar sincera atención en la comunicación y ser sensibles, sin salirse del rol.
- Estimular el recuerdo y hacer controles manteniéndose alerta ante las posibles distorsiones por parte de los informantes.

C) Técnicas emparentadas

Es preciso recordar que Francisco Sierra distingue dos tipos de entrevistas cualitativas como técnicas de investigación, la primera la entrevista en profundidad, y la segunda, la entrevista enfocada. Haciendo una breve recapitulación, en la entrevista a profundidad el objeto de investigación está constituido por la estructura simbólica del sujeto, hablando sobre su vida, sus escenarios y demás elementos que le son sobresalientes al sujeto, por otro lado existe la entrevista focalizada que difiere en los siguientes aspectos de la entrevista en profundidad.

Entrevista focalizada. Es importante recalcar que toda entrevista mantiene un objetivo preestablecido por los participantes, puesto que para otorgar respuestas, el entrevistado debe aceptar la confianza de su entrevistador y por su lado, el mismo debe corresponder para que la relación entre interlocutores sea correspondida a la hora del interrogatorio. Lo que surge en este caso es otro tipo de entrevista más estructurada en el que las preguntas son cerradas, las respuestas en suelto suelen ser del mismo corte y la confianza entre los sujetos es delimitada o escasa.

Para Francisco Sierra en la entrevista enfocada existe predeterminado un tema o foco de interés, hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual se ha seleccionado a la persona. Mientras que la entrevista a profundidad pretende hacer un holograma dinámico de la configuración vivencial y cognitiva de un individuo, la entrevista enfocada es independiente de su participación como actor social en una experiencia significativa o de su posible relación con un tema particular determinado, además de que los encuentros son efímeros y el tiempo de conversación es mínimo.

D) Requerimientos técnicos y recursos humanos

Para que una entrevista se lleve a cabo, ha sido muy evidente a lo largo de los apartados independientemente de la profundidad, sin interlocutores no es posible dicha actividad de indagación. Para ello, son necesarios dentro de los recursos humanos tomar en cuenta al entrevistador, la persona que asumirá el rol del preguntón en la investigación que tiene espina de curioso en aspectos públicos y privados de las personas a las cuáles conocerá, por otro lado, el grupo, pueblo o audiencia a la cuál realizará dichas preguntas también forman parte del recurso humanos.

De este modo para las entrevistas cualitativas a diferencia de las encuestas que se basan en cantidades numéricas para la proporción de encuestados, de acuerdo a Francisco Sierra "es difícil determinar a cuántas personas ha de entrevistarse en un estudio cualitativo, el punto de "saturación teórica" depende de la riqueza de cada caso (y no de su número), de la efectividad de las técnicas empleadas para obtener informantes, la disposición de éstos a la investigación, etc." (en Galindo, 1998: 300).

Fue importante que la apariencia exterior del entrevistador resultara adecuada, evitando reacciones de desconfianza por parte de sus entrevistados. La entrevista debió realizarse a las horas más apropiadas para las personas que responden, para ello, el uso de la grabadora como requerimiento técnico fue necesaria para respaldar los datos obtenidos. El registro en digital de la entrevista, garantizó así, la concentración del entrevistador al no tener que tomar constantemente notas, pudiendo retener lo dicho en la interacción conversacional.

E) ¿Qué instrumentos necesita La Preguntona?

Las entrevistas dirigidas son semiestructuradas y en ellas se usa una lista de áreas hacia las que hay que enfocar las preguntas. Es decir que se utiliza una guía de temas, no un cuestionario como tal ya que el entrevistador permite que los participantes se expresen con libertad al respecto de todos los tópicos y registra sus respuestas mediante el uso de la grabadora (Sabino, 1992). En lugar de hacer preguntas tomadas directamente de un cuestionario, en este caso se procedió a una conversación partiendo de un guión de tópicos o un conjunto de preguntas generales que se describirán en la aplicación del siguiente apartado.

Es así que se determinó en los apartados anteriores la eficacia del método cualitativo en la investigación siendo de corte social antropológico; la pertinencia, definición, instrumentos y demás elementos alusivos a las técnicas que se implementaron, la observación participante de acuerdo a la teoría de Taylor y Bogdan y la entrevista en profundidad de acuerdo a Francisco Sierra. A continuación se procederá a otorgar el informe relativo al protocolo de investigación, paso a paso la aplicación de las técnicas al interior del campo, la Friki Plaza Ciudad de México.

3.3. "JURO SOLEMNEMENTE QUE MIS INTENCIONES SÍ SON BUENAS". APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS

Caballero o caballero; soldado o soldada; héroes y heroínas. Ha llegado usted al nivel en el que se enfrenta al mundo real gobernado por dragones, elfos, duendes, gigantes, cíclopes y demás personajes peculiares que suelen ser aliados o enemigos. La aventura aguarda caballero/o, es momento de partir hacia el lo desconocido para encontrar el anillo joven Bolsón... no, perdón, partir hacia la aventura para la obtención del dato.

Tal y como la historia de un videojuego o novela ficticia medieval, los personajes que suelen ser los héroes parten hacia lo desconocido para enfrentarse a un mundo lleno de seres míticos, seres de los cuales se aprenden mil y un cosas para obtener su cometido. Dejando de lado el argumento literario, es así como el investigador de este escrito partió a la aventura en un campo apenas conocido, la Friki Plaza.

Se puso en juego la tarea de familiarizarse con sus residentes y asistentes, participar en sus actividades cotidianas, probar su comida y en particular, empaparse de la cultura que se vive al interior para reconocer las siguientes categorías de análisis:

- *Producciones culturales*: literatura, medios audiovisuales, música.
- *Lenguaje*: códigos y convenciones.
- *Estética*: accesorios, colores, vestimenta, cabello, fisionomía.
- *Alimentos*: comidas y bebidas.
- *Actividades representativas*: prácticas, fechas conmemorativas, campos de desarrollo.
- *Tiempo*: de consumo y estancia.

Dichas categorías parten del marco teórico que se describió en el primer capítulo de este trabajo, pues la teoría del Estilo y Bricolaje de Carles Feixa (1999) fue una de las teorías que apoyaron la investigación. A partir de aquí, se puso énfasis en reconocer e indagar las categorías con respecto a la observación participante y la entrevista en profundidad con los jóvenes asistentes a la Friki Plaza Ciudad de México.



3.3.1. El objetivo ¿por qué salir a la aventura?

Además de partir hacia la Friki Plaza para encontrar el anillo teórico del estilo y bricolaje, existieron también objetivos específicos para el acoplo del dato por medio de las técnicas ya mencionadas. De este modo, el trabajo de campo incluyó tres actividades principales: la primera se relaciona con estrategias y tácticas de campo para el acercamiento óptimo, asistir a horas adecuadas con los medios apropiados y el tiempo que fuera necesario, cubriendo un total de ocho observaciones y cinco entrevistas.

Observaciones realizadas:

N. P.	Fecha	Actividad
1ª	Viernes 14 de agosto	Mapeo del lugar
2ª	Sábado 15 de agosto	Espectáculo y comida
3ª	Martes 18 de agosto	Clase de japonés
4ª	Viernes 21 de agosto	Estética y otakus
5ª	Sábado 22 de agosto	Plática con locatarios
6ª	Domingo 22 de agosto	Consumo de bienes
7ª	Miércoles 26 de agosto	Clase de dibujo
8ª	Sábado 29 de agosto	Participación en videojuegos

Cabe mencionar que las observaciones realizadas dependieron de las actividades que al interior de la Friki Plaza se llevaron a cabo en dichas fechas, no se requirió de fechas específicas para la asistencia pero sí se pretendió cubrir un periodo de dos semanas para realizar el mayor número de observaciones y participaciones, llegando a tal número en las fechas antes citadas. Por otro lado, las entrevistas fueron delimitadas a cinco, pues de acuerdo al muestreo que más adelante se especificará se llegó a cubrir información con tal cifra, en el que sólo en un caso se requirió una segunda cita por demanda del mismo entrevistado.

Entrevistas realizadas:

N.P.	Fecha	Entrevistado
1º	Miércoles 26 de agosto	1gna5io Martínez
2º	Sábado 29 de agosto	Bicho
3º	Sábado 29 de agosto	Gerardo Espinoza
4º	Sábado 29 de agosto	Cosme Fulanito
	Sábado 5 de septiembre	
5º	Martes 8 de septiembre	Saraí Beltrán

El segundo aspecto tiene que ver con la interacción social no ofensiva, es decir, identificar posibles informantes y/o acercarse directamente a ellos de manera en que éstos no se intimidarán por el forastero. El aspecto final y primordial involucró tanto la obtención de datos como el registro de los mismos en forma de notas de campo escritas y documentación que la observación arrojó, además, del registro óptimo de las entrevistas en profundidad después de las citas con los entrevistados.

3.3.2. Manual de supervivencia en la cruzada. Aplicación de las técnicas

Héroes, en este punto se citará la metodología realizada, primeramente con la aplicación de la observación participante al interior de la Friki Plaza. En lo que respecta a dicha técnica se empleó la metodología propuesta por Taylor y Bogdan, que, a continuación se mencionará paso a paso dentro del contexto friki.

1º La entrada al campo. Los héroes cuya misión es recoger datos se comportan de modo tal que llegan a ser parte intrusiva del acontecimiento. El rol del observador en esta primera etapa fue únicamente de espectador, un sujeto en posición pasiva que sólo se dedicaba a mirar y mantener el oído muy agudo durante los primeros dos días para empaparse del lenguaje, comportamientos y horarios principales de afluencia, así, tener un desenvolvimiento óptimo en días posteriores.

Las primeras observaciones, fueron y suelen ser inquietantes, ya que al ser ajeno al campo de desarrollo el tiempo de estancia se sale de las manos en cuestiones de progreso para la investigación, puesto que no se sabe de ante mano cuánto tiempo es adecuado sin participar en actividades, a partir de la primera observación una hora fue el tiempo mínimo designado para la estancia en la Friki Plaza.

2º Establezca rapport. Establecer simpatía con los informantes fue una de las metas alcanzadas cuando ya se conocían algunos elementos categóricos como el lenguaje y el tipo de accesorios dignos para asistir, así, fue más fácil el manejo de la investigación encubierta con los asistentes como uno más de ellos. Anteriormente ya se otorgó una definición para el rapport como el vínculo con los participantes, pues entre más se observaba y escuchaba, mejor era el acercamiento.

El rapport apareció lentamente, puesto que no hay reglas rígidas sobre el modo de lograrlo a la primera, ya que cada persona a pesar de ser observada de manera discreta, manejan un espacio íntimo distinto de aproximación para con los demás. Pero, se trató de manejar ciertas actitudes y aptitudes de desenvolvimiento que hicieron efectivo el acoplo de datos teóricos como el mantener un carácter de humildad, ingenuidad, sorpresa e interés hacia las personas, los bienes comerciales, las actitudes y lenguaje.

3º Participe y sea partícipe en las actividades. El trabajo activo en los espacios que ofrece la plaza fue esencial para la aceptación y disimulo en las actividades que se realizaron y así ser visto como cualquier asistente más. Fue de vital importancia participar por todos los medios posibles y en la mayor cantidad de actividades representativas como tomar una clase del idioma japonés, una de dibujo artístico y jugar en las salas de videojuegos para la obtención del dato correspondiente a cada categoría.

Eso sí, héroe que está leyendo este manual, el proceso de socialización por medio del rapport facilitó el desenvolvimiento en las actividades particulares, principalmente al interior del último piso donde se llevan a cabo cursos, talleres, torneos de videojuegos y espectáculos. El participar en las actividades y no perder el hilo de la misión (el ir en busca del dato para el análisis de las categorías teóricas) siempre fue y es de vital importancia para no obstaculizar la investigación y evitar dedicarse al 100% a las actividades.

4º Hágase de informantes clave. Héroes, por lo general se les denomina de esta manera a las personas que lo acompañarán en su desenvolvimiento a lo largo del campo, así, los informantes clave al acercarse a la Friki Plaza fueron aquellas personas con las cuáles el entendimiento fue por simpatía en algún momento de estancia como sucedió con Sarí Beltrán, compañera de clase de japonés o Cosme Fulanito, quien al ser guiado por el rumor aceptó participar en todo momento sin pedir nada cambio.

Por ello fue importante el uso de las siguientes tácticas para hacerse de informantes clave, personajes que sirvieron como apoyo para la investigación:

- *Tácticas de campo:* Mantener el rapport con los asistentes fue una actividad en desarrollo a lo largo de la estancia, a medida que se dejaron los primeros días, el rapport se convirtió en un elemento natural que solía ser correspondido. Además, fue de vital importancia nunca revelar al 100% los objetivos, algunas ocasiones se detallaba en mentiras, como decir que se realizaba algún reportaje o tarea para el registro de datos.
- *Realice todo tipo de preguntas:* Inicialmente la ingenuidad solía ser el medio para entablar conversación con algún desconocido, como los locatarios del lugar, la duda y la necesidad suelen ser factores de apego que a veces son correspondidos y en otros casos afectaban el entendimiento con las personas.
- *Aprenda su lenguaje:* El vocabulario empleado en un escenario proporcionaba indicios importantes sobre el modo en que las personas aceptan o rechazan a alguien. Héroes, es necesario la escucha activa en todo momento sin ningún tipo de juicio, pues el manejo de las convenciones ayudaba a mantener el rapport y además de aportar datos a las categorías, así hablar con lenguaje vulgar o técnico ayudó a la aceptación.

3.3.3. Enfundad espadas, varitas mágicas y escobas voladoras. Descripción de los instrumentos

5º Lleve consigo su diario de campo. “*Juro solemnemente que mis intenciones Sí son buenas*”. Las palabras mágicas que accederán a su diario de campo en el que registrará todas aquellas observaciones de su estancia. Como en enunciados anteriores, Carlos Sabino (1992) propone el uso de un diario de campo como instrumento que permite el registro necesario de todas las notas cuantas sean posibles.

6º ¿Qué escribir en el diario?. De acuerdo a Taylor y Bogdan (1994) siempre deben permitir la recuperación fácil de los datos y codificar los temas. Se comenzó cada conjunto de notas con un título, el diagrama del escenario al principio, además del uso de pseudónimos para identificar a las personas y así evitar la etiqueta fueron los estilos de redacción en el diario de campo que usted puede admirar con detenimiento en el CD anexo de este trabajo.

7º Anote todo lo que sienta y observe dentro del campo. Las notas incluyen además un registro de los sentimientos e intuiciones de las categorías teóricas por parte del investigador. Estos comentarios subjetivos se separan de los datos descriptivos por medio de las iniciales “C.O.” (Comentarios del Observador), pues la separación de los sentimientos otorgan en primera instancia una posible comprensión de la perspectiva desde fuera para personas ajenas a la plaza.

Para ello, el uso del diario de campo fue dividido en dos partes. El primero utilizado para el registro de las notas que surgían inmediatamente durante las observaciones y un segundo apartado, al término de la observación, se llevó a cabo el registro de las descripciones del día y los comentarios del observador mismo que puede ser observado en el apartado de anexos impresos del trabajo. Aclarando lo anterior es importante describir el tipo de notas que existen en el registro del diario:

- *Notas:* En este apartado se tomaron registros sencillos de lo que se observaba al momento, pues con libreta en mano, se tomaba nota de elementos que respondían a las categorías de análisis. Alimentos, bienes culturales, servicios, actividades, expresiones que resaltaban del vocabulario de los demás entre otras cosas.
- *Descripción:* Al término de la jornada se proseguía al registro de la descripción a partir de las notas obtenidas durante la observación. Es aquí que se detallaba en el comportamiento dentro de los escenarios que la Friki Plaza tiene.
- *C.O:* Aquí entra el registro de las propias observaciones y acciones, describiendo la conducta dentro del campo.

8º Acérquese a los residentes/asistentes. ¿Cómo podrá saber quién tiene noción de dónde encontrar lo que se está buscando? Después de registrar observaciones, participar en las actividades y saber en carne propia lo que sienten los asistentes, es momento de la charla con éstos y conocer de viva voz la subjetividad que tienen al consumir bienes que los son significativos y en palabras propias que describan las emociones que mantienen hacia su segmento, el friki.

¿Quiénes son aptos para revelar datos que puedan completar la misión? Para ello, se recurrió a la propuesta del muestreo no probabilístico de Carlos Monje (2011) y así reconocer el tipo de informantes, es decir, personas lúcidas, reflexivas y dispuestas a hablar ampliamente con el investigador. Existen diversos diseños de muestreo no probabilístico utilizados en los estudios naturalistas, entre ellos:

- ***Muestreo de avalancha o bola de nieve:*** Consistió en pedir a los informantes que recomienden a posibles participantes sobre la investigación.

Este tipo de muestreo fue el que se utilizó para llegar a Bicho, Cosme Fulanito y Gerardo Espinosa cada uno especializado en algún ramo de la cultura friki, pues por parte de 1gna5io se hizo hincapié en que podría recomendar a posibles informantes que cumplieren con las características sobre la significación de bienes como anime, comics, videojuegos, coleccionismo o el juego de cartas, siendo el rumor un elemento consecutivo para llegar a ellos.

- ***El muestreo por conveniencia:*** Se denomina también muestra de voluntarios, y se utiliza si el investigador necesita que los posibles participantes estén dispuestos a colaborar por cuenta propia.

1gna5io, principal elemento que sirvió no solo como informante por posibles entrevistados, además fue el personaje quien por cuenta propia deseó colaborar con el proyecto al estar inserto en el mundo considerado friki, llegando a él por la simpatía y amistad que se tenía con el investigador anteriormente.

- **Muestreo teórico:** “Más que representatividad estadística, lo que se busca en este tipo de estudios es una representatividad cultural, es decir, se espera comprender los patrones culturales en torno a los cuales se estructuran los comportamientos y se atribuye sentido a la situación bajo estudio” (Monje, 2011: 134). En este sentido se usó para buscar informantes, mediante la observación, cumplieran con las categorías .

En este sentido fueron dos los casos que se utilizó la observación para llegar a este tipo de muestreo, pues al observar características representativas como el lenguaje, estética o bienes que lucían al interior de la Plaza fue como se llegó a Saraí Beltrán quien al ser percibida con lenguaje técnico propio de la cultura japonesa como animes y mangas se solicitó la cooperación directa después de haber congeniado también en la clase de japonés. Y un caso fallido ya que una segunda persona quien por su estética en el cabello se solicitó una entrevista posteriormente fue rechazada debido al interés de la misma.

9º Entreviste a sus informantes, saque provecho a la misión. Posterior al diario de campo y selección de posibles informantes de acuerdo al cumplimiento de los muestreos, antes de llevar a cabo las entrevistas se tomó en cuenta la adopción de una serie de disposiciones que configuraron un ambiente agradable para la realización, puesto que la metodología expuesta por Francisco Sierra (en Galindo, 1998) fue de vital apoyo para el desarrollo de las mismas:

¿A cuántos informantes hay que entrevistar?. A priori, no se fijaron ningún número de entrevistas necesarias para el desarrollo de la investigación, ya que la metodología cualitativa se caracteriza más por ser un proceso de encuentro que de búsqueda. Al final, el número fue arrojado según el principio de cobertura máxima de la información, un número de cinco entrevistas suficientes para cubrir dicho alcance.

- **Aproximación a los informantes:** Ya que se localizó a los informantes, para los cinco colaboradores la aproximación obedeció principalmente al tiempo, el número de sesiones dependió del tiempo disponible para los mismos sin afectar sus actividades cotidianas en todos aspectos, la inversión dentro de la plaza y sus actividades cotidianas como escuela y/o trabajo. Además, se intentó que la entrevista fuera en una sola sesión anteponiendo la disponibilidad de los mismos si se requería una segunda sesión para la cobertura de los datos.

Hubo también un compromiso con el entrevistado en los siguientes puntos: los motivos e intenciones de la investigación, el anonimato asignando un pseudónimo elegido por ellos mismos si así lo requerían para la elaboración del escrito, la logística y devolución de la información. Con lo anterior, sólo en un caso fue necesaria la intervención de una segunda cita con Cosme Fulanito, ya que el interés del informante fue quien solicitó una segunda sesión para continuar hablando sobre su experiencia, respetando la decisión del mismo para continuar la entrevista.

- **Logística:** Fue importante tomar en cuenta diversos factores que posibilitaran el encuentro con los informantes. La observación se llevó a cabo en un periodo comprendido entre el 14 y 30 de agosto del 2015, las entrevistas tenían que cubrir este tiempo y debían respetar lo acordado con los informantes. Para mantener la organización de dichos elementos se elaboró una logística que organizaba la realización de entrevistas:

- Lugar. Definir el sitio de la entrevista sirvió como aprovechamiento del tiempo para informantes y entrevistados, pues en zonas estables como el sótano de la Friki Plaza fue el lugar de encuentro para tres de los informantes. Así mismo, en dos de las cinco entrevistas se estableció la Alameda Central para las mismas.
- La grabadora. El registro digital de la entrevista, garantizó la concentración del entrevistador, pudiendo así retener lo dicho en la interacción conversacional además de que sirvió para consulta posterior para la transcripción.
- Guía de la entrevista. Previo al encuentro con el interlocutor, se elaboró una guía de tópicos como herramienta de trabajo reflexivo, misma que es expuesta en el apartado de anexos impresos de este trabajo para la ordenación de los posibles temas que pudiesen aparecer en la conversación y que sirvió como indicador para hacer hablar al entrevistado con respecto a las siguientes categorías:

Producciones culturales

- ¿Qué literatura, medios audiovisuales y/o música consume o le interesa?

Lenguaje

- ¿Cómo se expresa?

- ¿Qué códigos y convenciones conoce?

Estética

- ¿Qué accesorios porta?

- ¿Cómo elige su vestimenta?

Alimentos

- ¿Qué alimentos y comidas consume?

- ¿Cuál de ellos es su favorito?

Actividades representativas.

- ¿Qué actividades realiza al interior de la plaza?

- ¿Cuáles al exterior?

- ¿Dónde, cuándo y cómo realiza esas actividades?

Tiempo

- ¿Cuál es el tiempo de estancia para la Friki Plaza?

- ¿Cuál es el tiempo de consumo posterior?

- Duración. El informante no dispone de todo el tiempo del mundo aún así en ocasiones que el tiempo libre haya sido considerado para la entrevista, por ello se llegó a considerar 30 minutos a una hora para la concesión de las entrevistas.

- *Comienzo de la entrevista.* El inicio de la entrevista fue realizada siguiendo la lógica del embudo (Monje, 2011) partiendo de lo general a lo particular, es decir de preguntas que tenían que ver con respuestas muy ambiguas hasta llegar a preguntas en las que la conversación se delimitaba al punto en el que el papel del investigador se reducía a escuchar y se otorgaba prioridad a que el informante hablara y se expresara en sus anécdotas, puntos de vista y subjetividades.

Generalmente se iniciaba las entrevistas preguntando sobre la edad, ocupación, gustos e intereses de los informantes o sobre las últimas actividades realizadas antes de la entrevista, de ahí, en estos últimos, mediar el diálogo poniendo máxima atención en las respuestas y guiando al entrevistador a que hablase sobre los tópicos previos tomados en cuenta por las categorías de Carles Feixa.

- *El desarrollo.* El desenvolvimiento de toda entrevista dependió básicamente de dos competencias prácticas para que la profundidad en la conversación tuviese un nivel óptimo y el informante se sintiese cómodo y principalmente reflexivo con el entrevistador. El desarrollo dependió de dos competencias:

- A) El arte de preguntar: Se refiere a que el entrevistador efectúe preguntas extensas, nunca ó en pocas ocasiones preguntas demasiado específicas. En este elemento formó parte importante además la observación sobre el comportamiento, los indicadores de ansiedad, el entusiasmo e involucramiento, indagando en detalles sobre las experiencias de la personas y los significados que éstas les atribuían a sus bienes más cercanos.
- B) El arte de escuchar. Por otro lado, fue de vital importancia reconocer el tipo de discurso del entrevistado interpretando a partir de las vivencias y las actitudes que esté rememoraba para que los detalles salieran a flote. Además, los códigos de lenguaje que cada entrevistado manejaba eran vitales para que el investigador se empapase de las respuestas y mantener el mismo canal, sean groserías, tecnicismos, etc.

- *Cierre de la entrevista.* Después de que los informantes se expresaran cubriendo el máximo de información, se otorgó el cierre de la misma concluyendo con la reiteración de los motivos e intenciones de la investigación, el anonimato, la logística y la devolución de la información si así lo requerían, además el ofrecimiento de presentes como dulces, comida, invitación a torneos de juego y de convivencia próxima como gratitud por el involucramiento.



10º Cuando es momento de regresar a casa soldado. La retirada del campo. Ha logrado su cometido, tiene un diamante en bruto que debe ir a pulirse para sacar todo su esplendor, ahora es momento de que ese dato en bruto se pule y obtenga toda su magia. Así, el modo de abandonar el campo fue ir reduciendo gradualmente la frecuencia de las visitas y haciendo saber a la gente que la investigación en campo estaba llegando a su fin.

De este modo es como se aplicó las técnicas seleccionadas para obtención de datos, la entrevistas en profundidad y la observación participante para perfilar el trabajo con carácter cualitativo que busque indagar y describir subjetividades de los jóvenes consumidores de bienes frikis, para ello en el último y siguiente capítulo se mostrará el tratamiento analítico de los datos obtenidos en este momento.



**SI EXPLICAR LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DEL CONSUMO
DE BIENES TÚ QUIERES,
INTERPRETAR LOS DATOS TÚ DEBES**

Zanf

“Todos hacemos elecciones, pero al final nuestras elecciones nos hacen a nosotros”

**- Big Daddy
BioShock**

¡Felicidades! Está usted por concluir la misión y saber cuál es el brillo que devela ese dato que ha recogido con anterioridad en el pasado nivel. Es momento de darle tratamiento al testimonio obtenido durante las entrevistas y la observación directa después de haber concluido la salida a campo abierto durante la estancia del reino friki.

PAUSA II

A continuación se hará un contraste entre la teoría puntualizada en el primer capítulo interceptada con los datos obtenidos en el campo y, mediante el uso de la triangulación que se describirá en el actual apartado, se muestran las interpretaciones a base del consumo cultural de las actividades, respuestas y observaciones realizadas al interior de la Friki Plaza.

Por último se llega a la conclusión de la misión, el nivel más sobresaliente del trabajo se encuentra en este apartado, después de otorgar interpretaciones a las categorías teóricas como el habitus juvenil, las actividades representativas, el lenguaje, estética yendo de lo general a lo particular con el concepto de identidad en los jóvenes de 15 a 29 años para obtener describir la última y expresar conclusiones que sinteticen y den término al trabajo.

CONTINUAR I>

La tarea está por terminar.

Solo falta poco.

Logro desbloqueado.

Nivel casi concluido en 3, 2, 1...



4.1. PULIR EL ANILLO DEL DATO PARA OBTENER EL BRILLO DEL CONOCIMIENTO

La labor de campo concluyó. La experiencia de salir a lo casi desconocido queda en el recuerdo y en el registro de las técnicas, en especial en los instrumentos que hicieron la obtención de los datos por parte de la observación participativa al interior de la Friki Plaza Ciudad de México y además, de las entrevistas con cinco informantes en la recolección de significaciones.

¿Qué sucede después de que se tiene el dato en bruto? Es momento de llegar al fondo de la investigación y así como cada apartado de éste capítulo y en general del trabajo escrito, es medular. El procesamiento, análisis e interpretación de los datos es circunstancial para cumplir con el objetivo primordial, analizar y describir el consumo de los bienes culturales como formadores de la identidad juvenil al interior de la Friki Plaza Ciudad de México.

Cuando se habla de análisis, se alude a la utilización de una serie de procedimientos para darle sentido a los datos como parte de una tarea analítica que debe conservar la condición textual, hablando en términos del registro del diario de campo y lo dicho durante las entrevistas siguiendo el carácter cualitativo, en este caso se recurrió a la metodología que Carlos Monje (2011) propone para el tratamiento del dato, así, el análisis de los resultados obtenidos se efectuó en las etapas que se describen a continuación.

4.1.1. Procesando el dato

A diferencia de los estudios cuantitativos, en la investigación cualitativa se recauda un volumen grande de información textual, producto de las entrevistas con los informantes asistentes a la plaza contenido en el material auditivo de las grabaciones, las notas y descripciones del diario que se obtuvo en el trabajo de campo. El análisis en este caso consistió en realizar las operaciones necesarias para que el dato se convirtiese en información y esta misma se reflejara en el cumplimiento óptimo de los objetivos.

(...) *“dar sentido a los datos cualitativos significa reducir notas de campo, descripciones, explicaciones, justificaciones, etc., más o menos prolijas hasta llegar a una cantidad de unidades significativas y manejables”* (Anónimo, 2015: 215). Existen varias técnicas y estrategias para analizar los datos y darles sentido, pues los estudios cualitativos proporcionan una descripción íntima de la vida social y pueden conducir a análisis etnográficos, puramente descriptivos.

En primera instancia se dio paso a la transcripción de las notas, descripciones y comentarios de las ocho observaciones y participaciones que se hicieron al interior de la Friki Plaza, además, de la transcripción del material auditivo de las cinco entrevistas realizadas a los voluntarios y electivos que proporcionaron datos durante las conversaciones. Con la transcripción se buscó reducir los datos de la investigación con el fin de expresarlos y describirlos de manera conceptual.

Aunque no existe una estructura fija o lineal para acometer la tarea de convenir los datos cualitativos, es necesario tener en cuenta que todo análisis de esta naturaleza por lo menos pasa por algunos procedimientos comunes que faciliten el tratamiento (Ibid: 216) considera algunos puntos clave que todo análisis cualitativo debe tener en cuenta, entre los cuales menciona:

- El análisis de datos no está pensado para una etapa prefijada, opera por ciclos y es concurrente a la recogida de datos.
- Los datos en forma de textos se segmentan o dividen en unidades relevantes y significativas, pero esta actividad no es mecánica sino altamente reflexiva.
- Los datos segmentados son categorizados y, producto de su lectura de datos, se modificarán y refinarán hasta llegar a un sistema satisfactorio.
- La comparación constante es el procedimiento intelectual básico, dado que en todos los momentos se valoran y verifican las categorías.
- Los datos se manipulan por varias vías, en una suerte de eclecticismo (selección).
- Los resultados son una consecuencia del desarrollo de la teoría desde los datos.

4.1.2. Categorización y codificación

Entre las tareas de reducción de datos cualitativos, posiblemente las más representativas y al mismo tiempo las más habituales sean la categorización y la codificación. Para Carlos Monje (2011), las categorías son las clasificaciones más básicas de conceptualización, y se refieren a clases de objetos de los que puede decirse algo específicamente. En dicho trabajo los datos recogidos necesitaron ser agrupados en categorías con el fin de poder realizar comparaciones y posibles contrastes.

Cabe resaltar que la categorización se realizó siguiendo el manejo del código ETIC y EMIC que Jesús Ibáñez (1991) propone de acuerdo a la teoría antropología en estudios socioculturales, así, la categorización se hizo en dos momentos, antes y después de haber asistido a la Friki Plaza elaborando categoría antes y después.

Método ETIC. El primer caso (antes) consistió en establecer un conjunto de categorías (clases de fenómenos o hechos) a partir de las teorías que estudian ese fenómeno o hecho, es decir, la categorización estuvo predefinida por el analista antes de salir a la búsqueda del dato. Recordando, dichas categorías fueron las propuestas por la teoría del estilo y el bricolaje:

- Producciones culturales.
- Lenguaje.
- Estética.
- Alimentos.
- Actividades representativas.
- Tiempo.

Método EMIC. En el segundo caso (después) se establecieron subcategorías de análisis luego de haber realizado las entrevistas y observaciones, a partir de lo que los sujetos dijeron o hicieron contrastadas con teorías complementarias para lograr codificar los datos y darle sentido al trabajo de investigación al analizar lo observado con las siguientes metacategorías:

1. Habitus - Pierre Bourdieu.
2. Identidad – Gilberto Giménez.
3. Consumo cultural – Néstor García Canclini.
4. Formas simbólicas – John Thompson.
5. Campos y capitales – Pierre Bourdieu.
6. Identidad generacional – Carles Feixa.

“En el enfoque ETIC los datos pertinentes son decididos por un observador externo, en el enfoque EMIC por una auto-observación. El enfoque ETIC sería objetivo en cuanto se funda en la observación de un sistema (el investigador con su parafernalia teórica y metodológica) sobre otro sistema (u objeto). El enfoque EMIC sería subjetivo en cuanto se funda en el rescate de la modalidad de observación por parte del sistema observado” (Ibáñez, 1991: 153).

De esta manera las categorías finales de análisis para el tratamiento de los datos obtenidos durante las técnicas y para poder interpretar y realizar el análisis debido fueron las siguientes categorías analizadas con las teorías anteriormente citadas y descritas en el primer capítulo de dicho escrito que, además se contrastan más adelante:

- A. Habitus.
- B. Producciones culturales.
- C. Actividades representativas.
- D. Contexto.
- E. Tiempo de consumo.
- F. Capitales (Simbólico; Económico; Cultural)
- G. Estética.
- H. Lenguaje.
- I. Alimentación.
- J. Identidad.

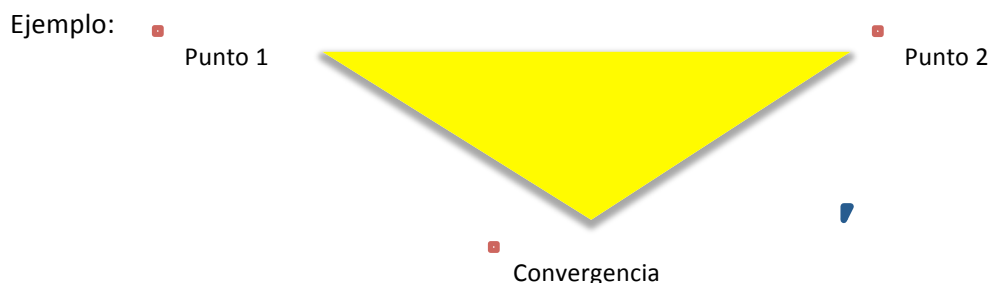
4.2. SI INTERPRETAR DATOS TÚ QUIERES, TRIANGULAR PRIMERO TÚ DEBES

Para conseguir el brillo de los datos y poder realizar las interpretaciones necesarias para alcanzar los objetivos, es precisa la tarea de triangular el dato con respecto a las teorías y obtener un resultado que ayudará a finalizar con la tarea, analizar y describir la identidad de los jóvenes asiduos a la cultura friki. Sin caer en adelantos ¿a qué se refiere la triangulación en investigación cualitativa?.

Como se ha venido describiendo en anteriores apartados, este trabajo siguió una línea metodológica cualitativa, es decir que recae en interpretaciones subjetivas de la realidad hechas por sujetos sociales, pues a diferencia de lo que sucede al leer un estudio cuantitativo donde es más fácil describir la realidad por medio de cifras y porcentajes graficados, el corte cualitativo adquiere un aspecto más complejo de análisis pues las respuestas y significaciones no siempre serán las mismas en todos los casos.

Por ello, al evitar buscar generalidades, para este caso se recurrió al uso de la triangulación como metodología de análisis que para Mayumi Okuda y Carlos Gómez-Restrepo *“se refiere al uso de varios métodos (tanto cuantitativos como cualitativos), de fuentes de datos, de teorías, de investigadores o de ambientes en el estudio de un fenómeno”* (2005: 119). Este término metafórico representa la búsqueda de patrones de convergencia para poder desarrollar una interpretación del fenómeno, no significa que tengan que utilizarse tres métodos, fuentes de datos, investigadores o teorías literalmente.

¿Y por qué usar un triángulo para interpretar datos? Según los autores, *“el término triangulación es tomado de su uso en la medición de distancias horizontales durante la elaboración de mapas de terrenos o levantamiento topográfico, donde al conocer un punto de referencia en el espacio, éste sólo localiza a la persona en un lugar de la línea en dirección a este punto, mientras que al utilizar otro punto de referencia y colocarse en un tercer punto (formando un triángulo) se puede tener una orientación con respecto a los otros dos puntos y localizarse en la intersección”,* (Ibid: 119).



Al utilizar la metáfora de dicha figura es más fácil jugar con los datos para encontrar puntos de convergencia que hagan validar y desarrollar interpretaciones o por el contrario, complejicen la tarea del investigador al encontrar mínimos puntos de intersección, además, la triangulación no sólo sirve para validar la información sino que se utiliza para ampliar y profundizar su comprensión. Para Denzin (en Okuda y Gómez-Restrepo, 2005: 121) existen cuatro tipos de triangulación:

- **Triangulación de datos.** Esta triangulación consiste en la verificación y comparación de la información obtenida en diferentes métodos desde una misma perspectiva, es decir, los datos obtenidos por una perspectiva cualitativa o cuantitativa.
- **Triangulación metodológica.** Generalmente se utiliza para contrastar datos obtenidos por distintas metodologías, entre cualitativas y cuantitativas.
- **Triangulación de investigadores.** En este caso el análisis del fenómeno es llevado a cabo por diferentes personas provenientes de diferentes disciplinas.
- **Triangulación de teorías.** *“En este tipo de triangulación se establecen diferentes teorías para observar un fenómeno con el fin de producir un entendimiento de cómo diferentes suposiciones y premisas afectan los hallazgos e interpretaciones de un mismo grupo de datos o información. Las diferentes perspectivas se utilizan para analizar la misma información y, por ende, poder confrontar teorías”* (Ibid: 123).

La utilización de triangulación con multimétodos, esto es, el uso de diversas formas de triangulación antes explicadas con el fin de incrementar la confiabilidad de los resultados para revisar, disminuir sesgos y obtener mayor validez según los autores, da mayor validez al tratamiento de los datos y poder realizar un acercamiento más óptimo a la realidad, de este modo el presente trabajo se dedicó al tratamiento de la información por medio de la triangulación entre los datos y los conceptos teóricos para obtener puntos de convergencia entre los mismos.

El siguiente gráfico ilustra a manera general el método de confrontación entre los datos obtenidos por la entrevista en profundidad y la observación participante, pues para facilitar más el acceso tanto a las respuestas y a las observaciones realizadas al interior de la Friki Plaza, se vincularon en una misma tabla de vaciado de datos, misma tabla es un instrumento que facilitó la triangulación entre datos y teorías que igualmente se muestra a continuación:

Triangulación de los datos:

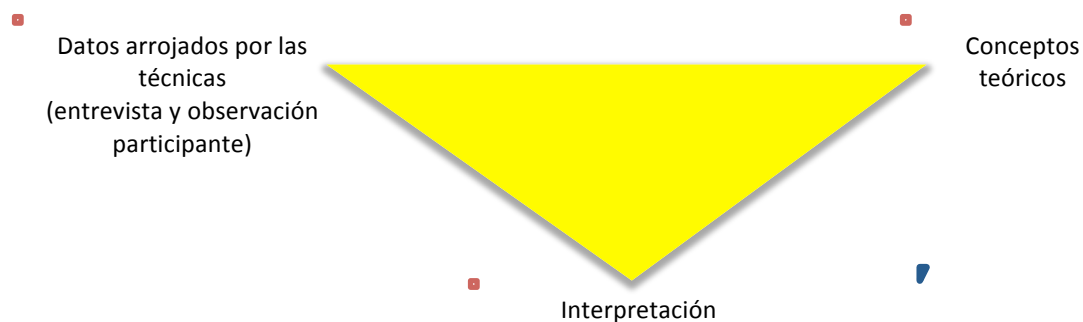


Tabla de sistematización. Ejemplo:

Categoría de análisis:								
Entrevista en profundidad					Interpretación	Conceptos teóricos		
Guía	Características del informante	Observaciones	Preguntas	Respuestas				
Observación Participante								
Guía	Fecha y espacio	Descripción detallada de la observación/participación						

* Todas las tablas de sistematización se encuentran adjuntas en el CD de anexos de dicho trabajo.

Para la entrevista en profundidad:

- **Categoría de análisis.** Corresponde a las metacategorías de análisis, en general los datos relativos al Habitus; Producciones culturales; Actividades representativas; Contexto; Tiempo de consumo; Capitales (Simbólico; Económico; Cultural); Estética; Lenguaje; Alimentación e Identidad.
- **Guía.** Corresponde a la casilla para colocar los objetivos, hipótesis o premisas que sirvieran como guía para realizar las interpretaciones y tratar de respetar la delimitación reflejada en los mismos.
- **Características del informante.** Se describe el nombre o pseudónimo según corresponda de cada entrevistado, su edad y ocupación.
- **Observaciones.** En algunas categorías de análisis como el lenguaje, la estética y el capital de corte simbólico se utilizó una columna que se ocupara en las observaciones del entrevistador con el informante para colocar las debidas observaciones de dicha categoría que son expuestas de manera explícita verbalmente por los mismos pero, que enriquecen de manera optima la interpretación.
- **Preguntas y respuestas.** Los tópicos relativos a dichas categorías que fueron propuestos durante la entrevista en profundidad de cada informante y las respuestas que estos mismos proporcionaron.

Para la observación participante:

- **Fecha y espacio.** Puesto que cada observación y/o participación se realizó en un mismo lugar, la Friki Plaza Ciudad de México pero en diferente espacio, dicho recinto cuenta con cinco pisos en los cuales se cita cada actividad realizada u observada que encaje con la categoría que se analiza en la tabla de vaciado.
- **Descripción detallada de la observación/participación.** En dicha columna se dedica al relato de lo que se observó o vivió de acuerdo a dicha categoría en manera específica incluyendo las descripciones y los comentarios del observador que se registraron en el diario de campo realizado durante la aplicación de las técnicas.

Así, las observaciones y respuestas obtenidas durante la entrevista en profundidad en combinación con las descripciones detalladas de las observaciones que se realizaron en dichas categorías otorgaron la facilidad de triangular o confrontar con los conceptos teóricos de esa categoría de análisis y así, cruzando respuestas y descripciones con la teoría se obtendría la interpretación de los mismos, una interpretación que obtuviese puntos de convergencia.

Algo importante de resaltar del uso de triangulación como metodología es que acuerdo a Mayumi Okuda y Carlos Gómez-Restrepo (2005) debido a la creciente necesidad y exigencia por parte de la comunidad científica de garantizar la validez de los diferentes tipos de estudios, se han analizado y creado constantemente guías prácticas y recomendaciones sobre cómo establecerla y sobre cómo determinar objetivamente si un estudio está bien estructurado.

“En términos generales, en cuanto a la investigación cualitativa, es difícil valorar algunos criterios como la objetividad, la confiabilidad, la validez interna, la validez externa y la aplicabilidad, términos que según dichos investigadores se encuentran cuestionados para este tipo de estudios. Respecto a la problemática de la evaluación de la validez interna o grado en que son válidos los resultados dentro del contexto de la calidad metodológica del estudio, se ha utilizado la triangulación como una alternativa para aumentar la fortaleza y calidad de un estudio cualitativo” (Ibid: 119).

4.3. ¡AL FIN! EL ANILLO DEL CONOCIMIENTO

Ha llegado el momento crucial de esta aventura en busca de encontrar el anillo que describiera la identidad juvenil a partir del consumo de bienes culturales, todo esto por la estancia a lo largo de dos semanas al interior de la Friki Plaza Ciudad de México que, con ayuda también de cinco informantes y con cada logro desbloqueado que lo ayudase a completar con la misión lograra develar todo ese conocimiento que está usted por apreciar.

Así es, en cada apartado de dicho escrito se ha venido tratando información relativa al consumo cultural del universo considerado friki, en niveles anteriores se describió que el término hace referencia hacia lo raro, excéntrico por el interés desmesurado por los medios de entretenimiento literarios y audiovisuales; contextualizando además el perfil de los jóvenes asiduos a dicho universo, los bienes que consumen y datos relativos a la institución, la Friki Plaza Ciudad de México.

Después, quiénes y por qué fueron los entrevistados seleccionados para la entrevista conveniente a su consumo y así llegar a este nivel, el interpretativo donde se describirán todas las categorías que tuviesen relación con el consumo cultural por parte de los jóvenes de entre 15 y 29 años de edad. Cabe resaltar como se ha venido manejado que el presente estudio es de corte cualitativo el cual se enfoca en las significaciones de los sujetos, factores que reflejan una identidad que es explicada con la ayuda de seis conceptos teóricos a continuación mencionados.

Categoría de análisis	Conceptos teóricos que la refuerzan					
	Habitus Pierre Bourdieu	Identidad Gilberto Giménez	Consumo cultural Néstor García Canclini	Formas Simbólicas John Thompson	Campos y capitales Pierre Bourdieu	Identidad generacional Carles Feixa
Habitus	X	X	X			
Producciones culturales		X	X	X		
Actividades representativas	X	X	X	X	X	X
Contexto		X	X			
Tiempo	X	X	X			
Capitales (S,E,C)	X	X	X		X	
Estética		X	X	X		X
Lenguaje	X				X	X
Alimentación			X	X		
Identidad		X				X

De acuerdo a la lógica de la interpretación, se muestran las categorías analizadas de acuerdo a una pirámide invertida, es decir de lo general a lo particular, a continuación se presenta la interpretación hecha de cada categoría triangulada con los conceptos teóricos que la refuerzan o explican, primeramente de lo generable como es el habitus a lo particular que es la configuración de la identidad en cada sujeto.

A) Habitus

El habitus en sentido estricto hace referencia según Pierre Bourdieu (en Bonnewitz, 2006) al estilo de vida que maneja cada persona en su campo de desarrollo. Las actividades que marcan la diferencia con los demás y que sirven para entablar relación con sus iguales, además, las disposiciones en que los individuos actúan, perciben, reflexionan y viven su día a día por medio de sus prácticas.

En este caso la disposición habitual de cada joven asiduo al mundo friki converge en el empleo del tiempo hacia sus intereses particulares por el consumo de películas, series, videojuegos y estancia en internet, Facebook principalmente, actividades que los hacen un sector dedicado y disponible hacia el mundo audiovisual.

Aunque el habitus conforma la disposición a la interacción social como proceso de socialización, es decir, los jóvenes inmersos en este universo disponen de una personalidad del consumo mediático, bienes que son principalmente audiovisuales que los hacen entablar relaciones con sus iguales, disponiendo así de los medios para hablar sobre lo que consumen.

Los modelos de consumo que Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999) proporciona enriquecen el habitus que los jóvenes recrean día a día por medio de sus prácticas, ya que el consumo como sistema ritual del que habla el autor, hace que el ver series, películas o dedicar tiempo a la estancia en Facebook los hace aumentar cada vez su capital cultural y simbólico pues aunque el hábito de consumir este tipo de medios audiovisuales los hace formarse de una identidad mediatizada.

Es así que los modelos de consumo que proporciona Canclini para la conformación de la identidad dialogan con la teoría de Gilberto Giménez (2007) en este mismo terreno de análisis. El segundo apartado en la teoría del autor habla sobre los hábitos de consumo como configuración habitual de la identidad, el consumir en mayor o menor medida series, jugar videojuegos o juntarse con amigos para consumir o hablar al respecto de los mismos configura la identificación con y delante de los mismos.

De acuerdo a los datos contextuales arrojados por la EMCUM (2012) se contabilizó un total de 29.6 millones de jóvenes, el estudio se dedicó a las significaciones de los jóvenes que consumen bienes frikis en los cuales las plataformas virtuales como internet o videojuegos disponen en casa pues el habitus también explica y retrata los resultados arrojados por la encuesta ya que 46 de cada 100 personas utilizaron internet para realizar alguna actividad cultural en la que la estancia en Facebook o el informarse sobre sus bienes enriquece los datos.

La personalidad de cada joven es distinta pero no única, de acuerdo a su quehacer, aunque algunos de ellos estudien y/o laboren, su estilo de vida les permite consumir los bienes de manera en que puedan crear y reafirmar su habitus como práctica objetivada, disposición para consumir los intereses que diferencian a los demás y que integran su estilo de vida unitario, dedicado al consumo de bienes audiovisuales.

B) Producciones culturales

Para John Thompson (1999) el hablar de formas simbólicas es hablar de fenómenos que le son significativos al sujeto manifestados por cualquier producto, servicio o idea que le produzca cierto carácter emotivo al individuo, dichas formas simbólicas son producidas por los mismos, las transmiten o simplemente las reciben por cualquier medio todo esto insertos en contextos y/o campos de desarrollo estructurados. De acuerdo a lo anterior y siguiendo la línea de Thompson el consumo de los jóvenes asiduos al universo friki entra en éste campo de análisis, ya que las formas simbólicas se reflejan principalmente en los medios audiovisuales.

Con relación al aspecto intencional de las formas simbólicas en las que Thompson habla sobre cuál es la intención de consumir o producir dichos fenómenos, en este caso, el entretenimiento es la principal intención del consumo. Series como Agents Of S.H.I.E.L.D., Daredevil, Once Upon a Time, etc.; cine de ciencia ficción como Donnie Darko y fantasía como La Sirenita; animes japoneses como Full Metal Alchemist y City Hunter que son consumidos con la intención de entretenerse.

Además, una de las intenciones de consumir y adentrarse más en el consumo de dichas formas simbólicas establecidas mediante los medios audiovisuales es la intención de la comparación, puesto que entra también en juego la cuestión del aspecto referencial de las formas simbólicas, fenómenos que proyectan o retratan algo para referirse a algo. En este caso el cine y las series televisivas que tienen su referente en la literatura como el caso de la saga Game of Thrones o la novela gráfica de The Walking Dead donde la intención de los consumidores es comparar las referencias entre la literatura y el medio audiovisual.

El modelo de consumo cultural propuesto por García Canclini (dentro de Guillermo Sunkel, 1999) además aporta un elemento determinante de acuerdo al modelo del consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto. De esta manera, las series, películas y animes que son consumidas en la actualidad vienen de un modelo de consumismo en el que las clases altas son las que tienen el acceso a dichos recursos ya que *“para qué comprar series si hay Netflix”*, los grupos élites serán quienes primeramente se apropien de dichos elementos.

Por otro lado el estilo de vida que se refleja en los hábitos de consumo. Al ser el gasto mercadológico uno de los monstruos que determina qué es lo que se puede ver, qué se puede adquirir con facilidad, qué es lo de moda y lo que no, métodos que sirven como filtro para el alcance de dichos elementos, Gilberto Giménez (2007) habla sobre la configuración de identidad por medio del estilo de vida que se refleja en los hábitos de consumo, así, el sujeto logra convertirse lo que consume.

Las series, películas, videojuegos y animes van más allá del entretenimiento, pues al ser participes de cierta serie demandada como Orange Mermelade seleccionará los hábitos de consumo de las personas que tienen los medios económicos y sociales para consumir series que únicamente el gremio puede o no conocer, de esta manera quien ya haya visto series, y las haya comparado con sus referentes en la literatura podrá poseer capital cultural más amplio.

C) Actividades representativas

Los jóvenes asistentes a la Friki Plaza mantienen una actividad profesional que los hace acreedores a cierto capital cultural del que se hablará más adelante, en dichas actividades el consumo forma parte importante para que los sujetos se formen de identidad característica además por todas las actividades que realicen en los contextos y campos donde se desenvuelvan.

El hablar de formas simbólicas para Thompson (1999) es otorgar sentido a los fenómenos culturales que suceden en contextos estructurados, en esta ocasión dicho contexto de desarrollo es ubicado en la Friki Plaza Ciudad de México como campo de esparcimiento donde las actividades relativas a dicho universo varían dependiendo los servicios que ahí se puedan encontrar, de esta manera la Friki Plaza sería la fuente de producción y recepción de dichas formas.

Uno de los aspectos que conforman la teoría de Thompson (Ibid) es el aspecto intencional y referencial en el cual los sujetos producen fenómenos con diversas intenciones para retratar algo acerca de algo, en este caso algunas de las actividades que se realizan al interior de la Friki Plaza son los cursos y talleres, actividades que son de incumbencia para los asistentes pues la intención de los mismos es adentrarse más hacia el universo que les interesa.

Clases de dibujo, japonés, de baile, espectáculos como torneos de videojuego, shows de baile con música de animes o películas asiáticas y norteamericanas, la cantidad de actividades que se realizan o la calidad con la que el sujeto las realiza serán, de acuerdo Gilberto Giménez (2007), configuradores de identidad como estilos de vida reflejados en los hábitos del consumo pues el asistir a tomar una clase de japonés aunque sea gratuita habla de un consumo como lugar de objetivación de deseos para Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999).

En términos del más reciente autor, los modelos de consumo interfieren a la hora de realizar actividades específicas no necesariamente de compra venta de productos, el consumo defiende además el sistema de valores que genera la utilización de algún producto o servicio, en este caso los que ofrece la Friki Plaza como medios de encuentro entre personas similares o distantes, así el consumo de estos servicios apela al modelo de cómo sistema de integración y comunicación en Canclini.

Además, el consumo como medio que apela a la realización de deseos, si el sujeto en cuestión mantiene una vocación del querer aprender a dibujar, hablar, leer e interpretar el idioma japonés para así, poder analizar y adentrarse más a los animes y mangas que le son significativos, asimismo de lugar de encuentro con su círculo social al momento de la estancia en este tipo de campos como el jugar videojuegos con la intención de consumir formas simbólicas para adentrarse en círculos o ampliar los que ya se es parte.



Recordando los datos arrojados por la EMCUM (2012) se contabilizó un total de 29.6 millones de jóvenes de los cuales 29 de cada 100 presenciaron de forma voluntaria actividades culturales. La edad promedio de consumo en vía pública fue de 18 a 29 años datos que encasillan el tratamiento de la información pues los jóvenes que eran observados al interior de la Friki Plaza rondaban esta edad de crecimiento, además de que los servicios como las clases de japonés, dibujo o videojuegos y retos de estrategia convergen en la actividad voluntaria de consumo por las vía pública.

Los lugares de esparcimiento son para los jóvenes un punto donde convergen o difieren capitales en sus distintas actividades, mismas que sirven como configuradoras de identidad pues mientras más significativa sea la actividad más allegada será la persona por el servicio, por ejemplo los jugadores de Yu gi oh! que manejan un capital simbólico negativo por el desprestigio otorgado por otros como “los más groseros” pues al intentar llegar a ellos la barrera espacial lo impide, misma que es considerada como defensa ante lo social.

El reloj digital permite transportar épocas pasadas al presente para desarrollarse en un futuro, tal es el caso del dibujo que para algunos jóvenes es una disposición habitual dentro de su identidad, así, los momentos en los que se “*rayoneaba desde chiquito*” traídos al presente para perfeccionarlos y sacarles provecho en un futuro como carrera profesional es posible, así, el dedicarse a lo que parecería un hobby es posible por la modificación del tiempo en Carles Feixa (2003).

Además, el reloj de arena del mismo permite explicar el por qué de que muchos de los asistentes de la Plaza sean niños además de que gran parte de los bienes que ahí se ofrecen parecería que fuesen para los mismos pues entre figuras de colección que podrían parecer juguetes, DVD’s, videojuegos y demás, es perceptible ver que los granos de arena del consumo de los gustos que los padres tienen van pasando de generación en generación al convivir con sus hijos en maquinas juegos como Lego.

La identidad generacional en Carles Feixa (Ibid) permite además, explicar las edades de crecimiento de los jóvenes que asisten, ya que algunos de los asistentes convergen entre los 18 y 30 años, edades en las que los sujetos al ir creciendo la etapa mediática y el contexto de desarrollo en el que varios de ellos crecieron con hermanos los cuales influenciaron sus gustos para ser transmitidos en generaciones posteriores.

D) Contexto

El contexto de desarrollo es fundamental para el crecimiento del individuo, ya que los campos e instituciones, según Bourdieu (en González, 1994) orientan a desarrollarse en condiciones similares al que se está acostumbrado, en este caso la infancia fue un factor importante para el desarrollo de sus intereses y recursos, la familia como institución y campo de desarrollo es uno de los contextos en el que los jóvenes asiduos a dicho universo se fomentó el interés para el consumo posterior de sus propios bienes.

Las esferas de la vida social como lo son la familia, en este caso los hermanos han sido los principales influenciadores para que los gustos como el uso y compra de videojuegos, cómics, animes y series haya sido progresivo hasta la edad en la que actualmente cada joven se desarrolla. Así, la biografía personal del sujeto forma parte del proceso de construcción de la identidad que actualmente mantienen los jóvenes a dicho universo.

De acuerdo a Gilberto Giménez (2007) la identidad se construye a partir de la biografía y los objetos entrañables que posee el sujeto, de este modo los cómics de Hellboy que el hermano mayor otorgó a los ocho años, el espectáculo de algún anime con hermanos a los diez años o el entretenimiento con videojuegos acompañados de hermanos con los cuáles no se compartía el mismo interés, hace que actualmente los jóvenes insertos en esta cultura del consumo logren reconocerse por estas producciones.

El reloj digital mantiene también una relevancia para reconocer una identidad juvenil que es perceptible por el consumo de bienes que marcaron la biografía del sujeto, así, los bienes que fueron acercados en los primeros contextos de desarrollo, de acuerdo a Carles Feixa (2003) la identidad juvenil friki mantiene un espacio ficticio, donde el sujeto puede programar y reprogramar sus edades de acuerdo a las condiciones y los bienes de los cuales consume.

En este momento la etapa de la infancia puede ser reprogramada y reproducida a una edad en la que el trabajo o escuela es la prioridad sin descuidar el consumo de bienes que le fueron simbólicos en la infancia, así, los cómics, videojuegos y animes que disfrutaron en una etapa pueden volver a ser deleitados por los jóvenes de entre 18 y 28 años y así disfrutar de momentos pasados en un tiempo con otros intereses.

Las diferentes condiciones del campo ayudan o perjudican a la interacción entre las formas simbólicas y los individuos, dichas formas son representadas en los videojuegos, el anime, los cómics, las series y productos como las figuras de colección, la Friki Plaza es ese lugar que beneficia la interacción simbólica por medio de la variedad de productos adeptos a dicho universo, según los jóvenes asistentes de los cuales el 60.2% da prioridad a la diversión, (EMCUM 2012) este campo de desarrollo les es atractivo porque en este lugar encuentran bienes de su interés que en ninguno u otros lugares podrían coincidir.

Otro complemento a dicho campo donde fungen las relaciones, son las instalaciones, al ser un campo físico las instalaciones tendrán que ser adecuadas para que el individuo tenga que recurrir a ella, en este caso los pisos reducidos de la Plaza son un factor a tomar en cuenta para el rechazo además de la cantidad de personas que asisten a la misma en fines de semana principalmente y la poca gente que asiste entre semana a las actividades como cursos y clases.

E) Tiempo

El tiempo de consumo forma parte importante del habitus que los jóvenes mantienen en su día a día. A pesar de que algunos trabajen y/o estudien la disposición habitual de consumo hace que el tiempo sea un factor importante para constituir su estilo de vida, en menor o mayor medida dependiendo de cada uno de los bienes que le sean significativos y, por supuesto, del grado de consumo o tiempo dedicado a leer, jugar u observar.

Los modelos de consumo de Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999) marcan una diferenciación en lo que respecta al tiempo invertido para el consumo que los jóvenes asiduos al universo friki le otorgan al mismo, pues la disposición dependerá en medida del tiempo, así, las personas que tienen más facilidad de consumo serán las personas que su profesión requiera una demanda menor y por el contrario, las que no tengan el tiempo suficiente utilizarán los tiempos “muertos” para acercarse a sus bienes simbólicos.

Además del tiempo, una cuestión importante de resaltar es la utilidad práctica de los bienes que se consumen ya que generalmente el manga, los cómics y el uso de consolas portátiles como el Nintendo 3Ds hacen que el tiempo no sea un obstáculo al ser estos productos más sencillos de manejar en todos lados, facilitando el consumo en momentos como el traslado hacia la escuela, trabajo, residencia u otros lugares, así, es fácil guardar en el dispositivo *“368 horas de juego en Pokémon”*.

El modelo del consumo como proceso ritual para Canclini habla acerca de consumir en lugares específicos, con las personas precisas y los elementos necesarios para llevar a cabo el rito, de este modo el asistir a la Friki Plaza por dos horas mínimas a la semana en lo que se dedica a jugar videojuegos principalmente, comprar cómics, series o animes o a las actividades que al interior de la Plaza se llevan a cabo, así, la asistencia a este tipo de rituales conformará un ladrillo más para la construcción identitaria.

La disposición habitual de inversión del tiempo hacia el consumo de medios literarios y audiovisuales ayudará a complejizar la relación entre identidad y consumo cultural ya que en ocasiones los jóvenes no invierten el suficiente tiempo que ellos esperarían para consumir todo lo que les es atractivo, además de las actividades de las cuáles privilegian su existencia como el trabajo o escuela, pues se cree de antemano que los sujetos descuidan por completo estas mismas.

El habitus como factor de socialización, un estilo de vida que los ayuda a configurar sus círculos sociales, pues el tiempo de estancia con sus iguales viene desde atrás configurándose, principalmente es en la adolescencia cuando se le comienza a tomar sentido a este tipo de consumo como parte importante en su estilo de vida, mismo que es compartido con sus amistades al juntarse a jugar X-Box con amigos todo un fin de semana al salir de la escuela durante cuatro años.

De este modo la identidad también tendrá un elemento configurativo que es importante recalcar, el tiempo, pues la inversión hacia cierto consumo, de acuerdo a Gilberto Giménez (2007) otorgará cierta distinción ante y para la sociedad, misma que reconocerá la disposición del sujeto hacia cierto consumo que en este caso se enfoca mayoritariamente hacia la literatura y el mundo audiovisual como medio de entretenimiento e identificación con el mismo.

F) Capital económico

El capital económico de Bourdieu (en Bonnewitz, 2006) hace referencia al ingreso monetario, mismo que es percibido por la cantidad y la calidad en la inversión para el consumo. En este caso, el capital económico juega un factor importante para el abastecimiento de bienes, ya que a pesar de que algunos de ellos rebasan las cantidades módicas de dinero a partir de \$1'000 a los \$3'00 pesos dependiendo el producto, practicidad y desde luego la relevancia contextual si el producto es de moda o tiene validez histórica.

Al hablar de economía es preciso citar los modelos de consumo de Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999), pues todos ellos ayudan a describir la calidad y cantidad del ingreso monetario que es percibido por los jóvenes asiduos a este universo. En primera instancia Canclini menciona al consumo como “lugar de reproducción de la fuerza del trabajo y expansión del capital”, lo que quiere decir que quien trabaje tendrá los medios y recursos para invertir en su consumo.

De este modo continúa con el segundo modelo, el consumo como lugar donde las clases compiten por los bienes, en este caso, aunque no se trabaje pero se provenga de una familia con ingresos altos, estos merecedores de identificación hacia la sociedad, así, no importa si se es estudiante de preparatoria o universidad y se invierte en comprar videojuegos de \$3'200 pesos o figuras de colección de entre \$1'000 hasta \$3'000 pesos, elemento que otorga diferenciación mismo que es compartido como cualidad de identidad para Gilberto Giménez (2007).

Además, de la configuración identitaria de la cantidad económica que se invierte al consumo de cómics, videojuegos y cartas principalmente, además de otros productos más prácticos como ropa y accesorios otorgan una distinción ante el grupo. De este modo los jóvenes que consumen y otorgan un ingreso bajo hacia sus bienes significativos como los videojuegos prefieren que la relación con estos se fortalezca mediante la negociación, así cuando se asiste a la Friki Plaza se “van a michas” cuando se juega o consume alimentos.

Otras cantidades más pequeñas van de los \$20 a los \$150 pesos para el consumo de cartas de estrategia, figuras, llaveros, ropa y cómics, productos que entran en dichas cantidades de dinero. La inversión de capital a dichos bienes conforma una parte importante para el alcance y disponibilidad del consumo, ya que a pesar de que no se tengan los medios económicos, el consumo entra como factor importante para la apropiación simbólica de los mismos, ya que no importa gastar “\$1'000 pesos a la quincena en cómics” o \$3'200 en figuras Hot Toys, el gasto radicaré en lo simbólico del bien.

Otro factor a tomar en cuenta es la profesión, pues teniendo un trabajo de dónde satisfacer las necesidades de consumo, el mismo será mayor a diferencia de los jóvenes que estudian y aunque consumen, ven vías más accesibles como la piratería o el préstamo de productos para fortalecer el vínculo afectivo hacia el sujeto y hacia los bienes simbólicos y de esta manera fortalecer el reconocimiento entre el grupo, tener prestigio.

G) Capital cultural

El capital cultural de acuerdo a la teoría de Bourdieu (en Bonnewitz, 2006) hace referencia a todos aquellos títulos o certificados del cual el individuo hace referencia al formarse de su prestigio en cuanto al capital simbólico, pues el dominio de calificaciones intelectuales hacen de la persona un ser con cualidades aptas para desenvolverse dentro de los campos donde se desarrolle.

Los jóvenes que están inmersos en la cultura friki, hacen de sus bienes un dominio cultural, pues al poseer acervos de donde documentarse el carácter informativo será mayor al de cualquier otra persona que no esté tan adentrada a este universo, así, sin tener certificados o títulos que los avalen como teóricos en este campo donde se desenvuelven, tanto el consumo de bienes como el medio de información sobre este universo los hará poseedores de dicho capital cultural.

Los jóvenes que son asiduos al consumo de elementos literarios, audiovisuales y coleccionables mantienen un capital cultural multidisciplinario, aunque algunos de ellos en especial los que están insertos en la cultura japonesa son los que mayor manejo de tecnicismos, nombres, fechas y en general la cultura proveniente de Asia son quienes mayor capital cultural poseen en términos del universo pues al tratar de empaparse de la cultura hacen lo posible por sentirse parte de ella en un contexto distinto.

No solo con ver anime o leer manga se es experto en la materia, la documentación es importante para que el manejo de dicho capital, de este modo la disposición habitual o habitus conforma el método en el que los jóvenes pueden tener cierto dominio en el tema que les interese, así, el beneficio de asistir a clases de japonés en la Fiki Plaza aunado al consumo de productos audiovisuales vistos en su idioma original dotan de capitales culturales formados en el habito de consumir elementos de su interés.

Desde niños los jóvenes que están inmersos en este ámbito suelen estar adentrándose en lo que posteriormente llame su atención al grado de consumir los elementos que le sean significativos y recuerden etapas de desarrollo y simultáneamente traer al presente el pasado para formarse de una identidad en el futuro. El reloj analógico de Carles Feixa (2003) en el cuál el contenido cultural del tiempo pasado puede transferirse al presente.

En este sentido del tiempo de acuerdo a Feixa (Ibid), explica además que el futuro pasa al presente, es como jugar con el tiempo a conveniencia propia, pues el seguir consumiendo series como Los Caballeros del Zodiaco como recuerdo de la infancia a los 26 años, pero, además documentarse no sólo por el consumo de las mismas si no por medios alternativos como las plataformas virtuales.

Actualmente los medios que utilizan para la documentación y tratamiento de la información es por el consumo de sus bienes y de internet, Facebook como plataforma de indagación. Los jóvenes mantienen una visión hacia el éxito profesional, ya que algunos de ellos ambicionan hacia las ciencias, el arte e inclusive la filosofía sin dejar de descuidar su disposición habitual (habitus) del consumo de sus intereses conformando un capital cultural más amplio conforme crecen biológicamente.

H) Capital simbólico

Al hablar del capital simbólico se hace referencia al conjunto de todos los demás capitales, tanto el cultural como el económico se conjuntan para proporcionar prestigio al sujeto de acuerdo al acumulado de bienes que posee, por el vocabulario que maneja y por el estilo de vida que lleve en su día a día, el habitus, creando reconocimiento ante y por el grupo o contexto donde se desarrolle dicho sujeto.

En este caso se habla de un capital simbólico que es reconocible gracias al número de bienes o al prestigio otorgado por el manejo de los mismos, así por ejemplo consumir las series de Avengers, New Avengers, Uncanny Avengers, Inhumans, Guardians Of The Galaxy, Thor, Amazing Spiderman, Uncanny X-Men, Hawkeye, Justice League, Batman, The Walking Dead, Rachel Rising, 28 Days Later, Hora de aventura, Hell Blazer, The Wake, Hellboy, Y The Last Man todos estos ejemplares semanales y/o quincenales al mismo tiempo otorga prestigio ante el grupo.

Néstor García Canclini (en Sunkel, 1999) habla sobre el consumo cultural como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos de acuerdo a su tercer modelo de análisis. En los dos modelos anteriores se habla del consumismo tal y como se conoce dentro del rubro económico, para la satisfacción de necesidades, ahora los personajes de las sagas no sólo en el cómic si no en otro medio crean cierta carga libidinal al sujeto que las consume provocando que no importe el número de publicaciones o costo de las mismas, lo que importa es el valor afectivo que te otorgan al sujeto.

Este tipo de consumo es perceptible para describir la identidad de los jóvenes que son asiduos a dicho universo, ya que Gilberto Giménez (2007) menciona que uno de los aspectos perceptibles en la configuración de la identidad, los estilos de vida que se reflejan principalmente en los hábitos de consumo, son indicios de identidad ya que constituye la parte importante en el mundo de signos en el que el sujeto social vive, signos de los cuales recibe, discrimina, introyecta y se identifica como son los cómics, presentadas en formas simbólicas.

Otro ejemplo es el consumo por medio de la valoración adentrado a la teoría de las formas simbólicas de John Thompson (en González, 1994) y el proceso de valoración de las mismas, se relaciona en mucho hacia el consumo cultural de los jóvenes ya que la estimación interviene en juego con los significados, el por qué de consumir figuras de colección de la marca Hot Toys, marca que maneja productos con precios elevados, de este modo la valoración de Thompson entra en juego pues dicho bien es significativo por el alto coste y cuesta mucho porque es significativo.

La biografía del sujeto como formador de la identidad ayuda mucho a comprender el por qué los jóvenes están dispuestos a pagar cantidades altas y cómo introyectan a su vida diaria productos como mangas o tarjetas de estrategia, pues siendo que forman parte del conjunto de objetos entrañables que poseen, de acuerdo a Gilberto Giménez (2007), lo que se conoce como "mi o mío", entra en juego la vida del individuo pues al recordar momentos como "*la veía y ahora lo veo con mi hermano*", o el "*colecciono cómics desde los 10 años*", justifican el por qué del consumo actual.



Dotar de libido a un producto por ser *“la primera consola que compré con mi primer sueldo”*, *“la serie de X Men de los 90”* cuando era niño o simplemente personificar a un peluche como *“La Zanahoria”* que sirve de acompañante en el trabajo para hacer propio el espacio laboral hacen que los bienes simbólicos proporcionen mayor peso hacia la identidad que consciente o inconscientemente se presenta ante un grupo específico, dentro de un contexto estructurado.

Entre los bienes que suelen ser más significativos por su alto costo se encuentran las consolas portátiles que van arriba de los \$3'000 pesos; figuras de colección y juguetes de Marvel; las cartas de estrategia de Yu gi oh! y por último los cómics, mangas o animes. Todos estos productos dotan de cierta cantidad emotiva ya sea por el esfuerzo al hacerse de las mismas, por la experiencia al haber llegado a las manos de los sujetos o simplemente por la imagen del producto, bienes que representan a la figura de un personaje o personajes admirados y que logran identificarse con los mismos.

I) Estética

El hablar de vestimenta, accesorios y signos que portan los jóvenes asiduos al universo "friki" es hablar de representaciones hacia el exterior, es el principal medio por el cual los sujetos que son allegados a cierto universo son reconocibles y etiquetados por y en la sociedad donde se desenvuelven con cierto término, los raros, a pesar de que algunos de ellos no sienten una identificación con el vocablo, la vestimenta es el elemento más reconocible para configurar la identidad juvenil con respecto al consumo.

El atuendo de una persona radica en muchos elementos para configurar una identidad, el capital económico, cultural y en muchos casos el contexto de desenvolvimiento, ya que entrarían en cuestión las formas simbólicas de las que John Thompson (dentro de Jorge González, 1994) habla como formadoras de identidad al ser las playeras de superhéroes, las gorras de Pokémon, las playeras de Legends of Zelda los medios que comuniquen a los demás la identificación que tienen con cierto personaje o argumento.

De este modo las características de las formas simbólicas, la vestimenta como fenómeno apropiado por cierta cultura que manifiesta significados, el aspecto intencional de dichas formas en cuestiones de la vestimenta y accesorios, radica en la intención no solamente práctica de utilizar una prenda con el logotipo o imagen de Deadpool por ejemplo, o mostrar los tatuajes de las Tortugas Ninja con playeras que los hagan lucir, la intención es dar a conocer los gustos y significados que dichos elementos tienen al sujeto.

Además de los productos prácticos como mochilas, playeras, camisetas y sudaderas principalmente de los personajes favoritos de los jóvenes, el aspecto referencial de las formas simbólicas refleja la identidad juvenil de los sujetos, al tener la referencia de Game of Thrones y utilizar las imágenes para portarlas en camisetas y así mostrar al interior del contexto de desarrollo los artículos que distinguen simbólicamente al sujeto.

En este sentido el consumo visto desde la perspectiva de Néstor García Canclini (dentro de Guillermo Sunkel, 1999) en el que los modelos se conjuntan para dar explicación al por qué, además de tener referencia a Thompson de los productos como formas simbólicas, relacionar los modelos de consumo del autor para dar pie al análisis de la construcción de la identidad juvenil propia o mal intencionada, friki.

Para García Canclini (Ibid) el primer modelo de consumo hace referencia al sistema capitalista en el que el consumo se refiere a la fuerza de trabajo y la expansión del capital, es decir, el consumo de bienes como productos básicos en los que la ropa entra como categoría de análisis, los sujetos de los cuales el capital económico o ingreso monetario no es tan alto, el uso de playeras negras, pantalones de mezclilla, tenis y mochilas son observados al interior de la Friki Plaza como una visión práctica que imposibilita el adquirir productos de alto coste con logotipos e imágenes.

Otro aspecto a relacionarse es la comodidad, ya que el tercer modelo de consumo para Canclini se refiere al proceso de compra como distinción social entre los grupos. No solo el caminar por los pasillos de la Plaza o las calles con una sudadera de Rainbow Dash, personaje de My Little Pony acompañado de peluches, mochilas y demás hacen reconocible a la persona por sus intereses, además dota de capital por el simple hecho de la distinción social por el número de bienes que porta en su persona.

Algunos de los jóvenes asiduos a este universo prefieren portar elementos más “*minimalistas*” considerados por ellos mismos, ya que el exceso de productos en su aspecto no les es muy atractivo, a pesar de ello prefieren portar otros recursos que los hagan reconocibles por el grupo y por la sociedad en la que se desarrollen, así, un tatuaje de los X- Men como elemento diferenciador que simboliza la infancia del sujeto configura la identidad del mismo.

Regresando a las formas simbólicas de John Thompson (dentro de Jorge González, 1994), el aspecto convencional es importante rescatar por las cuestiones de los códigos en la indumentaria de las personas. El asistir a un lugar como la Friki Plaza donde el aspecto físico es esencial para el reconocimiento ante los asistentes, el reemplazar e inclusive jugar con el aspecto físico de cada joven con respecto a su persona es esencial para el reconocimiento ante el grupo.

No solo la ropa, accesorios y signos como tatuajes son elementos configurativos para la identidad de los sujetos, los colores son importantes para el reconocimiento por y ante las relaciones sociales que dispongan los mismos. Generalmente al observar el interior de la Friki Plaza como campo de esparcimiento es común admirar generalmente mujeres de entre 15 y 29 años con el cabello teñido totalmente, luces, rayos o mechas hacen de su identidad un elemento que los reconozca “*más que a mi nombre, por mi fleco*”.

Los elementos caracterológicos de los que habla Gilberto Giménez (2007) en su teoría de la identidad, se refieren a la disposición habitual del sujeto para configurar su persona, se habla del interés por los mismos hacia su aspecto físico. Dentro de la comunidad friki existen los sujetos interesados a modificar su aspecto al grado de inclusive cambiar de sexo en el que las mujeres representen hombres y viceversa, se habla del cosplay.

El cosplay es una actividad en la que los sujetos modifican su aspecto para interpretar lo más posible a un personaje de su gusto que aparezca en cómics, series, animes, mangas o videojuegos, de este modo y al transformar su aspecto físico para interpretar inclusive psicológicamente al personaje configura una identidad como proceso subjetivo y como forma simbólica que transmite atributos culturales.

Ver al cosplay como “*(...) sentirte el personaje, de representarlo, como, ese se parece a ti y tú lo quieres representar con admiración y así, hacerlo parte tuya*”, no sólo es modificar la exterior por el ámbito de lo estético, es verlo por el ámbito de lo simbólico en el que hacer cosplay es producir formas simbólicas, mismas que son valoradas y recibidas por demás sujetos que son ajenos a las mismas y de este modo John Thompson configura la identidad por medio de la valoración de las mismas.

Es de este modo que se logra a configurar la identidad de los jóvenes asiduos al universo friki, ya que el invertir en su aspecto en menor grado al solamente consumir productos como playeras o sudaderas que tengan un uso práctico que los identifiquen, un grado medio como el tatuarse personajes significativos en etapas de la biografía del sujeto, hasta transformar su físico para representar personajes de animes japoneses configurativos de la identidad que transmite elementos culturales.

J) Lenguaje

El tipo de lenguaje forma parte del habitus, elemento importante en el estilo de vida de cada uno de los sujetos. En este caso de acuerdo al estilo en el vocabulario, el mercado lingüístico del que se refiere Pierre Bourdieu (en Bonnewitz, 2006), sirve como reflejo del contexto o campo de desarrollo donde actualmente se desenvuelva el mismo, además de los elementos incorporados de manera inconsciente sobre todos aquellos elementos que le son simbólicos y que reflejan en su lenguaje los elementos que consumen.

La manera de hablar será el reflejo en cuanto al tipo, estilo y cualidades de consumo. Por parte de los jóvenes que consumen elementos literarios manejan un lenguaje más amplio y reflexiones más amplias a comparación de los jóvenes que consumen simplemente elementos audiovisuales como anime, series o videojuegos, a pesar de que estos últimos manejan elementos más técnicos, el mercado que estos mantienen dependerá de la disposición habitual hacia el consumo, el habitus lingüístico incorporado.

El mercado lingüístico además, forma parte del reloj analógico del que Carles Feixa (2003) hace referencia como elemento formador de identidad, en la manera de hablar, siguiendo la línea antes mencionada de Bourdieu además de la cantidad de capital que se maneje se verá proyectado el contexto de desarrollo por medio de elementos no verbales como valores, gestos, posturas y pausas al hablar, además y en sentido estricto de la cantidad y calidad de los términos utilizados.

Siguiendo la dinámica del reloj, los jóvenes transmiten por su comunicación verbal y no verbal una serie de imágenes culturales con las que circulan las manecillas del reloj analógico, ya que el lenguaje es el resultado de una hibridación entre el lenguaje vulgar (principalmente), el técnico (referido a las etiquetas, códigos y convenciones de los propios bienes) y uno apropiado a un contexto más formal.

Las manecillas del reloj analógico han sobrepasado las edades, pues el lenguaje traspasa tiempos e inclusive espacios. Lo que anteriormente se consideraba incorrecto, como el decir groserías mientras se utilizaba el tiempo para la convivencia, en este momento y en este contexto es oportuno el uso de un lenguaje especializado que contenga groserías, tecnicismos e incluso formalismos para adentrarse a la cultura de este universo considerado friki.

K) Alimentación

La comida que es ingerida por los jóvenes que asisten a la Friki Plaza forma parte de las formas simbólicas de acuerdo a la teoría de John Thompson (en González, 1994) ya que al ser elementos que son producidos y consumidos de manera simbólica para algunos, el proceso de manifestación se ve reflejada en el interés y apropiación de los alimentos que al interior se consumen.

Los comestibles que ofrece la Plaza van desde el oniguri, bolas de arroz japonesas, sushi característico de las regiones orientales, fideos, ramen y arroz al vapor, productos que son cocinados al estilo de esta cultura donde entraría en juego el aspecto referencial de las formas simbólicas puesto que la comida que se ofrece mantiene un aspecto proyectivo para referir y transmitir la cultura en un contexto distinto al que es perteneciente.

De este modo, también jugaría un papel importante el aspecto contextual de las formas simbólicas, ya que de acuerdo a los jóvenes la comida no tiene la calidad que debería poseer misma que al tratar de ser adaptada a un contexto distinto del lugar de origen, la calidad y cantidad en el consumo se ve menospreciada por los mismos.

En un espacio como la Friki Plaza donde se busca otorgar productos característicos de la cultura japonesa como anime o manga mantiene cierta obligación a proporcionar productos como alimentos que se refieran a dicha cultura en espacios que no son los adecuados y así tener una mayor gama en los servicios que la misma ofrece hacia sus asistentes.

A pesar de ello la alimentación es sobresaliente, ya que los jóvenes al ser conscientes del proceso de creación de dicha forma, las consumen. Elementos como dulces o bebidas donde ellos de antemano ya saben que la calidad en el producto es distinta es consumido como simple aperitivo, los Pokys, galletas o sodas Coreanas son consumidas con la intención de satisfacer por un momento la ansiedad de alimentación.

La significación de consumir dichos alimentos por parte de los asistentes será el sentirse parte de dicha cultura aunque las condiciones y calidad no sean las adecuadas, así los asistentes que le es significativa la cultura oriental se sentirán como dentro de su contexto de desarrollo y esparcimiento.



L) Identidad

Al hablar de identidad de acuerdo a la teoría de Gilberto Giménez (2007) sobre este terreno, el autor logra otorgar una enunciación que radica en la diferencia del sujeto con respecto de los demás o la identificación de los sujetos de acuerdo a ciertos rasgos que los hacen particularmente similares o particularmente distintos entre ellos. En este terreno de análisis los jóvenes asiduos al universo considerado friki en primera instancia logran identificarse en esencia con respecto de los bienes que consumen.

La identificación se logra por medio del consumo mismo, Giménez define cinco elementos representativos que configuran la identidad individual, el segundo de ellos habla sobre los estilos de vida que son reflejados en los hábitos del consumo, en pocas palabras ser lo que se consume. De este modo los jóvenes logran identificarse con los productos a los que le otorgan validez económica y simbólica en el que los personajes de sus series, animes, mangas, películas, videojuegos e historietas son los personajes que provocan filiación con su persona.

Para los jóvenes les es atractivo en primera instancia el perfil del personaje o personajes a los cuáles otorgar un sentido de alter ego, el “otro yo” que configura su identidad no sólo en la personalidad de cada protagonista como Batman, Jean Grey o Edward Elric, personajes de series, cómics y anime respectivamente con los cuáles algunos jóvenes sienten simpatía por sus características psicológicas.

Otro de los elementos que concatenan a la identidad de acuerdo a Gilberto Giménez (Ibid) es la biografía personal del sujeto, en este sentido, todos aquellos caminos recorridos y que aún faltan por recorrer a los jóvenes que consumen este tipo de bienes, pues algunos de ellos se refieren a que tomaron este camino de consumo como un alternativa de vivencia, procesos sociales difíciles en los cuáles, los cómics, el anime o los videojuegos al ver, leer e interactuar con ellos, les ayudaron a sobrepasar etapas difíciles para los mismos.

Incluyendo la biografía personal del sujeto, tomar una decisión importante como la profesión en la que por ejemplo, las ciencias o la psicología son tomadas en cuenta como elección de carrera debido a que el argumento de dichos bienes hace que se adentre a sus vidas diarias y lo quieran reflejar como práctica profesional, querer superar su capital cultural desarrollándose en ámbitos de las ciencias y las humanidades como la química o la psicología, elementos que son tomados por las producciones audiovisuales como argumento de los mismos.

El valor de consumir ciertos bienes se incrementa por la representatividad que les otorga, además de vincularlo a su día a día, así, los jóvenes que están pasando o pasaron por situaciones difíciles encuentran un estilo de vida más satisfactorio en la historia o personajes de sus bienes favoritos, en el caso de los cómics, dos jóvenes coincidieron en identificarse con el grupo de mutantes del universo Marvel, los X-Men, sujetos con súper poderes que la sociedad no quiere por ser considerados fenómenos.

En este sentido entra la aceptación del término friki como identificación hacia los demás grupos y hacia el contexto en el cual se desenvuelven. Los jóvenes consideran el término como una etiqueta de ofensa, ya que conocen que el término procede del inglés freak, “raro”, no consideran que la etiqueta tenga que ver con el tipo de consumo que ellos llevan a cabo, ya que la etiqueta podría encajar en cualquier otro estilo de vida y estilos de consumo principalmente, no necesariamente encajado a la cultura del consumo literario y audiovisual.

El ser friki ante los demás como forma de identificación, el término hace referencia hacia el modelo de consumo, un modelo desmesurado de interés hacia lo audiovisual y todos los elementos que sirvan de recreación y entretenimiento para los mismos, pero, categóricamente mal empleado pues la postura que los jóvenes mantienen, de acuerdo a la opinión de los mismos es de identificación con subcategorías como el ser otaku “*orgullosamente*” como un estilo de vida que representa su forma de percibirse y ser percibidos ante los demás, de ver el mundo.

A la par, los atributos caracterológicos de los que habla Giménez haciendo hincapié en los hábitos y disposiciones fisiológicas, el modificar su aspecto para ser identificado y reconocido ante y por los demás. El uso de elementos y accesorios que los hagan visiblemente reconocibles, como el uso de tintes para el cabello por parte de las mujeres principalmente para sobresaltar su aspecto, “*me reconocen por mi fleco, no por mi nombre, por mi fleco*”, de este modo la identidad se construye y reafirma.

La construcción y demarcación de una identidad que es constituida por el aspecto físico, la disposición de representar su identidad por medio de signos como los tatuajes, en mujeres y hombres que son reconocidos por la figura del mismo, la piel sirve como accesorio más que refleja los gustos e intereses. Así mismo en el proceso de construcción o definición de la identidad, los relojes de Carles Feixa (2003) delimitan o conforman el consumo como una manera de identificación con este sector de análisis.

El reloj digital propone el uso del tiempo como un valor anárquico en el que cada sujeto utiliza y reutiliza sus etapas de crecimiento a su conveniencia sin importar edad categórica, qué importa que la asistencia a lugares como la Fрики Plaza sea por personas de los 40 a 50 años acompañando a sus hijos que mantienen el mismo dote de significados para bienes como camisetas, figuras o videojuegos, el reloj digital propone que el tiempo puede ser utilizado en beneficio propio para disfrutar de momentos que un pasado se disfrutaron trayéndolos al presente.

La identidad tiene que ver con las representaciones que los sujetos tienen de sí mismos, reconocibles antes los demás como sujetos sociales, con diferencias y semejanzas pero cada sujeto busca ser parte o esquivar círculos de desarrollo social. La red personal de relaciones íntimas de acuerdo a Giménez son todos aquellos círculos de convivencia con los que los jóvenes asiduos a este universo comparten intereses, sentimientos, inquietudes y sistemas de consumo.

Así, es común que al observar en el interior de la Fрики Plaza grupos de chicas interpretando personajes de anime como Dramatical Murder o Magi: The Labyrinth of Magic al ser mujeres que proyectan ser hombres, la identidad rompe con esquemas y convenciones sociales pues lo que se busca es ser identificado por y para los demás con los medios que le sean posibles y por medio de todos los productos físicos y digitales, en el sentido de que los jóvenes se identifican con personajes que les sirven de avatar o alter ego para su persona.

**CONCLUYENDO
LA MISION**

CONCLUSIONES

El brillo del conocimiento ha sido develado, se han descrito anteriormente todos aquellos atributos que configuran la identidad de los jóvenes que por medio de sus significaciones asisten a la Friki Plaza Ciudad de México y/o que consumen por otros medios todas aquellos productos y producciones alusivas a los recursos audiovisuales súper heroicos, ficticios o referentes de otras culturas como la japonesa, además, de bienes literarios que los hagan transportarse a épocas pasadas o alternas a la realidad.

Se llevaron a cabo interpretaciones de acuerdo a las observaciones procedentes de la Friki Plaza, un campo de esparcimiento abierto a todo público que asiste a pasar el tiempo, convivir pero ante todo consumir bienes que le son significativos a los asistentes, productos y producciones con carga económica y simbólica que representan un universo paralelo al que se vive en la realidad, misma que es interpretada por los sujetos que se codean con dicha cultura.

El modo de significar es específico de cada persona, en este caso de un sector que se identifica con imágenes, símbolos y ciertos personajes ficticios que le sirven de alter ego al sujeto que consume, produce y difunde estas imágenes, además de una comunidad que es ajena a contextos de identificación, tal es el caso de los jóvenes que se reconocen como otakus o gamers, personas que incorporan a su estilo de vida prácticas que para algunos servirían como mero entretenimiento sin llevarlo más allá.

El analizar lo simbólico a una edad en la que los sujetos están en etapas de asimilación y acomodo de ideales, objetivos, metas a corto y mediano plazo regularmente como es la juventud de acuerdo al IMJUVE (2010) considerada de los 15 a los 29 años, es interpretar la visión del mundo de acuerdo a diversos elementos que hagan de un sujeto el habito de querer ser identificado o catalogado de cierta manera ante la sociedad a base de las imágenes que las convenciones sociales le han configurado.

En ello radica la importancia de analizar sectores que tienen poco reconocimiento en el espacio público, ser joven que asiste a un sitio de recreación y esparcimiento es ante todo otorgar una reinterpretación de las manifestaciones culturales, puesto que cultura no sólo se refiere a la asistencia de museos, exposiciones o conciertos, propiamente el frecuentar un lugar público en el cual se expongan manifestaciones de ideales, un lugar donde la visión práctica del mundo, el estilo propio de significar ideología ha quedado claro que se conoce como cultura.

Lo trascendente de analizar un sector como lo es el erróneamente denominado friki es otorgar significaciones a lo ya significado, más que un modo particular de consumir, implica un modo de vivir lo que y de lo que se consume. Es de real importancia recalcar qué elementos los han hecho crearse una identidad y a qué edad lo están viviendo, pues el categórico “friki o raro” como consumistas desmesurados sirve como reflejo del prejuicio que se tiene de la sociedad por la misma.

Es importante reinterpretar el término hacia una cultura en el que el consumo se guía principalmente por la disposición habitual, el habitus de cada persona con respecto a sus intereses, pues no por el hecho de asistir a la Friki Plaza, ver películas SyFy o comprar elementos relativos a dicho universo se categorice con el término que literalmente denote rareza, excentricidad y diferenciación como comportamiento hacia el rechazo.

Adentrarse al ambiente friki es incorporarse a un universo del “pseudó”, en el que sólo se vive a través de las experiencias imaginarias de seres ficticios. Es conveniente recalcar la idea respecto a la búsqueda de identidad dentro de este mundo imaginario matizar por ejemplo, así como el beber alcohol no implica necesariamente convertirse en un alcohólico, el mantener determinadas aficiones más o menos frikis no supone necesariamente entrar en una dinámica categórica.

Esta definición subraya que el habitus es un sistema de disposiciones duraderas adquirido por el sujeto en el transcurso del proceso de enculturación. Las disposiciones habituales son actitudes, inclinaciones a percibir, sentir, hacer y pensar, objetivadas por los sujetos debido a sus condiciones subjetivas de existencia y que funcionan entonces como principios de acción, percepción y reflexión, lo que comúnmente se conoce como costumbre, de ser frikis o llevar a cabo el fanatismo.

Si la comunidad friki es categórica por el fanatismo de cierto consumo ¿se puede categorizar al friki con los apasionados a la religión, la escuela, el gobierno? Temas que para la sociedad son relativamente importantes y que atienden a cualquier sujeto, de este modo el ser friki puede ser el categórico para cualquier otro interés desmesurado que no necesariamente sea por el consumo de medios audiovisuales y literarios fantásticos.

El hacer una labor etnográfica que busque conocer las convenciones sociales que los categorice como una comunidad prejuiciada de este modo, pues para fin todos los sujetos en menor o mayor medida depositan carga simbólica en bienes que le son significativos sean los más comunes hasta los más excéntricos, el categórico friki como se usó en dicho trabajo de investigación hacia un interés desmesurado por productos de interés tomaría riendas en cualquier otro interés o dominio de algún elemento.

El éxito de la industria audiovisual sobre el género ficticio o heroico ha incrementado el consumo de esta comunidad en años recientes de acuerdo a los datos otorgados por las series, películas y animes que del año 2008 a la fecha han provocado a las masas para el interés de dicho universo cultural. De esta manera la disposición hacia el interés por parte del incremento de consumo dependerá que el categórico raro se lleve a cabo.

El presente trabajo constituye solo un reporte de investigación intermediado por diversas disciplinas que en conjunto enriquecieron la labor de entendimiento con la sociedad, puesto que la comunicación es la disciplina en la que las mentalidades se tornan flexibles o por el contrario, se encapsulan, el uso de la comunicación como labor de indagación en los ideales de las sociedades, el deseo de ser reconocidos y encontrar un estilo de vida que los haga llevar más leve su existencia.

El rol de la comunicación entre los saberes es en el sentido de las interacciones y formación del entendimiento hacia el otro, puesto que la comunicación es el medio por el cuál nos ayudamos a entrar en común, el asimilar y tratar de ponerse en los zapatos de personas las cuales no se es familiar como los “frikis”, hace pensar en formas alternas a las propias de ver el mundo, una visión o percepción de llevar la existencia, recayendo en el concepto de cultura para Jorge González (2007).

Se consideró que es de suma importancia examinar a la identidad por la vía cualitativa, que se forma y se manifiesta por los procesos de interacción y comunicación con los demás y así indagar en subjetividades para tratar de comprender el estilo de vida propio en pocas ocasiones generalizable pero en el entendimiento con la sociedad, una sociedad humana que deja de lado el corte condescendiente al evitar la indagación de significados y apropiaciones llevados a cabo por las manifestaciones culturales.

La labor del trabajo académico fue entender la identidad que cada sujeto entiende sobre sí mismo y sobre los demás, de este modo se puede entender el desarrollo de las relaciones sociales y así plasmar la estrecha conexión que la comunicación tiene con la cultura juvenil actual en México, todo esto a partir del consumo de bienes dentro de un espacio público como lo es la Friki Plaza de la Ciudad de México.

Bibliografía

- Agulló, Roberto. (2013). *“Generación friki ¿el hombre del futuro?”*. *El manifiesto.com*. España.
- Alcalá, R. y G. Mónica. (2008). *“Construcción de identidades”*. México: Facultad de Estudios Superiores Acatlán. UNAM.
- Akuavi, A., Carballido, L., Hiroko, A. y Galindo, J. (2011). *“Identidades: explorando la diversidad”*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Cuajimalpa.
- Almanza, V. (2005). *“Los estudios sobre el Consumo Cultural: Algunas observaciones metodológicas”*. Razón y palabra, número 47. Octubre-noviembre.
- Álvarez, Karla. (2009). *“Monografía sobre la cultura otaku”*. México: Universidad Villa Rica.
- Anónimo. Texto recuperado en septiembre 2015. *“Presentación de los datos cualitativos”*.
- Benavidez, María Luisa; Pacheco, G. y Zamudio, G. (2008). *“La afición por el anime y el manga: los procesos psicológicos que la contextualizan en la sociedad contemporánea”*. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco.
- Bonnewitz, P. (2006). *“La sociología de Pierre Bourdieu. Primeras lecciones sobre sociología de Pierre Bourdieu”*. Argentina: Ediciones Nueva Alianza.
- Burton, T. (2000). *“La melancólica muerte de chico ostra”*. (5ª edición). Barcelona: Anagrama.
- Camacho Quiroz, Nadiezhda (2013) *“El friki yucateco ante el friki de la cultura mainstream”*. (Tesis de maestría inédita). México: Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Censo de Población y Vivienda (2010). Perfil sociodemográfico de jóvenes / Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI.
- Cobos, Tania. (2010). *“Animación japonesa y globalización: La latinización y la subcultura otaku en América Latina”*. Razón y palabra. No. 72, mayo-julio.
- Curran, J; Morley, D. y Walkerdine V. (1998). *“Estudios culturales y comunicación. Análisis producción, consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo”*. España: Editorial Paidós.
- Feixa, C. (1999) *“De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud”*, Capítulo III. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Feixa, C. (2003). *“Del reloj de arena al reloj digital. Sobre las temporalidades juveniles”*. México: JovenES: Revista de estudios sobre juventud. (Págs: 6-27). Julio-Diciembre.
- Galindo, J. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson.
- Giménez, G. (2006). *“La sociología de Pierre Bourdieu”* en Perspectivas teóricas contemporáneas de las ciencias sociales. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.

- Giménez, G. (2007). *“Estudios sobre la cultura y las identidades sociales”*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- González, Jorge. (1994). *“Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida”* en Más (+) Cultura (S). México: CONACULTA.
- Ibáñez, J. (1991). *“El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden”*. Santiago de Chile: Amerinda.
- Igarza, R. (2009). *“Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural”*. Argentina. La crujía ediciones.
- Instituto Mexicano de la Juventud, IMJUVE. (2010). Encuesta Nacional de Juventud 2010, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2010). Panorama sociodemográfico del Distrito Federal, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2012). Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM), México.
- López, M. (2014). *“No todos somos otakus. Construcción de la identidad de los jóvenes que consumen elementos culturales japoneses”*. México: Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM.
- Monje, C. (2011). *“Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica”*. Universidad Sur Colombiana: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.
- Ortega, Luz M. (2009). *“Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis”*. Culturales, vol.5. No. 10. Julio-Diciembre.
- Okuda, Mayumi. Gómez-Restrepo, Carlos. (2005). *“Metodología de investigación y lectura crítica de estudios. Métodos en investigación cualitativa: triangulación”*. Revista Colombiana de Psiquiatría. No. 1: Vol. XXXIV.
- Ramos-Umaña, L. (2012). *“Sobre la formación del carácter en Aristóteles”*. (Tesis de maestría inédita). México: Facultad de Filosofía y Letras, UNAM.
- Sabino, C. (1992). *“El proceso de investigación”*. (2ª edición). Bogotá: Panapo.
- Soifer, Alejandro. (2012). *“Que la fuerza te acompañe. La invasión de las culturas nerd, geek y friki”*. Buenos Aires: Marea.
- Sunkel, G. (1999). *“El consumo cultural en América Latina”*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Taylor, S. y R. Bogdan (1994). *“Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados”*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (1999). *“El concepto de cultura”* en Ideología y Cultura Moderna. México: UAM.

Cibergrafía

- Álvarez, R. (2007). La historia de las revistas de anime en México parte I. Recuperado en Junio de 2015. Disponible en: <http://toukanmanga.blogspot.mx/2007/08/la-historia-de-las-revistas-de-anime-en.html>
- Cruz, Luis M. (2015) Jurassic World: ¿la más taquillera de la historia?. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: http://www.cinepremiere.com.mx/54495-jurassic-world-supera-los-1000-mdd.html?utm_source=crowdignite.com&utm_medium=referral&utm_campaign=crowdignite.com
- Cultura CDMX. Recintos / Centros culturales / José Martí. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.cultura.df.gob.mx/index.php/historiaccjosemarti>
- Delgado, R. (2011). House maid café: La experiencia de un maid café japonés en la Condesa. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.mx-df.net/2014/09/house-maid-cafe-la-experiencia-de-un-maid-cafe-japones-en-la-condesa/>
- Delegación Cuauhtémoc. Para ti + / Entorno / Delegación Cuauhtémoc. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.cuauhtemoc.df.gob.mx/paginas.php?id=entorno>
- De Sancha, María. (2014). 8 tribus que pueden sacar pecho en el Día del Orgullo Friki. Recuperado en Mayo de 2015. Disponible en: http://www.huffingtonpost.es/2014/05/25/tribus-orgullo-friki_n_5366154.html
- Flores, E. (1996). Mega Comic. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.oocities.org/vicm3.geo/megacomix61996a.htm>
- Galicia, G. (2014). No solo de convenciones vive el nerdo. Recuperado en Mayo 2015. Disponible en: <http://www.chilango.com/general/nota/2014/04/18/lugares-frikis-para-conocer-en-vacaciones>
- Galicia, G. (2014). Para moneros, potterheads y otakus. Recuperado en Mayo 2015. Disponible en: <http://www.chilango.com/ciudad/nota/2014/05/23/lugares-frikis-en-el-df-ii>
- García, Roberto. (2012). El manga y su divulgación en México. Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, "Tecnocultura: gamers, comics y ciencia ficción". Año 2, No. 2, marzo-agosto.
- García, R. (2015). Guía para entender el Universo Cinematográfico de Marvel. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: http://revistadiners.com.co/ocio/25164_guia-para-entender-el-universo-cinematografico-de-marvel/
- Frikiplaza. Recuperado en Julio 2015. Disponible en <http://frikiplaza.com>
- LAMAC. Penetración de TV Paga en hogares / Métricas de TV Paga. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.lamac.org/mexico/metricas/total-por-tv-paga>

- Martínez, R. (2014). ¿Qué pasó con Editorial Vid?. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.gamedots.mx/editorial-vid-historia-cierre-comics>
- Nafría, Ismael. (2015). Las 20 películas más taquilleras de la historia. Recuperado en Mayo 2015. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150406/54429435087/20-peliculas-taquilleras.html>
- Pardo, D. (2013). ¿Cuál es la diferencia entre un geek y un nerd?. Recuperado en Mayo de 2015. Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/06/130624_tecnologia_geek_nerd_definicion_diferencia_dp
- Restaurante Comicx. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.comicx.com.mx/>
- Ruíz D. (2015). El Caldero Chorreado, el pub de Harry Potter en Tlalpan. Recuperado en Mayo 2015. Disponible en: <http://www.maspormas.com/guia/el-caldero-chorreado-el-pub-de-harry-potter-en-tlalpan>
- Sanz, E. (2012). ¿Es lo mismo geek que friki?. Recuperado en Mayo de 2015. Disponible en: <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/preguntas-respuestas/ies-lo-mismo-qgeekq-que-qfrikig>
- Sensacine. Las series mejor puntuadas. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: <http://www.sensacine.com/series/serie-7157/audiencias/>
- Wikia. Censo Jedi. Recuperado en Mayo 2015. Disponible en: <http://es.starwars.wikia.com/wiki/Jediismo>
- Wikia. Star Wars. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: http://es.starwars.wikia.com/wiki/Star_Wars
- Wikipedia. Películas con las mayores recaudaciones. Recuperado en Junio 2015. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pel%C3%ADculas_con_las_mayores_recaudaciones

Audio

- Código DF. Radio cultural en línea. Kinoko Power / Octubre 2013 / La Friki Plaza. Recuperado en julio 2015. Disponible en: <http://www.codigoradio.cultura.df.gob.mx/index.php/kinoko-power/14860-la-friki-plaza>

Ejemplo del diario de campo utilizado para la recolección de datos durante la observación participante al interior de la Frik Plaza Ciudad de México.

<p>□</p> <p>FECHA: ____ / ____ / ____</p> <p>LUGAR: _____</p> <p>HORARIO: _____</p> <p>CATEGORIAS DE ANALISIS:</p> <ul style="list-style-type: none">- Producciones culturales- Lenguaje- Estética- Alimentos- Actividades representativas- Tiempo <p>NOTAS:</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>	<p>□</p> <p>FECHA: ____ / ____ / ____</p> <p>DESCRIPCIÓN DETALLADA:</p> <p>C.O.</p>
--	--

A continuación se muestra la transcripción del diario de campo, el instrumento que sirvió para la recolección de datos durante la aplicación de la técnica, la observación participante.

Viernes 14 de agosto

2:30 a 3:00

Mapeo del lugar

Viernes por la tarde y la Ciudad parece haber despertado ya desde tempranas horas. ¿Ubicación?, el centro Histórico de la Ciudad de México, una zona en la que los atractivos turísticos abundan poco más que en cualquier otro sitio. Un lugar de fácil encuentro para cualquier residente (o no). Entre cantidad de museos, edificios patrimoniales, comercios, oficinas y la muchedumbre se encuentra “*El Bazar del entretenimiento y el videojuego*”, un sitio en el que los asistentes se convierten en lo que ellos más desean, qué importe que piensen los demás.

¿Bazar del entretenimiento?; ¿Habrán alguien escuchado antes de este sitio?. Ha sido encomendada una tarea que requiere familiarizarse con este espacio para un sujeto de 23 años de edad, Parker. Escaso cabello, piel apiñonada y nariz grande. Estatura media y complexión delgada con una actitud de curiosidad similar a la de un niño de ocho años, dicho sujeto ha tenido la misión de salir y conocer todos aquellos elementos que hacen del bazar, un espacio que ofrece un universo alterno para sus asistentes.

“¿Quién puede visitarlo?; ¿Qué comerán?; ¿Qué hay dentro?; ¿Qué podría hacer yo en ahí?; ¿Me aceptarán, me rechazarán?”. Parker ha estado interesado en conocer el lugar, se sabe que mantiene dentro un universo de imágenes, signos, códigos y convenciones que el sujeto de 23 años apenas puede llegar a conocer, lanzado a la aventura para que a lo largo de dos semanas platicue con sus asistentes, coma lo que ellos comen, beba lo que ellos beben, en general consuma lo que ellos consumen y se identifique con ellos y con el lugar.

“*Bueno, vámonos*”. Vestido con una playera color rojo, pantalones de mezclilla y tenis de igual color sale acompañado de un diario que le ayudará a escribir todas aquellas frases que le parezcan sobresalientes, describirá además las actividades que se hagan al interior del recinto, y, por último, escribirá además todos aquellos sentimientos que le provoquen el estar ahí. Incluyendo igual, un dispositivo mágico que ayuda a guardar voces de algunas personas que considere interesantes de platicar con ellas y compartan su experiencia dentro y fuera del bazar.

Transporte público, dirección al centro de la Ciudad. “*Llegamos*”. Parker tiene que filtrar un concurrido parque conocido como Alameda para poder llegar a su destino, al ser un día en que pinta para bien, cruza una avenida igualmente recorrida pero ahora por automóviles, Eje Central. Esperar para poder andar, irónico. Se escucha cerca de su tímpano un ruido que a cualquiera le molestaría siendo que los silbatos de policía, a escasos metros de distancia hacen que se abrumen un poco más después de haber sorteado cantidad de gente.

“*Llegamos*”, se dice a sí mismo. Después de haber cruzado la gran avenida haciendo esperar a los automóviles que ágilmente circulan por la misma, cuenta 27 pasos para encontrarse con la fachada de “*El bazar del entretenimiento y el videojuego*”, en algunas cabezas se le conoce también como Friki Plaza, ¿por qué?.

- “*Hay en total 23 como éstas, aquí, la más concurrida y conocida, es lo único que sé*”.

Asistentes de todas las edades, desde niños de 5 a 10 años acompañados de sus padres en mano. Chicas de 15 años con colores en el cabello, mismo que les cubre los ojos por el fleco que también está entintando con color. A Parker lo recibe un letrero grande con el nombre del lugar, el bazar. Un bazar, una plaza, lo que significa que hay gran cantidad de locales en los cuales puede encontrarse una gran variedad de objetos de distintos tamaños, colores e incluso sabores y olores.

Es momento de entrar a la Planta Baja del recinto. El lugar es un tanto decadente, primeramente se es recibido por locatarios de éste lugar que ofrecen servicio en reparación de cosas mágicas como celulares, tabletas inteligentes, computadoras, además de accesorios como fundas o llaveros para estos. Con un total de cuatro pasillos, todos los negocios ofrecen lo mismo. Es esa la planta baja, un espacio dedicado a la tecnología por ello el nombre en la fachada del lugar.

Parker se dispuso a recorrer esos cuatro pasillos, no encontrando más que celulares, tabletas y accesorios para los mismos, no hay gran novedad. Entre *“pásale amigo, qué buscabas, reparaciones, juegos, programas, pregunta”*, cada locatario dice el mismo discurso a todos los pasantes que recorren el lugar. Justo en medio de la planta una escalera eléctrica decorada con imágenes de dragones, fotografías de mujeres japonesas a caricatura, héroes de películas de Marvel que adornan las escaleras eléctricas en forma de calcomanías.

Subiendo por las escaleras eléctricas, al final Parker encuentra un mundo distinto al que reside en la Planta Baja. Un lugar de iguales dimensiones al anterior, con los mismos espacios pero sobresalen colores, formas, figuras y olores. El primer piso. Comienza a recorrerlo y se percata de que lo que ofrecen sobresale a la vista de todos. Cada local ofrece juguetes, películas, camisetas, mochilas, botones, peluches, juegos de video en cada local que puede ofrecer sólo un elemento o reúne todos en uno solo.

Pantallas dentro de los locales en los que se transmiten películas desde ciencia ficción hasta animación. Consolas de realidad virtual y los discos para jugarlo se encuentran en este primer piso del lugar. Estampados de superhéroes en playeras, mochilas y gorras. Lugares en los que se escuchan canciones interpretadas en otros idiomas, desde japonés hasta inglés. Los colores que abundan son diversos, dependiendo de lo que el local ofrezca, van desde tonos pasteles generalmente para lo japonés, hasta lo lóbrego para los juegos de video y colores primarios para lo súper heroico.

Cuatro pasillos igualmente son recorridos por Parker en el que los juguetes, ropa, juegos de video, CD's y DVD's abundan dependiendo los intereses de los asistentes. Al final del piso se encuentran unas escaleras que están decoradas con imágenes de dinosaurios, dragones y demás animales al estilo japonés, además de personajes extraídos de videojuegos pintados con aerosol sobre las paredes.

Parker se dispone a usar las escaleras y se encuentra con el segundo piso del lugar. En él encuentra el mismo número de pasillos, pero, en este lugar se dio espacio para bancas que pueden ser compartidas por los asistentes, éstos se encuentran reunidos en ellas jugando algo similar al póker o la baraja conocido como Yu Gi Oh!. Igualmente jugado con baraja, los jugadores tienen un tablero dónde colocar las cartas que juegan para vencer a su contrincante, cada juego es de dos y todos se encuentran concentrados en su juego.

- *Puedes preguntar amigo, ¿cómo qué buscabas?* Con esta frase todos los locatarios reciben a Parker cuando se acerca a su establecimiento.

Los comercios comparten la misma venta de productos que el piso anterior. Entre artículos de uso personal como camisetas, gorras, accesorios para el cabello, maquillaje para mujeres y demás ahora sobresale al final del piso una estética, local dedicado al corte de cabello y demás. Caminando más entre los pasillos Parker se da cuenta que a un costado del lado derecho se encuentran los sanitarios para los asientes resguardados por torniquetes que con depositar \$6 pesos se puede ingresar a los mismos.

Parker ha recorrido todo el piso entre productos para el entretenimiento que ya había revisado, videojuegos, CD's, DVD's se suma ahora locales que ofrecen cartas para los torneos que los asistentes jugaban en las bancas. Las mismas escaleras en las que Parker subió comparten la entrada para unas segundas que ahora son eléctricas, decoradas igualmente con calcomanías de los personajes que aparecen en los artículos que ahí venden.

Tercer piso del lugar. En los anteriores solo se podían ver artículos, ahora, en este piso Parker y los asistentes pueden comer. A la entrada del lugar se encuentran más bancas que ahora no están ocupadas para el juego, se usan para platicar mientras los asistentes degustan bebidas y alimentos. El piso dividido por dos pasillos únicamente ya que gran parte está ocupado por bancas continuas que asemejan a un comedor comunitario, en los locales que ofrecen alimentos sobresale humo proveniente de la cocina donde venden fideos japoneses, arroz hervido y sushi.

Alternando los locales de comida con más locales que ofrecen productos como peluches y DVD's principalmente, en esta parte del recinto las bebidas que ofrecen son de todos los colores servidas en vasos de 1lt con popotes grandes y la comida que generalmente suele ser fideos servida en tazones grandes con sus respectivos palillos, o también, cajas individuales al estilo oriental.

"Interesante". Parece ser que es el último piso del lugar, pero, Parker camina hasta el fondo y encuentra otras escaleras decoradas igualmente con aerosol de personajes sacados de videojuegos exclusivamente, sube las escaleras y un letrero que dice "Zona Gamer" lo recibe. Entre sonidos que apenas comprende, luces y colores de las maquinitas que ahí encuentra, rodean el perímetro del lugar espacios acondicionados con sillones, dos o tres pantallas televisivas ubicadas en las paredes y taburetes que resguardan controles de videojuegos es lugar para dedicarse a las consolas.

El perímetro está rodeado de salas de juego, parejas de jugadores dedicados a luchar entre ellos, siendo compañeros en una banda de rock virtual o compitiendo en carreras son los juegos que se encuentran desarrollando. En medio del último piso, un escenario resguardado por un policía que no deja siquiera recargar a los asistentes, frente al mismo, dos pares de bancas similares a las de los pisos anteriores.

"Tu friki seguridad es importante. Contamos con escaleras de emergencia. ¡Ubícalas!". Un letrero al lado de las escaleras. Parecía ser el último piso, pero al fondo de cada uno de los niveles que comprende la Plaza las escaleras de emergencia indican que también pueden guiarte al sótano, un lugar igualmente dedicado para todo este universo de productos, colores, sabores y olores. *¿Sótano?, pues bueno"*.

El sótano, tal parecía que un lugar como este donde todo es color, ruido, sabor y olor tenía algo guardado para el final. Si no bastaran cuatro pisos antes para dedicarse a vender productos de películas, series, cómics, manga, anime japonés, cartas de estrategia, comida oriental, salas dónde jugar videojuegos con los pares, el sótano de la Plaza ofrece un espacio más para todos aquellos distraídos que se les pasa visitarlo, un lugar más tranquilo y más pequeño a los anteriores.

Tal vez porque en este piso se dio un espacio para otros baños, es porque la gente visita el mismo. Un espacio más tranquilo, donde igualmente ocupan lugar bancas donde también se juega cartas de estrategia, el sótano es lugar de la Administración del lugar donde los altos mandos se resguardan, se otorgan informes para todas las actividades y donde los interesados a ocupar lugares disponibles pueden solicitar información.

Parker dio por concluido la visita de hoy, las preguntas que anteriormente se planteo sobre la comida, las actividades, y lo que podría encontrar al interior de la Friki Plaza poco a poco las irá descubriendo. Este día dedicó el tiempo a conocer el ambiente y lugares del cual en días posteriores se desenvolverá al interior de El bazar del entretenimiento y el videojuego, denominado por sus asistentes como Friki Plaza Ciudad de México.

Diario de Parker número uno:

“Hoy fue mi primer día en la plaza que ofrece productos a los personajes de los cómics, de series y mangas japoneses, música igualmente oriental así como su comida y bebidas, además de poder convivir por medio de los videojuegos que ahí puedes encontrar. Hoy me la pasé muy bien descubriendo qué productos había en cada local de cada piso de la plaza. Es un lugar peculiar, cuando recién llegué me pareció extraño ver a vendedores ofreciendo servicios de celulares y demás es un lugar un poco inseguro.

Cuando subí las escaleras mi seguridad, confianza y el ambiente del lugar cambió. Ver tantos productos que interesan a jóvenes, niños y adultos, pues por lo que vi asisten personas de todas las edades, pero más jóvenes en grupos o parejas ya sea a jugar, a comer o comprar cualquier productos que ahí venden.

Los pisos que más me gustaron fueron los dos primeros porque la mercancía que ahí venden es muy sobresaliente, entre peluches mochilas, historietas, videojuegos, además de que se nota la amabilidad de los que venden sus productos pues todos te saludaban y despedían con un “que te vaya bien, hasta luego, de nada”. Los pisos que menos me gustaron fueron los dos últimos, la comida parecía extraña, había cosas que no había visto y no sé qué sean.

En el piso de los videojuegos no se escuchaba más que disparos, música sin sentido, luces y ruido que lastima los odios porque en cada sala el volumen de los juegos sube para que la experiencia sea mejor, supongo, para los que juegan pero si no juegan es difícil mantener una platica estando ahí.”

Sábado 15 de agosto
12:30 a 3:00 pm
Cuarto piso

Las 12:30, tarde del sábado. Los niños aún están de vacaciones y las familias, grupos de amigos y personas solitarias caminan por las calles quién sabe con qué rumbo. ¿Qué harían un sábado a medio día yendo por las calles del centro de la Ciudad?. No todos van para el mismo lado, dentro de ese hormiguero tan atractivo y tan caótico que es la Ciudad, una de las hormiguitas que camina entre tanta gente se encuentra Parker, esquivando miradas, hombros, voces y demás.

Hik Kuri 4 Dance Cover es el nombre del evento al cuál Parker asistiría en el último piso de la plaza, lugar, donde el escenario que se encuentra justo en medio es ocupado para todo tipo de torneos, juegos y espectáculos. De antemano, la información del espectáculo estuvo difundida en carteles pegados por las escaleras de la Plaza a lo largo de la semana, es por ello que el joven se enteró del espectáculo.

Último piso de la plaza. 12:50. Alrededor de 50 personas son las que hay en el recinto en ese momento, todas ocupadas en máquinas de baile, “maquinitas”, y al interior de los locales que ofrecen consolas de videojuegos. Parker al ver que llega temprano a la cita se sienta en alguna de las bancas para observar a su alrededor. La gran mayoría de las mujeres llevan color en el cabello, generalmente en el fleco de Los hombres vistiendo pantalón de mezclilla, playeras en colores neutros, gorras y en todos los casos, mochilas.

Frente a Parker un hombre que aparenta 28 años de barba cerrada, tez blanca, lentes y complexión más delgada de lo normal, además de que le da a su aspecto mucha indiferencia pues el cabello es alborotado, camisa y pantalón abultados. El hombre muestra un interés muy especial a la maquinita que está jugando pues a su lado un niño de 5 años inquieto por poder alcanzar a ver con sus pies alzados y colocando sus manos pequeñas en los controles de la máquina simulando con el que parecía ser su padre.

El niño intenta ver y jugar, al poco tiempo de que el hombre se percató que el niño no alcanza a ver, éste lo coloca sobre sus tenis para que el niño tenga un apoyo y así pudiese ver. El tiempo se termina y el juego también. “ 1 moneda de \$2. Cambio local 411”, un letrero a un costado de la maquinita, el hombre saca una moneda de su bolsillo y deja elegir al niño el juego que jugaran los dos, bueno, el papá del niño simulando que éste último juega.

- *“Lego papá, lego”.*

Como la maquinita guarda en su memoria una cantidad muy grande de juegos, el confirmado padre busca y elige el juego de Lego Héroes. Al mismo tiempo que el padre se balancea para que su hijo no se caiga de sus pies, el tambaleante niño aprieta uno de los botones que no tiene función dentro del juego simulando que interactúa con el mismo al tiempo que el padre realiza todos los actos que la pantalla muestra.

Al poco tiempo llega una mujer de edad similar al padre del niño Lego, una mujer de cabello largo y rizado, muy maltratado alzado con una pinza. Aparentando 28 años, la mujer de complexión delgada llega a la maquinita con su familia acompañada de tres cajillas de plástico que al interior podía observarse contenían piezas de pollo agridulce, pasta y arroz, comida oriental, una para cada uno de ellos.

- ¡Pollito!. Papi, déjame, tú vete ya a comer.

Después de decir esto, el niño Lego pasó sólo un momento más antes tratando de luchar de manera virtual antes de que abandonara a su padre para ir a comer una de las comidas que su madre había llevado. A su vez el padre del niño continuó con el juego hasta que las vidas le fueron insuficientes, no obstante sacó en dos ocasiones más, otras dos monedas para depositarlas en la maquinita y por 20 minutos más seguir jugando mientras su hijo y esposa se dedicaban a comer admirar el juego del hombre.

1:20 pm. Inicia un espectáculo de dos jóvenes, mujer y hombre que se hacen llamar Ikari World. La chica de estatura media, piel blanca, ojos rasgados, siempre sonriendo. Cabello rubio hasta los hombros y con luces color rosas en las puntas de su cabello. Su atuendo color negro, camiseta, falda corta, medias con figuras hasta las rodillas de gatos y sandalias grises. Su complexión es delgada y parecía tener 20 años de edad.

El chico por otro lado, de estatura media, piel blanca, ojos redondos, siempre sonriendo. Cabello rubio con corte largo que cubre sus orejas y llega a sus hombros además de fleco hasta las cejas. Su atuendo color negro, camisa, pantalón y botas grandes, su complexión es abultada y dicho chico que aparentaba ser mayor a la de la chica, 23 años.

- *Venga, ¿cómo está la friki está tarde?* - el chico Ikari.
- *Nosotros somos Ikari Word, somos un grupo de amigos conformados por cuatro integrantes pero esta tarde sólo venimos dos por porque los otros dos se nos enfermaron.*
- *Pero qué importa, esta tarde venimos a divertirnos, traemos sorpresitas que ya más adelante les dieron cómo podrán ganárselas.* – la chica Ikari.
- *Así es, nosotros nos dedicamos a bailar y presentarles espectáculos de canciones que ustedes se saben porque aparecen en sus videojuegos favoritos y en sus animes también.*- chico Ikari.
- *Pues bueno, vamos comenzar, lamentamos la tardanza pero por eso traemos las sorpresitas, ¡Vamooooooooos!*

Los chicos Ikari aplauden y comienzan a colocarse en medio del escenario donde una mujer de edad mayor a un lado del escenario conecta un celular con la música que bailarían los chicos Ikari. La música comienza, se hace sonar entre ruidos de las máquinas de juego y las salas donde se rentan las consolas en las cuales los participantes no voltean ni un segundo para ver lo que está sucediendo.

Los asistentes que van llegando se percatan del espectáculo, pero aquellos que ya saben a lo que van se dirigen a las salas para tomar controles y jugar, otros a las maquinitas para admirar el juego de los participantes y unos más a bailar en las máquinas especiales para esta actividad. Otro extraño, que suben para ver qué se pueden encontrar llegan y se sientan delante de Parker, otro más solamente se detienen a ver el espectáculo y continúan admirando a las personas que juegan para ver si tienen oportunidad de competir.

- *Gracias chicos, nosotros somos Ikaru World les recordamos que pueden buscarnos, nos dedicamos a hacer espectáculo sobre los openings y endings de sus animés y videojuegos preferidos.*
- *Les prometimos sorpresas así que para los que están tan al pendiente de nosotros, vamos a hacer lo siguiente. Les haremos una pregunta y la primera persona que suba aquí con nosotros y nos de la respuesta se llevan cositas como éstas. – el chico Ikari muestra posters, dulces, sopas y juguetes que pueden encontrarse al interior de la Plaza.*
- *A ver chicos vamos a empezar. Quiero que me digan para empezar, aquí quiero a alguien que me diga una caricatura, anime o manga que empiece con la letra “S” – chica Ikari.*

Una chica que estaba sentada justo enfrente del escenario de piel blanca, cuerpo delgado de lentes y cabello teñido con color azul que recién llegaba sola corre al escenario y con “Sailor Moon” como respuesta se es acreedora de un poster con la imagen de una mujer japonesa.

- *Muy bien, bueno. Otra oportunidad para ganar a ver, ahora. Una caricatura, anime o manga con la letra “M”.*
- *“Manzinger Z”.*

Una vocesita se escucha en el ambiente, pues el niño Lego en compañía de su madre, misma que le susurró la respuesta se hacen acreedores de una caja roja con la etiqueta Pokys, dulces que son comunes en la Plaza. Al terminar la ronda de preguntas y premios, los jóvenes Ikari dedican un segundo momento para una canción más con marometas, saltos, giros en el aire por parte del chico y concluyendo con splits por parte de la chica es como presentan el espectáculo a su público en el que se encuentra Parker.

Continúan las rondas de preguntas y premios simultáneamente de bailes coreográficos de los jóvenes Ikari. Así, los espectadores del show no hacen más que estar atrapados por las coreografías correspondiendo con aplausos y gritos, al tiempo que los jugadores de consolas y maquinitas se concentran en su actividad. Parker, mira a su alrededor y ve como poco a poco se van yendo espectadores cuando no ganan o llegan nuevos que no admiran nada.

Parker se encontraba sentado hasta la última mesa al fondo. A su lado, de repente llega un joven de peculiar aspecto, su vestimenta es toda negra portando una sudadera, pantalones y tenis de éste color. Su cabello es muy dispar, largo hasta los ojos, cubriendo sus orejas y llegando a sus hombros, sentándose al lado de Parker y sacando de su mochila una consola portátil de videojuegos, Nintendo 3Ds en la pantalla.

El chico de vestimenta negra hace caso omiso del espectáculo, prefiere concentrar su atención a su videojuego, coloca sus dedos pulgares por los agujeros de sus rotas mangas de la sudadera y comienza a jugar. Parker le toma atención y a ratos desvía miradas para el juego pero, al verse intimidado por las miradas después de unos minutos el joven decide guardar dicha consola e irse para algún otro lado de la Plaza.

Niño Lego con ayuda de sus papás continua ganando los premios, en alguna ocasión los jóvenes Ikari le enseñaron pasos de artes marciales y por haber concursado y haber demostrado tanta ternura en los movimientos fue merecedor de juguetes, llaveros, dulces, sodas y hasta comida para preparar en casa que venden al interior de la misma, llegando así al final del espectáculo, siendo las 2:30 pm.

Los chicos Ikari dan las gracias, Parker decide ir a ver por fuera de las salas de juego para involucrarse y ser uno más de los espectadores que se encuentran tan sólo viendo o esperando su turno para ocupar lugar en uno de los sillones. De los asistentes un 70% son hombres y el resto mujeres. Hombres de entre 18 a 40 años, pues los papás también acompañan a sus hijos de edades menores.

- *“Eres un pendejo”*
- *“Te hice mierda cabrón”*
- *“Sobres mi rey”*

Mediante miradas y gestos, en las salas es el lenguaje que se utiliza si es que se dice algo, pero, por lo general la concentración es máxima delante de la pantalla de la sala, al momento que sucede algo sobresaliente o emocionante se escuchan palabras de éste vocabulario. Uno de los aspectos que saltan a la vista es que en pocas ocasiones la presencia de mujeres en las salas de juegos es vista.

Cuando una mujer de cualquier edad se encuentra en el último piso, llega de la mano del que parece ser su novio que juntos se detienen a esperar el turno generalmente del hombre para jugar. Algunas más se distraen con sus celulares mientras esperan a que su respectiva pareja disfrute un momento jugando videojuegos con amigos o solo. otras más solamente buscan admirar qué pueden encontrar por el piso y al ver que no les es atractivo deciden marcharse.

No hay maquina que esté vacía y que logre acumular espectadores ó asistentes que esperan su turno mientras admiran las partidas de juegos. Algunos depositan su moneda mientras hay personas jugando para apartar su lugar, ellos, mediante miradas, gestos y el *“sigo yo wey”*, saben quién continuará con el juego. A la par Parker se inquieta de que un hombre que aparenta 40 años continua bailando en una máquina especial bañado en sudor, tomando agua a ratos y respirando en pequeñas pausas.

Cuando Parker termina de recorrer el perímetro del último piso se da cuenta que al final del mismo hay dos locales de comida oriental muy pequeños en proporción pues a penas si salen a la vista pero lo que más se percata es el humo que sale de los mismos y de las personas que se acumulan alrededor del mismo para admirar el menú que está escrito con cartulinas arriba de la marquesina del mismo.

Uno de los locales es de comida oriental, el segundo es de comida norteamericana como pizza, hamburguesas, papas fritas y demás alimentos genéricos. Parker, en ese momento decide que la comida oriental sería buena opción de probar pues la mayoría de las personas llegan al local. Una joven de 20 años de estatura baja y complexión delgada de rasgos latinos llega a los espectadores que dudan del menú para ofrecer la carta con los alimentos que ofrecen.

- *¿Hola, quieres ver el menú?*
- *Claro, gracias.*

La carta con nombres y fotografías de los platillos que ahí sirven, forrada con mica por los dos lados y en el sitio de los precios, números con pluma que indica la cantidad a pagar por dichos platillos en los cuales se encuentran los siguientes:

Fideo chino \$40
Ramen \$25 y \$60
Tallarines \$60 y \$90
Onigiris \$10 - Surimi / Queso / Chocolate / Fresa / Pollo
Sushi \$35, \$60 y \$120
Refresco chino \$20
Soda coreana \$25 - Curaçao / Kiwi / Gold / Frutas de la pasión / Cereza / Menta / Fresa / Manzana.
Pan al vapor \$10 - Chocolate / Crema / Carne de cerdo / Fresa / Zarzamora / Queso / Durazno.
**Guisados \$40 - Pollo a la plancha/ Pollo agridulce / Surimi / Costilla /Rollo primavera.*
**Todo guisado incluye arroz o tallarín.*

- *Yo creo que va a ser un guisado de pollo con arroz y...una soda coreana de...¿cereza?*
- *Claro. Si quieres te puedo poner arroz y tallarín en tu guisado por el mismo precio.*
- *Bueno, sí, está bien.*

La chica que toma las órdenes y apunta en su pequeña libreta, toma el pedido y retira la carta haciendo sentar a Parker con otras dos personas en una pequeña mesa redonda donde apenas caben los aderezos, los codos de los comensales y nada más. Se puede admirar el interior del local que sirve como cocina y como almacén simultáneamente acomodando y preparando los que parecen ser los dueños de residencia oriental, un hombre de 40 años y una mujer de 25.

Pasan 10 minutos y la comida de Parker está servida. La chica que anteriormente le atendió le sirve en su pequeña mesa una charola de unicel con una carita feliz y “*Nice Day*” como leyenda sobre la misma que contiene su comida, al tiempo, la chica inclina la cabeza a Parker en señal de gratitud cuando intercambian capital por alimento y desea buen provecho. Al tiempo, cuando Parker recibe su comida sus acompañantes se retiran inclinando la cabeza hacia él, mismo que con desconcierto corresponde del mismo modo.

Parker abre la charola con comida, en la cual contiene cinco esferas de pollo empanizado, cantidad suficiente de arroz y de igual manera de tallarín con queso sobre éstos. Poco después llega su soda coreana, un vaso de un 1 ltr transparente color rojo que en el fondo contiene gomitas en forma de esferas y pequeños pedazos de gelatina en forma de varas muy delicadas que al sorberlas por el popote explotaban en la boca de Parker liberando un sabor dulce, amargo o ácido, según fuera el sabor de las perlas y la gelatina.

- *¡Ay, es mucho!*

Después de haber pedido cierto platillo, Parker mastica, come, prueba y al poco rato decide dejar más de la mitad de la comida, pues la cantidad era suficiente para compartir como todos los asistentes que consumían en dicho local, compraban para dos, tres o hasta cinco personas que se alimentaban de la misma charola.

Poco después Parker decide que ha sido tiempo suficiente pues al estar con el malestar en el estomago debido a la indigestión provocada por la comida y la bebida, decide que la comida que resta amablemente regala a personas que ve durante su recorrido hacia su casa. Moraleja “mejor pedir menos y quedarse con hambre a pecar de gula y con malestares”.

Diario de Parker número dos:

“Hoy fue mi segundo día. Sabía por los carteles que habría un espectáculo en el cuarto piso de la Plaza a la 1:00 de la tarde por que lo que llegué puntual y me dio tiempo de observar un poco a mi alrededor, además de que por fallas técnicas el espectáculo empezó 20 minutos después. Fue un buen espectáculo, los chicos que amenizaron el show bailan muy bien, ambientaban bien pero la gente a la que se dirigían no les hacía caso, estaban concentrados más en sus juegos y a pesar de que se escuchaba más el espectáculo no les hacían caso.

Me sentí bien cuando en una ocasión los chico se dirigieron a mí cuando hacían preguntas para ganar premios, pero como las preguntas que hacían eran relativamente fáciles para los conocedores de anime, manga, videojuegos y caricaturas, no sabía las respuestas y no pude ganarme algo. Pero el niño y su padre ganaban todos los premios, el niño tenía mucho carisma y estaba muy emocionado no solo de ganar si no de estar conviviendo con sus padres en el último piso, simulando que jugaba en compañía de su padre.

Decidí probar la comida, como lo que más se vendía era la comida para llevar estilo oriental decidí probarla. Mala idea. Probé pollo agridulce, eran esferas con mucha grasa sin sabor, sólo a aceite. El arroz estaba muy batido y no sabía a arroz, tenía zanahorias y brócoli al vapor pero igualmente no tenían sabor. El tallarín, era pasta que encima tenía queso muy concentrado, la pasta no sabía a nada más que el sabor fuerte del queso.

Por último probé una soda coreana sabor cereza que para sorpresa no tenía el sabor que promete, era vil jarabe con hielo, más unas perlas en el fondo con sabores ácidos y más dulces que explotan al interior de la boca liberando más jarabe y sucedió lo mismo que con la comida, las cantidades eran exageradas y los sabores eran excesivos o nulos así que la comida literalmente me dejó un mal sabor de boca y un malestar estomacal más tarde. Fuera de eso el espectáculo y la convivencia con los asistentes fue buena”.

Martes 18 de agosto
6:00 a 8:00 pm
Tercer piso

Llegó el momento de la tercera observación y en esta ocasión Parker tiene la primera oportunidad de participar en uno de los servicios que ofrece la plaza a parte de la venta de bienes correspondientes al universo friki, investigó de ante mano por medio de las páginas en internet que los martes a las seis de la tarde la plaza ofrece clases de japonés...¡Gratis!.

Las clases se otorgan a cualquier persona interesada en el ámbito, propios y extraños pueden tomar el curso con el único requisito de otorgar dos horas a la semana cada martes por la tarde. Diez minutos antes y en el tercer nivel es todo tan común. Chicos en las mesas degustando ramen, fideos, sodas, pokies, charlando mientras comen o solamente conversando, más no hay algo que indique que las clases se realizarán ahí.

- *Disculpe, ¿las clases de japonés sí son aquí, verdad?*
- *¿Clases de japonés?*
- ...
- *¿Por qué no va y pregunta a la administración? joven.*

Un policía atónito que parece ser nuevo ubicado a lado de un puesto de fideos para llevar, se muestra confundido con la pregunta. Parker, rechaza la propuesta y se detiene a admirar un poco a su alrededor para notar indicios de que algún chico se encontrase estudiando, leyendo o realizando cualquier cosa que indique que la clase se realizará. Nada.

¡Esperen, un momento!. Una chica de unos 20 años, piel blanca, cabello castaño y lacio que recoge su fleco sentada en una de las mesas donde a su alrededor se encuentran más chicos, apaga su consola portátil para guardarla en su mochila decorada con figuras de anime para sacar una libreta y lapiceras.

- *Disculpa, ¿sabes si las clases de japonés son aquí?*
- *Este...sí. El maestro fue por el pizarrón.*

La chica se nota muy dudosa, además, mantiene una mirada fija hacia Parker con la cabeza apenas alzada hacia su rostro. Respondiendo además con demasiada calma y pausas exageradas.

- *Ok, ¡gracias!*
- *Y ¿vienen seguido por aquí?*
- *Este... a veces. A japonés ya tengo dos meses... pero también vengo a jugar.*

Parker les intenta hacer la platica a ella, la chica de la mirada fija y a un chico que está sentado delante de ella bebiendo una soda japonesa y cuya actitud muestra más frialdad que incluso la misma mirada de la joven. Para esto, y mientras esperan van llegando otros dos chicos. Uno de ellos saluda a la chica de la mirada fija chocando sus manos y luego los puños. El chico, de unos 20 años, estatura promedio, piel morena clara y una fisonomía grande se sienta a un lado ignorando a Parker y los demás a su alrededor.

Otro chico llega con él, pero, apartado uno del otro. Un joven de peculiar aspecto. Estatura media, complexión delgada, cabello rapado por los lados con una moicana color rojo endurecida con gel, piel morena, aretes en los oídos, nariz y labios. Ojos marcados con delineador negro y una actitud muy a la defensiva. Pantalones rotos y camisa a cuadros rojos llega y se sienta en la banca vecina donde está la chica de la mirada fija, su amigo y Parker.

La conversación se interrumpió pues los amigos conversan sobre videojuegos, el chico que llegó le pregunta sobre su avance en su consola portátil. Parker intenta no quedarse callado y comienza a preguntar al chico de la soda cuánto tiempo tiene tomando la clase de japonés. “Soy nuevo”... “vale, yo también”, al ver que la conversación no es correspondida Parker decide guardar silencio y dedicarse a observar a su alrededor.

Son las seis con doce minutos y no hay indicios de que el profesor llegue con el esperado pizarrón. Tal parece que los asistentes a las clases son nuevos o parecen ser muy serios pues cada uno es de distinto perfil. 15 minutos después de que en teoría la clase debería de haber iniciado llega un último chico, estatura superior, complexión delgada de alrededor 24 años de edad. Su cabello planchado que termina en fleco. Camisa a rayas que delinea su figura, pantalones de mezclilla, suéter abierto y zapatos de vestir color café. Muy bien vestido para el lugar y la ocasión que amerita.

“Diario de Parker número tres: son las 6:20 pm del 18 de agosto. Me encuentro en la Friki Plaza para tomar una clase de japonés y no más nada. Seis personas en total están reunidas para lo mismo que yo. Una chica de mirada muy fija para cuando habla con sus compañeros y cinco chicos de entre 18 y 25 años. Ninguno de los asistentes habla entre ellos, sólo ven su celular, rayonean su cuaderno, dos de ellos jugaban con sus consolas portátiles entre ellas la chica. Otro más toma una bebida de las que venden aquí...”

- Hola chicos. ¡¿Cómo están?!

Agacha la cabeza como saludo a las personas a las que se refiere. Es el profesor de la clase, un joven de alrededor 25 años, piel morena clara, camisa manga larga a cuadros y pantalón de mezclilla saluda a sus alumnos que lo reciben con un “*Hola Zen*”. Acompañado además del pizarrón blanco con marcadores, un tablón de un metro de alto.

- Hola, emm. ¿Eres el maestro verdad?*
- Marcos. ¿Vienes a clase?*
- Sí, pero los chicos me comentan que ya van avanzados y que te preguntara si podía tomar la clase.*
- Es que yo pensaba que podría venir cuando quisiera y como lo vi apenas pues vine.*
- Pues es como un curso. Ahorita llevamos dos clases de cuatro. El próximo mes iniciamos de nuevo con el básico por si quieres venir.*
- ¿Pero no podría ver de menos ahorita?*

- *Te puedes quedar. Yo lo decía por si querías empezar desde cero pero sí, ahorita te explico rápido lo básico que debes saber para que le entiendas. Siéntate ahí con Sara mira, ya te dijo que ahí.*

La chica de la mirada fija. Sara, su nombre de pila.

- *Bueno...yo ya me voy. Zen, ¿vas a estar aquí hasta a qué hora?*
- *Hasta las ocho, ¿por qué?*
- *Es que sólo vine a preguntarte algo.*
- *¿No vas a tomar la clase?, pregunta Parker al tiempo que se sienta y Sara se levanta.*
- *No, es que este curso yo ya lo tomé...vine a preguntar algo y a jugar.*
- *Pero ahorita regreso. ¿Cómo te llamas?*
- *Parker, ¿tú Sara, verdad?*
- *¿Y cuánto años tienes?*
- *23, ¿y tú?*
- *18.*
- *¿Te vas a ir?, ya para explicarle a... ¿cómo te llamas?*
- *Parker.*

Sara guarda sus cosas. A Parker le otorgan una hoja con símbolos japoneses por un lado y por otro dibujos en el margen de gatos con ojos grandes, helados, latas de refresco, platos de fideos con ojos y bocas sonriendo. Elementos Kawaii como se le conoce a todo lo que tenga ojos brillosos y redondos.

- *Esto es la hoja del katakana, tiene las vocales y sílabas en japonés. Ahorita vamos en la traducción literal. Ahorita es lo práctico porque las dos clases pasadas es pura historia del japonés pero sí te sirve. Ahorita que empecemos te voy explicando bien para qué sirve esa hoja.*

KATAKANA

	ア a	イ i	ウ u	エ e	オ o		
	カ ka	キ ki	ク ku	ケ ke	コ ko	アイスクリーム	
	サ sa	シ shi	ス su	セ se	ソ so		
	タ ta	チ chi	ツ tsu	テ te	ト to		コーヒー
	ナ na	ニ ni	ヌ nu	ネ ne	ノ no		
	ハ ha	ヒ hi	フ fu	ヘ he	ホ ho		
	マ ma	ミ mi	ム mu	メ me	モ mo		
	ヤ ya		ユ yu				
	ラ ra	リ ri	ル ru	レ re	ロ ro		
	ワ wa				ヲ wo		
						チーズスイートホーム	

La clase va iniciando, para Parker todo parece muy confuso pues entre dibujos, símbolos y signos japoneses no tiene idea de qué será participe en el momento. La clase va comenzando, en dos bancas al final de la zona de comida, en medio del ruido ambiente de los negocios aledaños, el profesor recarga su pizarrón en su pierna y va escribiendo el temario del día.

“Japoñol chido”. Nombre del curso que es tomado en la friki plaza y que titula primeramente los apuntes del día, acompañado de “reglas del uso del katakana”. La clase se imparte con los seis asistentes pero además extraños se acercan pues les es muy ajeno ver a un joven de 25 años sosteniendo un pizarrón a lo que éste responde:

- ¡Clases de japonés gratis, todos los martes de 6:00 a 8:00! ¡Gratis!

La frase con que el profesor invita a todos los extraños que lo admiran al pasar. Al mismo tiempo un grupo de tres jóvenes de la mesa posterior a la de Parker, se sienten extraños de escuchar al profesor y voltean, los tres con uniformes de secundaria, de 15 años principalmente. Dos chicas y un chico con mochilas platicaban entre ellos cuando de repente fue interrumpida su conversación por la invitación al público espectador por parte del Zen.

Los tres jóvenes ante la invitación deciden integrarse al equipo y reciben una hoja como la que Parker recibió con los códigos del idioma japonés. Sí, con la misma reacción que éste tuvo, ¿cómo rayos podría leerse esto?. Poco después el profesor da inicio a la clase formalmente introduciendo a los espectadores al fondo del idioma. Entre risas, el carisma del profesor y la comprensión además de más y más invitaciones a los espectadores desconocidos con gritos que los sorprenden.

Pasan los momentos, el profesor explica a los participantes que ya habían tenido oportunidad de iniciar con el curso pero además toma atenciones hacia Parker y los chicos de secundaria muy atentas.

Reglas del uso del katakana:

1. **Es fonético.** Palabras que se pueden transcribir por sí solas.

2. **Transcripción de consonantes solas.** Para transcribir una consonante sola, primero hay que identificar el grupo de kana* con el sonido consonante más parecido. Después elegir una kana con el sonido vocal “u”. Ejemplo:

Ma r co s
マ ル コ ス
(ru) (su)

**kana se les conoce a las sílabas en japonés.*

Excepciones (opciones para escribir sílabas):

T - ト (to)

D - ド (do)

Tu - トゥ (to + u pequeña)

Du - ドゥ (do + u pequeña)

3. Alargamiento vocal. Para alargar el sonido de una vocal bastará con escribir un guión medio enfrente de la kana en cuestión. Ejemplo:

ヒ`ル (edificio: jiru)

*Las que tienen “hi” se pronuncian como “ji”.

ヒ``ル (chela: biiiiru)

* Para cambiar el sonido de hi a vi o bi se coloca kente (``)

4. Transcripción de los sonidos L; J y G; Ñ.

4.1. Sonidos “L” (se escriben con la serie “R”)

La - ラ

Li - リ

Lu - ル

Le - レ

Lo - ロ

4.2. Sonidos “J y G” (con la serie “H”)

Ja - ハ

Ji o Gi - ヒ

Ju – (fu) - フ

Je o Ge - ヘ

Jo - ホ

4.3. Sonidos “Ñ”

Ña - se escribe con “ni” más “ya” pequeña: ニャ

Ñi - se escribe con “ni”: ニ

Ñu - se escribe con “ni” más “yu” pequeño: ニュ

Ñe - se escribe con “ni” más “e” pequeña: ニエ

Ño - se escribe “ni” más yo pequeño: ニョ

5. Consonantes dobles. A la serie de la “H” si se ante pone el símbolo ㇰ se convierte en “p”. Ejemplo:

Pet

へㇰ

6. Transcripción de sonidos F; She, Che, Je (jota inglesa); Ti y Di.

6.1. sonidos “F”, se coloca “fu” más su vocal pequeña.

Fa - ファ

Fi - フィ

Fu - フ

Fe - フェ

Fo - フォ

6.2. Sonidos “She, Che, Je”.

She – Shi más “e” pequeña: シェ

Che - Shi más “e” pequeña más kente: シェ`

Je – Chi más “e” pequeña: チェ

6.3. Sonidos Ti y Di.

Ti - トイ

Di - ドイ

7. Transcripción de sonidos R fuerte; Si, Ci y Zi, Tz; X; W.

7.1. "R" fuerte - el sonido se rebaja a "r" débil.

7.2. Sonido Si, Ci, Zi - se escribe con "shi": シ

7.3. Sonido "tz"- se escribe Tsu más vocal:

Tza - ツァ

Tzi - ツィ

Tzu - ツゥ

Tze - ツェ

Tzo - ツォ

7.4.

Sonidos "X"

Xa - sa más vocal: サァ

Xi - shi más vocal: シィ

Xu - su más vocal: スゥ

Xe - se más vocal: セェ

Xo - so más vocal: ソォ

Wa - wa: ワ

Wi - U con kente más vocal: ウィ

Wu - U con alargamiento: ウー

We - U con kente más vocal: ウェ

Wo - U con kente más vocal: ウォ

7.5. Sonidos con "W"

- *La kana se les llama a las letras en japonés. Eso podrían ponerlo como nota en alguna esquinita de sus libretas, chicos. Para los que no estaban la clase pasada.*
- *Cuando quieran pedir una chela en Japón es biiiiiru, con la "i" alargada. A ver repitan....*
- *Pues empezamos poquito tarde pero ya van a dar las ocho y ya sólo nos falta un inciso que explicar. ¡Síiiiiiii!*

Faltando diez minutos para concluir la clase y para que el reloj marcara a las ocho en punto de la noche, Sara, la chica de la mirada fija llega con un oniguri sobre una servilleta, apartando a Parker del lugar que ella estaba ocupando.

- *Hola.*
- *Hola.*
- *Este, ¿sí te está gustando?*
- *Sí, me gustó. Ya le entendí un poquito, sólo repaso y sí, se ve sencillo.*
- *Te recomiendo que enmiques tu hoja de katakana, mira... ¿me detienes?*
- *Así. Como yo.*
- *Ah, va, gracias.*
- *¿Y por qué te interesaste por el Japonés?*
- *Am...*
- *¡Sara!, ¡Sh!, ya vamos a acabar, no lo distraigas. Ya mero nos vamos.*
- *¿¡Sí fuiste a jugar?!*
- *Sí, este...sí. Me retaron pero ya vi la hora y me vine para acá...está lloviendo.*
- *¡Sara!*

Son las ocho de la noche. A la parecer ninguno de los asistentes tiene preguntas pues después de que Zen se refiriera a esto, ¡sorpresa!, no dejará salir a ninguno de la plaza sin antes transcribir y

traducir su nombre con las reglas que mencionó a lo largo de casi dos horas. Pero, para la siguiente sesión pues la plaza está casi vacía. Locatarios cerrando caja, bajando cortinas y despidiéndose entre ellos con palmadas en la espalda, chocando las manos o con un simple “sale wey”.

Cada uno de los jóvenes recoge sus cosas y no tarda en que el profesor borre los apuntes de la pizarra que sostiene cuando todos excepto Sara y Parker quedan con él.

- *Qué onda, ¿cómo lo ves, te gustó?*
- *Si Marcos, está padre. Me gustó, yo pensé que era más difícil y te digo, yo pensé que podíamos llegar cuando quisiéramos y tomar las clases.*
- *Esa es la idea que la administración tiene y que he tratado de manejar pero es mejor si tiene continuidad así como en las escuela. Aunque sean gratis pero hay que darle formalidad a esto, ¿no?*
- *¿Y tú qué onda Sara, qué pasó?*
- *¿Y las clases de los sábados?*
- *¡Chaaaaaaale!, si es cierto. ¿Ya ves para qué te vas?, ya ni les dije del sábado.*
- *Yo sólo venía a preguntarte eso Zen.*
- *El sábado las clases son en C.U. allá también doy clase por si quieres, na' más que allá sí cuesta \$50^o cada clase por cuatro meses.*
- *¿Y a qué hora es?*
- *11:00 a 13:00...*

La conversación siguió mientras Parker y Sara acompañaron al Zen a dejar la pizarra a la administración, mientras los dos primeros conversaban sobre gustos e intereses.

- *¿Te gusta el anime?*
- *¿Cuál?*
- *Pues, no soy mucho de anime, pero creo que...Dragon Ball era de mis tiempos y Pokémon.*
- *¡Pokémon!, ¿Qué tipo?*
- *¿Tipo?*
- *¡Generación!*
- *¿Generación?*
- *No sabía, yo me quedé en que Ash liberó a una mariposa que tenía por Pokémon.*
- *Jajaja. Eso fue como por 2001.*
- *¡Wow!*
- *¿Y vienes seguido a la friki?*
- *Pues no mucho, sólo a comprar y demás pero ahorita sí andaré por aquí más seguido. Descubrí algunas cosas que me llamaron la atención. Los juegos, juguetes, ropa, los talleres y demás.*
- *Deberías pasarme tu Facebook para ver cuándo vienes.*
- *Sí, y así me recomiendas animes y me actualizas en eso.*
- *¡Listo chicos!, vámonos.*

- *¿Para dónde vas... Parker?*
- *Para el metro, ¿ustedes?*
- *Sara y yo siempre nos vamos, vivimos los rumbos.*
- *¿Dónde viven?*
- *Este, yo por Taxqueña.*
- *Yo para Universidad.*
- *¡Auch!, yo vivo en muy, muy lejano. Mi reino queda más para el Estado, al norte.*
- *No bueno, ¿y por qué decidiste venir hasta acá?*

La plática entre los tres jóvenes es interrumpida, pues al tiempo que estos van saliendo de la plaza que ya se encuentra cerrada y que dos policías abren una pequeña puerta sobre la cortina verificando que nadie se quede dentro. Al tiempo un grupo de tres jóvenes y una señora de edad madura corren a saludan a Zen agachando la cabeza primeramente y enseguida con un choque de manos acompañado de un abrazo.

- *Son mis alumnos, bueno, fueron. Hasta su mamá. Vienen a clase de K-pop que se da en el cuarto piso, lo malo que lo dan a la misma hora que mi clase sólo que ellos ya terminaron con mi curso desde hace como medio año y pues somos buenos amigos ahorita.*
- *¿Y tienes mucho dando esta clase?*
- *Pues... como dos años.*
- *¿Y sólo las has dado aquí?*
- *No, estuve dando un tiempo en una casa de cultura de voluntario. Ahorita sí me pagan por hora, además de las clases que inician en C.U. allá tengo un semestre porque no tenía que descuidar la carrera.*
- *¿Qué estudias?*
- *Literatura.*
- *Wow.*
- *¿Y por qué japonés?*
- *¿Por qué no?, es bellísima su cultura, los significados, la gastronomía, su mentalidad ante la muerte.*
- *¿Y te gusta dar clase?*
- *Sí, es bonito. Ahorita hay un proyecto en puerta con los de la UNAM para tratar de integrar como el idioma a CCH y prepas pero primero necesitan todo eso de la investigación y demás a ver si se da.*

Los tres chicos acompañados de la familia que después de haber saludado al Zen acompañaron por separado hasta la estación de metro más cercana. Estando ahí todos y cada uno de los acompañantes se despidieron ya con saludos formales estrechando la mano entre ellos, deseando buen viaje y próxima visita.

“Diario de Parker número tres:

“Son las 6:20 pm del 18 de agosto. Me encuentro en la Friki Plaza para tomar una clase de japonés y no más nada. Seis personas en total están reunidas para lo mismo que yo. Una chica de mirada muy fija para cuando habla con sus compañeros y cinco chicos de entre 18 y 25 años. Ninguno de los asistentes habla entre ellos, sólo ven su celular, rayonean su cuaderno, dos de ellos jugaban con sus consolas portátiles entre ellas la chica. Otro más toma una bebida de las que venden aquí y poco después llegó el profesor.

Al principio me sentí muy nervioso, pues los chicos que estaban ahí para tomar la clase no hablaban entre ellos, todos a su alrededor están conversando pero ¿cómo hacerles la plática si cada uno de ellos era distinto?. Mi única salvación era la chica de la mirada fija, su comportamiento era muy confiable a pesar de su manejo de mirada pues su mirada era algo pesada, pero después, conforme ella me iba preguntando mis intereses su interés iba revelando más confianza conmigo.

Poco después sentí confianza con el profesor, es muy bueno para explicar su clase, para responder preguntas y tratar de vincular a las personas que éramos ajenas con el tema que es el japonés. Aunque a mí no me llama la atención ni un poco el idioma, tomar la clase despertó cierto interés a seguir descubriendo o de menos tratar de memorizar la clase para posteriormente usarlo en algún momento.

Seguramente fue por la picardía del profesor que la clase se tornó amena, aunque el ruido de la plaza evitaba escuchar en ocasiones al profesor, éste se mantenía atento a todas las dudas. El japonés no es tan sencillo como lo hace ver el profesor, pero es divertido además de haber conocido nuevos compañeros y preguntarles sus intereses, saber que en la friki plaza se interesan por una cultura oriental de manera gratuita”.

Una tarde lluviosa, aquella lluvia que solamente arrecia el ambiente, no pretende mojar y no intenta ser agresiva. De esa tarde de viernes, al estar la plaza en un lugar céntrico comienza a haber gente común. Parker se dispone a guardarse de la lluvia además de disfrutar su estancia sin saber qué es lo que podría encontrarse en una tarde de viernes como aquella, perfecta, para estar en un lugar cálido y reconfortante.

Parker se decide que es momento de asistir al segundo piso de la plaza, un lugar donde los asistentes tienen al alcance un peculiar local al cual acudir cuando tengan un alboroto en su cabello, la estética “Moda Alternativa”. Así como un mal chiste la estética que atienden dos chicas de 25 años, el local está ubicado al fondo a la derecha del segundo piso de la plaza, espacio decorado en primera instancia por una hoja con lo siguiente:

Corte sobre diseño \$99
Barba \$49
Bigote \$49
Alto peinado \$49
Despunte \$49
Decolorado \$49

- *Hola, ¿buscas algo en especial?, puedes preguntar.*
- *¿Quieres que te muestre el catálogo?*
- *Mmmm hola, ammm no, bueno. Dice ahí que haces corte de barba.*
- *Sí, ¿quieres que te muestre el catálogo?*
- *Mmmmmm, a ver.*

Para sorpresa de Parker, el catálogo que una de las chicas le ofreció poseía las imágenes comunes de cualquier estética o peluquería. Cortes para dama, caballero, estilo de barba y bigote, todo esto mientras una de ellas atendía a una persona de piel blanca, un joven de 15 años con facciones muy delicadas que poseía rasgos andróginos al cuál le cortaban su rubio cabello que llegaba hasta los hombros y la otra planchando su rubio cabello.

- *¿No te gustó algo chico? Igual si tú traes una foto te podemos modelar. ¿Qué es lo que buscas?*
- *Pues no sé, ¿cómo qué sería lo más común que se le puede hacer a un chico. O bueno no, mejor dicho. ¿Qué se me puede hacer?*
- *Pues... (Deja de realizar el corte para fijar su mirada al cabello de Parker y su barba).*
- *Es que no tienes mucho cabello ¿verdad?, si quieres un diseño o algo podrías ver primero algo que te guste, si quieres tu mismo largo o si quieres que te deje más corto.*
- *En la barba te la podría delinear, o hay otro catálogo con trivales.*
- *¿Y si me quiero pintar la barba, se puede?*
- *Sí chico.*

- *¿Y cuánto saldría?*
- *Pues necesitas decolorar primero, te tendría que aplicar el peróxido y ya después el color. El frasco de color sale \$300 o tubos de \$140. Si traes tu color sólo te cobraría la aplicación.*
- *¿Cuánto?*
- *\$49.*

El local es de dimensión más amplia que los convencionales que existen al interior de la plaza. MTV es el canal que sirve como ambientación para la estética pues aunque ninguna de las tres personas lo admira, el volumen sirve para ambientar la estancia. Color blanco en las paredes, calcomanías de flores estilo Hawái en colores azules, rosas, naranjas en las mismas. Espejos curvos y cuadrados. Sillas, utensilios y toallas color negro que contrastan con el blanco del lugar.

- *Mmmmm es que sólo vine a preguntar. Yo creo que vengo mañana, ¿abres?*
- *Sí, de miércoles a domingo de 11:00 a 7:00.*
- *Mmmmm bueno. Una pregunta, ¿qué es lo más caro que se puede hacer?*
- *¿Cómo que lo más caro?*
- *Sí, lo caro y más laborioso. Si yo traigo una imagen dijiste y, ¿me lo puedes diseñar?*
- *Ah sí.*
- *Lo más laborioso es el modelado, depende el largo del cabello y el de la foto porque a veces se mete cortina para que le quede el largo y extensión.*
- *¿Y aunque sea de una caricatura o algo así?*
- *Por eso, depende la imagen que traigas.*
- *Oh ya, bueno. ¡Gracias!*
- *Ándale que te vaya bien.*

Después de hacer una parada por la estética, Parker dispuso su tiempo para observar elementos a su alrededor que causaran su interés. Al ser el segundo piso de la plaza un lugar donde se encuentra todo tipo de coleccionables, desde figuras, series, películas, juguetes, videojuegos, además de ropa como sudaderas, playeras y hasta pijamas, todo a su alrededor era un mundo lleno de colores vivos, pues desde lo más pequeño como es una figura de colección hasta lo más grande como son las figuras de cera.

Caminar y observar, observar y caminar, caminar y... ¡un poni!. Una joven de 15 años con su papá acompañándola. La chica con su cabellera larga color rosa y una sudadera azul con gorro que simula la cabeza del poni llamado Raibown Dash, de My Little Pony. Además carga consigo un peluche del mismo personaje que va acariciando poco a poco como si acariciara a un gato u otra mascota de compañía.

No, no era un poni, sólo era una chica que simulaba serlo con su aspecto y colorido. Seguir caminando por los pasillos y encontrarse al otro extremo de la estética un local con pelucas para el cosplayer, maquillajes, pupilentes y demás elementos que hacen del disfraz un arte, atendido por

dos mujeres, una chica de 25 años y una señora de 50 que limpian la mercancía y ofrecen con amabilidad los productos que ofrecen.

Un aspecto más, una señora alrededor de 50 años acompañada de su hijo de 30. La que parece ser su mamá, una señora de estatura baja compleción grande que porta un mandil color rosa y falda, toma una soda japonesa mientras su hijo pregunta por un videojuego en un local. El hijo, de 180 cm de estatura, moreno de piel, cabello abundante y desaliñado con vestimenta negra y estampado del símbolo X-box en la playera pide dinero a su madre para comprar el videojuego.

Caminar más y más para admirar cada uno de los objetos, preguntar por precios que ascienden a los 200 hasta los 500 pesos dependiendo de las figuras, videojuegos, series, mochilas y demás juguetes o lo más baratos, llaveros, collares, discos, y figurines de entre 40 a 80 pesos. Niños de edades acompañados de sus padres que solamente guían el camino de sus crianzas, además de adolescentes y jóvenes con mochilas, cabello decolorado o entintado con colores pastel y vivos.

Caminar y observar, observar y caminar, caminar y...no, en este momento no es ningún poni, ni tampoco alguna jovencita con accesorios que la hiciesen sentir como tal. Hablando en términos de accesorios se Parker camina entre los asistentes para encontrarse con cuatro chicas que conversan en una de las mesas hasta el final del segundo piso, todas ellas, vestidas de manera poco convencional, entre pelucas, espadas, pupilentes, ropaje de colores sobre salientes. Cuatro chicas disfrazadas de personajes de algún anime, haciendo lo que se conoce como cosplayer.

Todas ellas de estatura mayor a la normal, 180 cm tal vez. Las cuatro tienen una fisionomía con algo de peso y un aspecto muy masculino. Describiendo una por una. La chica del kimono, como su nombre lo dice portaba una bata estilo japonés color negro que arrastraba por el suelo y las mangas de sus brazos. A su espalda, lo que parecía ser una espada real a la distancia; peluca negra con fleco que cubre sus ojos, mismos que decora con pupilentes de la misma tonalidad.

A su lado otra chica de igual tamaño y compleción, sin peluca pues su cabello es corto por los lados y largo por en medio hasta llegar por una cola trenzada que llegaba a sus hombros. ¿Cómo viste un militar?, pantalones blandos con franjas características, botas anchas y playera color verde. De este modo la acompañante de la chica del kimono tomaba la mano entre risas a su compañera que parece ser su enamorada, la joven militar.

En la misma mesa, frente a las chicas antes descritas una pareja más que igualmente toman su mano a pausas interrumpidas por abrazos, besos y risas entre el grupo. Una de ellas, cuya cabellera era rubia y corta, mostraba dentro de su vestimenta un ojo humano de gran tamaño al frente de su pecho que sería algo que parecía ser un broche. Una sudadera negra con alas en la espalda, una camisa ropa color gris y un trozo de tela igualmente roto color rosa que le servía como codera.

Continuando finalmente con la chica que acompañaba a la joven del broche de ojo. Una chica de estatura menor a su acompañantes pero igualmente, proporcionalmente mayor a Parker. De todas ellas parecía la más femenina debido a sus comportamientos, su risa y su atuendo. Una bata color blanca cual médico o farmaceuta; cabellera en tono gris con blanco peinada a fleco; bufanda amarilla que recorría su cuello dos veces; guantes igualmente blancos y el particular brillo en los ojos que le daba los pupilentes grises.

Parker, a manera meticulosa, piensa en cómo podría tener un acercamiento hacia estas cuatro chicas que a pesar de que muestran un comportamiento sutil es poco pertinente interrumpir una conversación entre amistades más, por lo sobresaliente de su aspecto. *“Supongo debe de atraerles que les pregunten sobre su vestuario, bueno, su cosplay, sí, su cosplay. Pues debería pedirles una foto y a ver qué pasa”*. Se dijo Parker a sí mismo aventurándose a las chicas:

- *Hola chicas, ¿cómo están?*
- *Ay perdón que las interrumpa pero, ¿podría tomarles una foto, por favor?*
- *Sí.*
- *Sí.*
- *¿Podría tomarles primero a las cuatro?*
- *A mí no, si quieres yo se las tomo – dijo la joven militar.*
- *Emmm bueno, no hay problema. Por cierto me gustan tus botas.*
- *A huevo, gracias.*
- *¿Y podría tomarles foto por separado para ver su cosplayer?*
- *Ah sí, está bien - asintió la chica del kimono.*

La primera en posar para la cámara de Parker. Desenfundando su espada que en un principio parecía real es en realidad un tipo de imitación que no llegaría a ser un juguete, más sí un accesorio. Con espada en mano, apunta hacia la cámara inclinando la cabeza y mirando fijamente. Poco después, voltea la posición para ser tomada de perfil con la misma espada apuntando hacia la joven militar que se encontraba a un costado de Parker.

- *¡Esa es mi vieja! – en actitud orgullosa, la joven militar.*
- *¿Ustedes?.*
- *Sí, está bien – la joven del broche de ojo.*

Cuya posición se enfocó solamente en cruzar los brazos y mirar a la cámara de Parker inclinando la cabeza hacia atrás en sentido retador igualmente alzando un poco los hombros. Por último, la chica de la bata de médico se mostró con actitud más tierna al juntar sus manos y posicionar sus dedos haciendo la figura de un corazón colocándolo en su pecho.

- *Ay, qué bonito que te pidan así las fotos. Puras selfies. – la chica de la bata.*
- *¿Selfies?*
- *Pues sí, sólo te abrazan y ni cabemos en la foto pero ahí están queriéndote meter. Me gusta más así.*
- *¿Por qué?*
- *Pues porque eres más tú, tu personaje.*
- *Bien, ¿y por qué el corazón?*
- *Porque ... así se expresa, mucho amor y es bonito salir en las fotos así.*

Después de la sesión de fotografías, la chica del broche de ojo besa a la chica de bata y la abraza.

- ¿Y de qué son sus cosplayer, chicas?. Perdón que las interrumpa.
- De Dramatical Murder, es un anime medio gay pero, es que...
- Pero qué, no hay problema, yo quiero saber. Están muy padres tus ojos por cierto.
- Eh, hey. – la chica del broche de ojo.
- Jaja. Gracias, pues es que es una historia muy gay, porque sólo son hombres de un colegio que se cogen entre ellos y además organizan peleas.
- Órale, ¿y cómo se llama tu personaje?.
- Clear.
- ¿Y cómo es Clear?
- Es un robot que quiere ser humano, así como Pinocho pero este es un robot que cayó del cielo. Se enamora de quien lo encuentra tirado ahí en suelo y luego éste se lo tira, jaja.
- ¡Órale!, se escucha muy fuerte e interesante a la vez. ¿Y por qué te gustó ese personaje?.
- Pues es que es bien sope, es un bobo y lindo a la vez y es que se parece a mí. – agitando sus puños cerrados de la a lado a la altura de sus hombros.
- Aparte es re bonito porque comienza bien torpe y va haciéndose bien machote cuando se coge a su amo, ¿verdad amora?. – dirigiéndose a la chica del broche de ojo.
- ¿Y tú personaje también es de ese anime? – le pregunta Parker a la chica del broche.
- Sí, es uno de los del colegio que igual se chinga a ella – señalando a la chica de bata.
- Se oye interesante, ¿me podrían escribir e nombre del anime y los personajes para buscarlo después?
- ¿Neta?...va. - la chica del broche.
- ¿Y ustedes chicas de qué vienen?
- Ella primero – la joven militar señalando a la chica del kimono.
- Ash, jaja. Pero tengo como hambre, vamos por ramen y regresamos, ¿no?
- ¿Te gusta?
- Pues sí, si quieren chicas, no hay problema.
- Nel wey, mejor el sushi que me debes no te hagas pendeja, wey – la joven militar a la chica del broche de ojo.
- Pues vamos.

Ese “vamos” no se concretó al cien, pues Parker y la chica del kimono con su compañera la joven militar se quedaron sentados en las bancas mientras conversaban a la par que las otras dos jóvenes recién iban por algo que comer. La joven del kimono se aseguraba de que su cosplay era de un personaje llamado Hakuyuu Ren un príncipe del imperio Kou, ¿Y dónde sale dicho personaje?, en el anime Magi: The Labyrinth of Magic. Anime que narra las historias de las mil y una noches versión japonesas de acuerdo a la chica del kimono.

Terminando, la chica militar sólo se limitó a decir “es Sonya Blade de Mortal Kombat”. Poco después las chicas que habían ido regresaban con una charola de cinco oniguiris, bolitas de arroz con rellenos dispares.

- Te toca el de queso, ni sé cómo te llamas pero te toca de ese.
- Oye no, muchas gracias. Me llamo Parker por cierto. Pero, te pago el sushi, ¿cuánto es?

- *Nel wey déjalo.*

Cuando las chicas y Parker compartieron el aperitivo para calmarse el hambre por parte de las chicas, éstas sintieron la oportunidad para preguntar por los intereses, gustos y las “ondas” de Parker en particular por el anime y el manga japonés. Además, por parte de la chica militar tomó peculiar interés por su profesión puesto que para la chica no cualquier persona se interesaría de manera más profunda sobre sus gustos.

Después de que Parker les dijera cuestiones que dominaba sobre anime y manga, las chicas decidieron ir a comer el esperado ramen que con anterioridad habían saboreado, y de este modo Parker se despidió de ellas agradeciendo su oportunidad y las imágenes que le habían otorgado pues su comportamiento había sido muy agradable después de que dudara por acercarse a ellas.

Ya es tarde, la lluvia que antecedió la entrada a la Plaza ha cesado. Antes de que Parker se marchase de la plaza que está a punto de cerrar decide hacer una última ronda por los pasillos del segundo piso. Antes de marcharse la señora del mandil y su hijo con camisa de X-box vuelven a parecer, esta vez sentados en una de las mesas ubicadas al fondo, sentados uno frente al otro, la madre jugando con una consola portátil y el hijo comiendo unos dulces llamados pokys mientras los dos conversan sobre el juego, Pokémon.

Diario de Parker número cuatro:

“Tal parece ser que este fue un día dedicado a la estética, pues fue lo que más brotó a primera vista dentro de la Plaza. En este ramo el local que está dedicado a la belleza de sus asistentes me dejó defraudado. La actitud de las chicas que atienden era muy grata, trataban de poner atención en mis preguntas pero pensaba que podía encontrar cosas más extravagantes dentro del catalogo que ellas manejan.

Uno de mis intereses siempre ha sido pintarme la barba, ¿qué se sentirá salir a la calle y que la gente se te quede viendo de manera extraña porque tu barba es de un color y tu cabello de otro?, la verdad no sé si quiera sentir las miradas, sólo es una suposición pero así, las miradas han de sentir las chicas con las que platiqué hoy.

Platicar con ellas fue muy gratificante para mí, pues comienzo a entender más a las personas por medio de sus gustos y así también adentrarme a su mundo por medio de sus significaciones. Aunque ellas me intimidaron al inicio porque su aspecto y su lenguajes era inclusive más masculino que el mío, cuando conversé con ellas y ellas se interesaron en mí, la actitud de intimidación fue desaparecieron, ¡Hasta me invitaron de su sushi!.

Pienso que cualquier persona mantendría ese prejuicio al ver la estética de los jóvenes, pues al ver que la vestimenta es extravagante, el peinado, maquillaje y accesorios son de colores vivos o exagerados al grado de parecer un disfraz, supondría miradas que intimidaran a los mismos espectadores y las personas que portan dichos elementos, pero ante todo, si se acerca uno a ellas y trata de entender el por qué de que porten de manera empática se aprende mucho de las personas, cómo piensan, cómo hablan y qué significados le dan a su actos.

Sábado 22 de agosto
1:30 a 3:15 pm
Sótano / Segundo piso

Un sábado más en El bazar del videojuego y el entretenimiento. No es un día cualquiera, es un fin de semana que es el último, días de goce para los niños antes de entrar a la escuela y reanudar clases en la Ciudad, este fin de semana parece ser que todas las familias, los jóvenes, los turistas salen para tratar de aprovechar el tiempo en los espacios que su ciudad ofrece como atractivo turístico y de entretenimiento.

Parker regresa nuevamente a la Friki Plaza, esta vez no hubo evento que se celebrara, concurso, torneo o algún espectáculo que pudiese admirar. Por ello, se dispuso a la aventura una vez más para ver qué podría encontrarse sin tener en cuenta algo en específico, pero, siguiendo la lógica del por qué salir a campo abierto, empaparse con la cultura que se vive al interior de la Plaza Friki, nombre que le han dado sus asistentes.

Para Parker le parece buen momento aventurarse a los demás pisos que no ha visitado con anterioridad para descubrir qué elementos pueden sobresalir durante su estancia. Para ello, decide que será buena idea echar un ojo al sótano del lugar, un lugar el cuál casi no es tan frecuentado por sus asistentes en los pasados días de visita, pero, hoy por ser fin de semana en que la comunidad está alborotada decide que es grato asistir y observar o participar en el piso.

Las escaleras que guía al sótano son decoradas con personajes del anime Pokémon. A Parker, lo reciben estas imágenes que decoran las paredes con aerosol, entre codeos, roses, gritos y jaloneos de los usuarios, pues parece que la afluencia para este piso este fin de semana sí le benefició pues cantidades de gente que en su mayoría son familias enteras, visitando como es costumbre con actitud curiosa para ver qué es lo que podrán encontrar en la plaza.

Los dos primeros locales que reciben a Parker son dedicados a la historieta norteamericana, Televisa es la distribuidora de las licencias súper heroicas, ficción, gore y misterio. Por otro lado, la otra distribuidora, Panini, que, un local frente del otro pareciera ser que está un continente frente del otro, una cultura contra la otra pues en su contraparte se venden mangas, animes y demás elementos que solamente involucran al ambiente oriental, estos dan la bienvenida al sótano.

Caminando poco más adelante Parker encuentra que también existe una zona de bancas como en los pisos superiores en los cuales se encuentran jóvenes que juegan a las cartas, el fleco a la altura de los ojos, la cantidad de gel que endurece su cabello mismo que los hace brillar a la luz de las lámparas de la Plaza. Diversos estilos, diversas fisionomías, todos ellos con mochila al hombro o morral sobre la espalda donde resguardan sus más preciados tesoros, las cartas de estrategia.

Parker se detiene en una partida que llama su atención, pues las cartas con las cuales estaban jugando un joven de 20 años de complexión delgada, piel morena, cabellera larga hasta los hombros y uñas largas frente suyo un hombre de 40 años en apariencia, complexión grande, piel blanca y barba a la altura del pecho jugando con cartas impresas con imágenes de mujeres estilo anime.

Su tablero de juego es de papel, otro más es de foamy, un material suave y colorido o plástico duro decorado igual con mujeres semidesnudas con pechos grandes, ojos exagerados y cabello exuberante.

- *Hola chicos, ay, una pregunta. ¿Qué juego es?*
- *Es igual que el Yugi wey.*
- *¿Pero qué no el de Yugi tiene monstruos y así?*
- *Si we pero es lo mismo.*
- *¿Y este de qué es?*
- *Space of Wolf.*
- *¿Pero cómo, o sea que juegan igual que en Yugi con ataques y eso?*
- *Si wey, aquí dice todo lo que tienes que hacer.*
- *¿Y de qué trata el anime o manga, qué es?*
- *No sé wey yo solo juego porque están bonitas, ¿o no?*
- *¿y por qué los tableros están decorados?*
- *Porque es muy de hombres. No mames así solito se ve culero y así ya tienes inspiración para seguir jugando.*
- *Mmmmm, bueno, gracias.*

Parker platica con el hombre de la barba larga de 40 años, poco después de su conversación cortante con el jugador, así cada uno se integra en su juego, platican entre ellos, se weyea y siguen jugando. Los más cuidadosos tienen sus tarjetas dentro de pequeños sobres de plásticos que muestran por un lado la tarjeta y por el otro una imagen de cualquier otro interés del dueño o participante.

El sótano es un piso más dedicado a la diversidad de productos, pues entre juguetes de colección, playeras, broches, espadas, peluches, comida, bebidas y demás Parker se detiene en el local 21, un espacio ubicado justo en medio del sótano de la Plaza, pues le es de especial admiración que en dicho local venden espadas como si fuese pan caliente, espadas que los usuarios desenfundan con tal naturalidad que los samuráis podrían tener.

- *¿Qué precio tiene la espada?*
- *\$800, se llama Katana*
- *Oh ya, lo siento, ¿y sin de verdad?*
- *No, simulan ser espada, no tienen filo ni nada pero tampoco son de juguete. Simulan ser sables japoneses.*
- *Puedes sacarla si gustas.*
- *No gracias, me da miedo.*
- *Qué bonito, qué precio tiene el muñeco de Groot Bailarín (un personaje de la serie Guardianes de la Galaxia).*
- *250. también tengo estos de 300, o los peluches de 175.*
- *¡Gracias!*
- *¿Y los botones?*
- *Los pequeños en \$5 y los grandes en \$15*

Parker saca de su bolsillo una moneda de cinco pesos, elige un botón de un personaje de los cómics llamado Deadpool y le paga al respectivo vendedor, un joven de 20 años piel morena, cabello largo que sostiene una boina, camisa blanca y jeans azules con una actitud de servicio

hacia cada venta que realiza. El chico se mete a su local, un lugar pequeño de dos metros por dos que muestra vitrinas con juguetes principalmente, colgando peluches de animes y una silla donde tiene una libreta donde anota sus ventas.

- *Disculpa, ¿sabes como cuánto tiempo tiene el sótano?*
- *Pues, prácticamente, como un año o año y medio mas o menos, no tiene mucho.*
- *¿Tienes mucho vendiendo aquí?, perdón que interrumpa y pregunte.*
- *No te preocupes. Llevo un año mas o menos.*
- *¿Aquí en el sótano o en la plaza?*
- *Aquí en el sótano.*
- *¿Y siempre has vendido este tipo de productos?, perdón que te interrumpa.*
- *No, no interrumpes bueno, ando vendiendo, digo. Pero no, tengo otro local, inicié en un mercado por aeropuerto.*
- *Yo vivo en el Estado pero como mis papás tienen negocios allá, yo vivo en Neza y de allá media hora o veinte minutos.*
- *Pásate si quieres.*

Al interior del local se pueden admirar figuras de Lego de películas de héroes, figuras llamadas Fuko sobre personajes de Disney, películas SyFy, terror, heroicas y fantásticas con cabezas y ojos grandes pero con cuerpo pequeño. Peluches de Pokémon. Llaveros de los mismos personajes y más espadas.

- *¿Y siempre te haz dedicado a esto o cómo fue que llegaste aquí?, ¿Puedo saber?*
- *Holi, ¿vas a pedir algo? ay, perdón. ¿Interrumpí?*
- *No, no importa, sólo platicábamos.*

Una chica de 25 años, piel blanca, cabello hasta la mitad de la frente a la altura de los hombros color rubio y mechas y fleco azul, ojos grandes y delineados por el contorno interrumpe la plática entre Parker y el vendedor de Katanas. Su atuendo es peculiar pues porta un vestido hasta las rodillas que simula ser un mandil color amarillo, en su pecho derecho un escudo con un Hot Dog un tenis azules.

- *Sí, somos amigos.*
- *Luego vengo.*
- *Yo una vez salí en la TV. Jijiji.*
- *Sí ella es famosa.*
- *Una vez un chavo que estaba por allá donde trabajo me dijo, “oye yo te vi en la tv, ¿me puedo tomar una foto contigo?”. Se tomó la foto y dije “qué pedo”, me reconoció y se fue, jijijij. Fue raro, pero bueno.*
- *Órale, entonces ya eres famosa, ya te reconocen en la Friki y en la TV.*
- *Me reconocen por mi fleco, no por mi nombre, por mi fleco.*
- *Al menos es por mi fleco y no por mi reputación.*
- *Mi abuelo me dijo que si era punk, y yo de, “no abueli, nada de punk”. Mi fleco significa que estaba aburrida, tenía dinero, me gusta el azul y mi mamá me dio permiso. Porque me vio y me dijo ¿qué significa tu cabello que eres punk? Y yo de, no abue, tontis. Jiji.*
- *¿Cuánto tienes con tu cabello así?*
- *Quién sabe, como 10 meses.*
- *¿Y por qué entonces?*

- *Pues sí, mi mamá me dio permiso, una vez me lo pinté de rojo, una vez fue morado, primero fue verde y ahora es azul. Sí, si ha cambiado pero mi color es el azul, siempre ha sido azul.*
- *Es común ¿no?, traer el cabello pintado de colores.*
- *Sí, jijji.*
- *De hecho sí. Si no eres medio friki o algo y no estás pintado no eres friki. Por ejemplo yo he hablado con alguno que otro locatario y sí tiene algo de friki, si colecciona o así, bueno, te digo, si se ve normal, su tú lo ves normal seguro es coleccionista, no se escapa.*
- *No mensis, yo tengo un amigo en segundo piso que trabaja ahí por su hermana, él vende puras cosas de K-Pop y esas cosas pero ni le gusta mentirosín.*
- *Bueno pero igual y no le gusta. Yo me dedico a esto y no sé nada de esto. No colecciono nada, no nada.*
- *¿Nada?, ni de cómics, manga, superhéroes ¿y eso?*
- *Veo una que otra película comercial pero no soy así de “ay me gusta ese personaje, ese muñeco”.*
- *¿Cuánto cuesta el groot que se mueve? 250. – una vocesita de una niña de 10 años acompañada por dos señores que parecen ser sus papás.*
- *¡Gracias!*
- *¿Y de música y eso no les gusta tampoco?*
- *A mí sí, me gusta el K-Pop. Pero yo sólo lo escucho, no lo bailo ni eso no vayas a crees que soy así de mensis....*
- *¡Disculpa, el funko de Heisenberg! – la pregunta es de un asistente hacia Parker, al ver que no sabe cuál es el precio de dicha figurita pide ayuda al chico que vende para auxiliarse.*
- *270. – realizando una venta, Parker recibe el dinero, se lo otorga al chico que vende y continúan la plática.*
- *¿Y por qué no bailas? – Pregunta Parker a la chica del fleco azul.*
- *Porque no sé bailar. – llevando su dedo hacia su ojo deslizándolo por su cachete como si estuviese llorando.*
- *Ay, aparte las que bailan están gordas y yo estoy para nada gorda como esas. Dan clases de K-Pop allá arriba los martes y de las que vienen y así son súper gordas y siento que si bailo se van a burlar de mí porque yo me burlo de las gordas, jijiji.*
- *Disculpa, ¿tienes figuritas de Dragon Ball de las que son para coleccionar?*
- *No, nada de Dragon Ball ahorita.*
- *¿Y bueno, qué es lo que más venden ustedes chicos?*
- *Depende, ella comida.*
- *Yo vendo comida mensis. ¿No me ves?. Yo vendo comida tipo americana, pero cosas frikis y así como sushi y eso no. No me gusta, todo mundo come de esa comida.*
- *A mí no me gusta, casi no me gusta, una vez cada tres meses como de la comida que venden aquí.*
- *¿Y cuándo están aquí qué comen?*
- *Bandehochos. – los dos al mismo tiempo.*
- *Una banderilla en pan de Hot Dog. Helado frito, es una bola de helado como capeada y bien, bien rica.*
- *A mí me traen fruta, viene una chica que vende fruta y eso es lo que como. Como ya abro tarde ya vengo desayunado, entonces como un vaso de fruta, cierro y llego a casa a cenar.*
- *el chico vendedor.*
- *¿Y trabajan todos los días?*
- *Yo no, yo descanso los viernes.*

- *No, yo no descanso, ningún día. De que salgo temprano puedo salir temprano, de que puedo cerrar tarde, puedo cerrar tarde.*
- *¿Ni días festivos, ni en tu cumpleaños, ni nada?*
- *No. no tengo horario, cuando puedo abro temprano, para mí temprano es a las 12:00, ya tarde como 3:00, pero como el negocio es familia pues me vengo. Bueno ahorita viene mi hermano, mi gemelo, y como fue negocio mío.*
- *Bueno, es mi hermano ahorita está en el Rock Show, no sé si hayas escuchado de él. Es un mercado de figuritas igual. El local sirve como bodega y de aquí se lleva piezas, las vende y regresa con lo que sobra para vender aquí.*
- *Aparte también vamos a la TNT, tenemos amigos que también se dedican a esto y nos invitan a la que se llama Toys Revolution, es un mercado que se hace una vez al mes, se hace cerca de revolución y nos va muy bien.*
- *Ahorita vengo mensis, tengo que ir a entregar algo. XOXO bebés.*
- *Bueno, ya ni te platicué bien. Pues empezamos aquí el local porque mi hermano y yo tenemos un amigo. Él no vendía ni nada, sólo coleccionaba, coleccionaba cosas de Star Wars cuando las vendían mucho. Nos invitó aquí un día, nos presentó uno que otro proveedor y entonces mi hermano y yo nos animamos a vender en Rock Show, después de eso, pasando el mes de diciembre vinimos a comer por aquí, vimos que había locales en renta y que acababan de abrir el sótano. Nos dieron información, cotizamos y abrimos.*
- *De aquí mismo decidimos ir a la TNT, pues clientes y los locatarios nos preguntan “¿y no van a la TNT?”. En la expo nos va muy bien te digo, la gente va exclusiva a comprar. Puedes ver mucha a gente aquí y piensas que se vende pero de repente sólo vienen a curiosear. En la TNT no, en la TNT se va exclusivamente a comprar.*
- *¿Qué precio tienen las Katanas? – interrumpen y se dirigen a Parker.*
- *¿800?*
- *Sí.*
- *800.*
- *¿Y de quién es?*
- *¿De quién es?*
- *Es de Soro. Un anime.*
- *¿Tienen filo?*
- *No. puedes sacarla.*
- *¡Gracias!*
- *Bueno, te decía allá siempre nos va bien porque siempre cae que es en vacaciones, puente y demás.*
- *¿Y dónde te gusta estar más?, ¿aquí, en aeropuerto o con tu hermano?.*
- *Mmmmm, aquí, porque allá están mis papás más cerca entonces me gusta más estar solo y con mi hermano como tenemos algo de diferencias mejor estar aquí, de hecho, este negocio lo abrí yo con dos de mis becas, me daban becas en la escuela y con eso lo abrí. Pues bueno, la posición económica de mis papás es buena, guardaba mis becas y con eso decidí abrir el negocio.*
- *Pero dijiste que no te gustaba esto.*
- *Pues es que dije, quiero vender como juguetes, le veía bien, inicié como juguete de Hasbro y eso y comenzaban a vender. Después le metí de este juguete de la línea Funko Pop que principalmente es con la que ya me lancé. Veías curiosidades, salían productos de películas y los proveedores nos los ofrecían y se vendían y así poco a poco, te digo, no me gusta el programa o así pero me gustan las figuritas, se ven curiosas y se venden.*

- *Y bueno, tengo una duda. Si no te gusta y no te interesa por así decirlo. ¿Cómo te informas de los nombres, de qué es cada cosa y personaje?*
- *Ah bueno, primero está el amigo de mi hermano quien nos inició en esto.*
- *También tengo un primo al que sí le encanta todo lo que vendemos, a él luego le mando nombres que me piden clientes o de lo que me van trayendo, le tomo foto, se la mando y me manda el nombre pero así, te digo que a mí no me gusta esto.*
- *También igual no es difícil, si vienen y te preguntan por el nombre de un personaje tú les puedes preguntar ¿qué marca?. La marca como Hot Toys, Play Arts, Funko y demás y ya te guías por la marca, si te preguntan por el personaje les puedes decir que tal vez no lo tengas pero tienes algunos otros de la misma marca.*
- *¿Y como en cuánto andan estos juguetes?*
- *Dependen, los Hot Toys andan entre \$3'000 o \$4'000. Un Play Arts en \$1'500. Ya con el tiempo voy agarrando conocimiento.*
- *¿Y los compran?*
- *Sí, es algo que es muy rentable porque los clientes saben que son productos que pueden encontrar aquí entonces si se venden. Te digo, son personas que buscan este tipo de productos, vienen preguntan o te lo encargan y demás y sí, sí es rentable este tipo de productos y por lo regular yo ya tengo un distribuidor entonces ya me lo consiguen y demás, aunque es muy caro, no sé pero sí es muy comercial.*
- *¿Oye en cuánto tienes el sable?*
- *\$800, puedes sacarlo si quieres – responde Parker.*
- *¿Entonces qué otra cosa es rentable?*
- *Pues para la plaza es definitivamente el anime, además de películas comerciales y eso pero no sé si te has dado cuenta que venden o puro collar, o puro anime, una sola cosa, se especializan. Yo no me dedico a una sola cosa, yo intento meter de todo un poco para vender de lo que pueda. Hay personas que vienen y me preguntan por un anime en específico y mejor los mando con la señora de arriba que sí los ve y si sabe y te dice.*
- *¿Qué precio tiene tu esfera de Dragon Ball?*
- *\$350 - Chico vendedor.*
- *¿Cuánto cuesta el Groot?*
- *El que baila \$250 – Parker*
- *¿Cuánto cuestan estos? – un niño de 10 años acompañado de sus padres y hermanos preguntando por figuras de la marca Lego.*
- *\$95 – vendedor.*
- *¿Cuánto cuesta la espada?*
- *Es una Katana, cuesta \$800. – El chico que vende guarda un momento y guía la mirada hacia Parker para que éste responda al niño, dejándolo ofrecer la mercancía.*
- *Perdón, pero es que si son buenas ventas y más ahorita que vienen familias que saben que es final de vacaciones.*
- *No, perdona tú a mí que estoy quitando tiempo. El negocio es el negocio, pero entonces, si no te gusta este tipo de cosas, ¿como qué te gusta?. ¿Cuáles son tus intereses?*
- *Pues así en general, me gusta la literatura, las novelas. Las leo por estar aquí y no aburrirme pero así en general no soy fan de nada así como ellos, fan, fan así que digas de un artista, un autor y eso no.*
- *Disculpa ¿tienes algo de Deadpool?*
- *Sólo botones y un lego que cuesta ochenta. – vendedor.*
- *¿Y los botones cuánto cuestan?*

- *\$5 los chicos y \$15 los grandes* – responde Parker a una chica que decide comprar los botones y la figura de Lego.
- *¿Qué precio tiene la Katana?* – pregunta un niño de 10 años acompañado de su madre.
- *En \$800.*
- *¿Puedo verla?*
- *Es como la que viste y la que quieres, yo digo que sí.*
- *¿Me la das por favor?.*
- *Claro, ¿quieres que te la ponga en su caja?.*
- *Sí, claro.*
- *Se vendió la Katana. Pero bueno tienes más. Pero es que sí sobresale que vendan espadas así como en locales y demás.*
- *Sí se vende mucho, pues como lo raro y lo que puedes encontrar aquí.*
- *¿Cosas de Harry Potter tienes?* – un grupo de jóvenes de entre 15 a 18 años llegan a preguntar. Viendo las figuras y yéndose con llaveros y collares de los personajes de la saga.
- *Vaya, entonces no te gusta nada en particular.*
- *Bueno, ya ni modo.*
- *¿Y de qué personajes te piden más?*
- *Pues depende, es por temporadas, ahorita puede ser Dragon Ball, luego Harry Potter, un mes otros dos meses, dependen los proveedores y depende lo que salga.*
- *Ya veo. Y bueno ya para irme y dejarte vender después de esta interrupción, ¿qué ha sido lo más raro que has visto por aquí?.*
- *Pues no sé, raro. Yo creo que los de las cartas sí son raros. Ojalá y no me oigan pero sí yo creo que sí. Hay algunos cuates que ves todas las semanas, todos los días. Llego a abrir y aquí están, cerrado y aquí están, no sé de qué vivan la verdad pero hay cuates que si se la viven aquí pero es curioso que cuando los buscan no están. Digo, cada quién si es lo que les gusta adelante pero aquí se la pasan toda la semana.*
- *¿Y con ellos tienes relación o algún cliente o algo?*
- *No, algunos son muy groseros, se ponen muy salvajes cuando pierden o cuando ganan y se alborotan, empiezan a mentar madres y eso pero no. Con ellos procuro no meterme en ese rollo y como te digo que ni me gusta.*

Después de haber servido como vendedor en un local al medio del sótano, un día en el que los clientes fueron seguros para el vendedor, Parker agradece y con botón en mano marcha a la búsqueda de algo más que pueda llamar su atención. Es momento de visitar a la “señora” que el chico vendedor de Katanas había comentado con anterioridad, en el segundo piso, un local especializado en anime y series japonesas.

“Karel Tokio Film”, local 225 de la Friki Plaza en el segundo nivel, un recuadro que apenas logra verse decora el local indicando el número que corresponde dicho comercio. Lo que más logra sobre salir es una pantalla de 32” empotrada sobre la pared del mismo. Una mujer de 40 años de edad admirando la misma en la que se ve a dos jóvenes orientales conversando en su idioma natal con subtítulo al español.

Un local en el que las vitrinas tienen cajas viejas forradas con recortes de anime y asegurados con cinta másquin. En las cajas se encuentran bolsa de plástico con el anime acomodado por géneros. Después de los géneros se encuentra acomodado por letras que se identifica por los sticker que sobre salen de las mismas cajas de la “A” hasta la “Z” para terror, de la “A” hasta la “Z” para novela y demás subgéneros del anime y series orientales.

- *Disculpe, ¿qué serie es esa?*
- *City Hunter amigo.*
- *Ammm ¿y de qué es?*
- *Es como de policías, como de acción balas y eso.*
- *Órale, se oye bien.*
- *¿Y en cuánto está?*
- *Tiene un disco está en \$75. Ahorita es la más reciente que acaba de llegar, es la primera temporada por si gustas.*
- *¿Si está buena?*
- *Pues sí, es que bueno, así me gustan a mí.*
- *¿Cómo qué otras me puede recomendar o como cuáles son las más pedidas?*
- *Es que no sé qué te guste y ya de eso te puedo decir.*
- *Uy, es que soy como que digamos nuevo en esto y pues vengo a ver por dónde puedo comenzar.*
- *Pues bueno a ver. Es que a mí me gustan como estas, que no son tan rosas porque hay algunas que son como las películas de vampiros de ahorita, bueno sí, tengo ésta – sacando un disco de su caja – es igual una de las más vendidas aunque la historia si es medio rosa se vende mucho, tiene un poquito de acción pero también me la piden mucho.*
- *Estos otros también se venden es que te digo lo rosa es como que lo popular.*
- *Pero cómo que rosa, qué es eso.*
- *Pues sí como lo bonito, los colores las chicas que se enamoran de los chavos y por situaciones tan fáciles y ellos se complican la vida y ya sabes que se casan y así.*
- *Como aquí en las novelas.*
- *Pues un poco pero esto está más... pues cómo podría decirse. Rosa.*
- *Estos otros también son los que se venden más por si te interesa.*
- *¿Y en cuánto andan cada uno?*
- *Pues si quieres te paso una lista y para que vayas apuntando, ya ves tú como cuál te gusta y te digo de qué se trata.*

La mujer que vende anota en una esquina los nombres y precios de cada una para que Parker tenga información sobre las mismas, las cuáles fueron las siguientes:

- *City hunter. Un disco: \$75*
 - *Orange mermelade. Dos discos: \$45*
 - *Youre beautiful. Un disco: \$45*
 - *The moon. Dos disco: \$75*
 - *Secret garden. Un disco: \$75*
 - *Kim Sam-soon la más solicitada. Un disco: \$75*
- *Igual y si no te convence puedes ver de qué se trata en internet y regresas para que la compres, si quieres puedes seguir a la página y ya mi hijo te responde si la tenemos o no para que las cheques porque te podría poner los discos en el DVD pero luego se rayan y así ya no los puedo vender. Y es que también como vienen en japonés todo pues mejor invéstigale y ya vienes.*
 - *Vale, sí, está bien. ¡Muchísimas gracias!. Las checo en la semana y regreso.*

Así, Parker parte más que con una participación al interior de la plaza como vendedor, observación hacia los asistentes que se dedican al juego de cartas termina su labor yendo a la tarea que la mujer distribuidora de anime le encomendó, empaparse de más elementos culturales de consumo al interior de la Plaza.

Diario de Parker número cinco:

“¡Hoy vendí una espada!, bueno, no yo, pero supe lo que es una Katana, un sable japonés que sirve para crear identidad a quien la porta como guerrero ninja. Al salir sin esperar nada e ir a inspeccionar el sótano, un lugar que no es tan frecuente para los usuarios por el reducido espacio que mantiene, nunca me imaginé que podría conversar con un locatario y ayudarlo y ayudándome dándome permiso para vender sus productos.

Me sorprendió que las ventas de los productos tienen índices elevados, pues en la estancia que estuve con el chico que se portó muy amable conmigo y me invitó a conversar con él al interior de su local, las ventas estaban muy ágiles durante mi estancia con él, además me sorprendió ver a niños de 10 años quienes eran los que más consumían aunque el local era en su mayoría juguetes y figuras de colección, la espada era la que más solicitaban.

Frente al local estaban jugando cartas, un juego similar al duelo de monstruos pero con imágenes de chicas semidesnudas que para los extranjeros como yo nos cusa cierta controversia admirar un juego entre hombres con este tipo de cartas al interior de la Plaza, además de que la interacción con estos usuarios fue muy transversal, pues estos, al menos con quien intenté hacer la plática se comportó de manera muy grosera.

Al llegar a casa me puse a hacer tarea. Me dediqué a ver avances y sinopsis de las series que una de las locatarias vende al público de las cuales ninguna llamó mi atención. Considero que soy de mente muy amplia, pero la trama de acuerdo a los videos y reseñas escritas que surgen en internet considero que son historias que sabemos de memoria, “muy rosas” como ella comentaba. Agradezco a la señora por su amabilidad y el buen trato, tal vez no consuma nada pero si vuelvo a pasar de menos podría ir a saludarla”.

Es el segundo fin de semana para Parker, hasta el momento el lenguaje, la vestimenta y los productos de los cuales se conforma la Friki Plaza han sido ya adheridos para Parker, un chico que es reconocido por locatarios como un forastero que se integró a la comunidad. Es domingo por la tarde, las familias aprovechan la semana para la convivencia. "Domingo familiar", como comúnmente se dice. Al interior de la Friki Plaza no es la excepción pues para Parker le es muy grato encontrar familias completas al interior de la misma.

Es momento de una estancia más, siendo la hora en que los participantes resienten el hambre al ser las 4:00 algunos de ellos se les ve con vasos de tallarines, otros más con las coloridas sodas coreanas y algunos otros que simplemente por apetito consumen dulces. En el primer piso algunas de las golosinas que pueden encontrarse están los Hello Panda, una bolsa de galletas rellenas con mermelada de sabores que simulan a un oso en su envoltura y su aspecto.

Los pokys, famosas banderillas de trigo cubiertas de chocolate, fresa, o sabores no tan comunes como kiwi, frutos rojos o guaraná. Además, los demandados oniguiris de sabores dulces y salados que sirven como tentempié para calmar el apetito o simplemente como una golosina más. Parker no quiere quedarse atrás, es momento de consumir las golosinas que al interior de la Plaza se consumen.

Se dirige a un local atendido por dos mujeres, la primera que escucha música con audífonos y viendo su celular, de piel blanca y cabello largo teñido de rojo. Una playera sin mangas que descubre sus hombros los cuales porta una serpiente devorando una guitarra por tatuaje e imágenes de las princesas de Disney en el otro hombro. La segunda chica en el aparador quien si nuestra atención hacia sus clientes cuya piel blanca sobre sale a simple vista y los ojos rasgados sin tener semblantes orientales.

Su vestimenta es en color oscuro, su cabello es despeinado y rizado, pero lo que caracteriza a la chica es la sonrisa que otorga a todos los asistentes que recorren los pasillos pues su actitud es muy amena, misma que es correspondida por los asistentes con el consumo de las golosinas que en su local ofrece.

-
- *-Hola, ¿puedo ofrecerte algo?*
- *Hola, estem ¿Qué precio tienen los pokys?*
- *Tengo de diferentes precios, estos, son de chocolate son los clásicos, cuesta \$50 pesos con 15 varitas. Pero tengo de otros sabores de 30 o 40 varitas de \$70 o \$90 pesos.*
- *¿Y cual le recomiendas?, Es que nunca los he probado.*
- *Oh, bueno. Si no has probado ninguno podrías probar los de chocolate. Tengo estos que son imitación de los tailandeses estos son hechos aquí y cuestan diez pesos, son lo mismo de chocolate y traen lo mismo pero son la imitación. Puedes probarlos y si te gustan comprar los de sabores. – sonríe.*
- *¿Son imitación?*
- *Sí, es que son más baratos y los que nos piden mucho – sonríe.*
- *¿Y no tienes prueba?*
- *No. Te digo, puedes comprar las imitaciones y probarlo, no es mucho, son \$20 pesos.*

- *Bueno, esta bien.*
- *¿Sólo unos? – sonrío.*
- *¿Y esto qué es? - pregunta Parker refiriéndose a una botella que parece ser un refresco.*
- *Esos son Ramonés. Son refrescos de sabor, pero aquí en el cuello de la botella tienen una burbujita que cuando le das vuelta a la tapa para abrir el refresco la burbujita cae en el agua y libera burbujitas para gasificar el refresco.*
- *Ya veo, ¿y qué precio tiene?*
- *Están en 50, esos si son los originales – sonrío.*
- *¿Y estos otros?*
- *Estas son botellas de aloe vera, sirve para la digestión y para la piel.*
- *Nunca había escuchado de eso.*
- *Si, hay de Durazno y de aloe. Esos cuestan \$40.*
- *También tengo gomitas, son pedacitos de sushi, de papas, de oniguiris, esas son paquetitos, son como los Panditas, están en \$120.*
- *Órale, pero no, creo que me llevo los pokys nada mas.*

Parker parte para seguir observando el primer piso de la Plaza ya en compañía de la caja de pokys de chocolate, las banderillas que niños, jóvenes y adultos consumen en grandes cantidades para compartir entre ellos o por cuenta propia. De este modo se ven grandes familias, mamás que guían a sus hijos entre los pasillos para que puedan admirar las figuras de colección de sus superhéroes favoritos.

Una familia en particular le es sobresaliente a Parker pues los padres aparentan 30 años. Ella, de piel blanca, complexión delgada, ojos marcados de negro y tatuajes en toda su piel de monstruos clásicos de las películas de terror además de perforaciones en oídos, cejas y nariz. Sin extrañarse su pareja que también anda con camiseta sin mangas mostrando casi los mismos personajes y argollas pero en mayor cantidad que su acompañante.

Su hijo, un niño de 4 años de edad que anda solo por los pasillos señalando las vitrinas que muestran figuras, mochilas o demás productos de su superhéroe favorito Iron Man, señalándolo por todos los pasillos hacia su madre y su padre tomando un peluche del mismo personaje. El niño mostrando una actitud encantadora hacia los artículos, por su parte, los padres, con una actitud más cansada y paciente hacia su primogénito.

En uno de los locales del primer piso, Parker encuentra algo particular que no había percatado con anterioridad, son elementos artículos que son didácticos para los asistentes. En él, una chica de de alrededor 23 años, piel blanca, ojos remarcados, vistiendo una playera sin mangas que hace lucir sus cuatro tatuajes de las tortugas Ninja, dos en cada brazo. Además, decorando su cabello, un prendedor en forma de cerezas de gran tamaño. Una actitud rebelde que se entretiene mirando su celular.

Dicha chica se encuentra dentro de un local que ofrece productos para el entretenimiento convencional, son personajes de series, animes, manga o películas correspondientes a este universo impresos en hojas tamaño carta o cartulinas que sirven como recortables y armables con pegamento. Para ello es necesario de diversas cantidades de hojas dependiendo de los detallado que sea el personaje y el tamaño del mismo, por ello la cartulina.

Por otro lado, bolsas con pequeñas cuentas de colores conocidas como chaquiras, esferas con las que se hacen las pulseras. Dichas bolsas contienen un pedazo de cartón con el cuál están cerradas las mismas que muestran imágenes de personajes representativos de este mundo. Desde Mario Broos, Batman, las princesas de Disney y personajes de Lego, muestran cómo pueden armar los usuarios dichos personajes utilizando las perlas que contiene la bolsa, así, comienzan a tejer con uso de hilo para darle forma a sus personajes favoritos.

Este tipo de entretenimiento es de poco consumo al convencional con el uso de los videojuegos como entretenimiento. A pesar de ello son las niñas y niños que asisten los que hacen que sus padres les compren este tipo de productos que sirven para entretenerlos y hacerlos despertar sus habilidades con las tijeras, pegamentos y demás elementos coloridos perfectos para la edad en la que están desarrollándose.

En “Veneno Store. Moda alternativa”. Un local del primer piso en el que se ve a los padres acompañar a sus hijos de entre 8 hasta 15 años a comprarse ropa de sus personajes favoritos, dando opinión si las playeras, sudaderas, chamarras, gorras y hasta pijamas son de su talla y hasta de su elección para los padres antes de que sus hijos paguen por los artículos que ellos están dispuestos a consumir.

- *“No sé, pero yo ya me quiero ir de aquí”.*
- *Pero es que espérate, dime para que no la vaya a regar.*
- *¿Se me ve bien?*
- *Pues sí, si es la que te gusta sí se te ve bien.*
- *Es la que me gusta pero no me queda por eso te pregunto y te pones así.*

Caminando entre los pasillos del primer piso, Parker se percata de una discusión que una pareja está llevando a cabo pues dos jóvenes de 15 años que al parecer son novios tienen confrontación porque ella se ha probado una sudadera de Chimuelo, un dragón de la película “Cómo entrenar a tu Dragón” cuyo gorro hace alusión a la cara del personaje. Todo parece que su acompañante no se encuentra a gusto al estar dentro de la Plaza y solo ha asistido a acompañar a su pareja.

Así concluye el domingo, domingo familiar al interior de la Friki Plaza, para Parker un día más para conocer la cultura de dicho recinto. Aunque poco falta para que diga adiós a este lugar, este día ha llegado a su fin en medio de familias que lo que buscan es complacer a sus descendientes consumiendo los productos que a estos más les atraen.

Diario de Parker número seis:

“La visita de hoy a la Friki Plaza fue esporádica puesto que había muy pocos elementos de dónde poder admirar. Los mismos productos, los mismos locatarios, casi la misma gente habitual, lo que llamó mi atención es que ahora había mayor cantidad de personas pero eran familias completas. Mamá con papá acompañando a uno o hasta seis u ocho hijos para que compraran sus cosas.

Probé los Pokys, las banderillas cubiertas de chocolate pero, la verdad considero un gasto poco valorado. Aunque me advirtieron que son la imitación y que su sabor es chocolate no me supieron a algo, solamente fue comer trigo y con un ligerísimo sabor a chocolate, de ahí en fuera no tuve una gran experiencia al probar las golosinas pues supondría poseían un sabor característico pues este tipo de dulces son muy demandados al interior de la Plaza”.

La ciudad parece estar despierta, activa y ágil a esta hora del día, son las 12:00 de la tarde y en una Ciudad como ésta, la zona como la delegación Cuauhtémoc parece que es la hora perfecta para iniciar actividades, pues los ojos van abriendo de par en par al hacer correr las cortinillas de los respectivos negocios, locales y demás espacios para el público que la zona centro puede ofrecer. En esta ciudad con el ritmo activo Parker va corriendo cual potro sin rienda, esquivando a los transeúntes que circulan por las banquetas cuidándose del joven que va deprisa.

¿Por qué Parker iría corriendo sobre las calles del centro histórico un miércoles a las doce del día?, la respuesta podría coincidir en que se dirige de nuevo hacia la Friki Plaza estando en pleno Eje Central. ¿Pero por qué tan atareado y por qué a esas horas?. La respuesta, una clase de dibujo que será impartida a esas horas y que como de costumbre va retrasado por algunos minutos sin motivo alguno.

Una clase de dibujo para ser participes de uno de los servicios que ofrece la Plaza. Parker llega derrapando hacia el sótano donde no ve ningún movimiento otra vez que asimile que las clases se están otorgando, así como la clase de japonés ésta vez no hay indicios de que algún joven garabateando sobre alguna superficie, coloreé o algo por el estilo hasta que de repente llega un chico con una mochila que se sienta en una de las bancas del sótano de la misma y comienza a sacar lápices, hojas y reglas.

El joven de cuerpo ancho que aparentaba 18 años vestía una camisa color negra sin algún estampado, sudadera azul abierta, jeans del mismo color y la mochila de la cual sacaba todos los instrumentos color negra con botones, uno de ellos amarillo con una cara sonriendo y gotas de sangre rojas en la sonrisa, el logotipo de un cómic llamado Watchmen, además de otros que acompañaban el botón con imágenes de animes y mangas, figuras japonesas de mujeres, hombres y niños.

- *Hola, oye, ¿sabes dónde son las clases de dibujo?*
- *Aquí, yo soy el maestro.*
- *¿Ah sí?, perdón, llego tarde, es la primera vez que vengo.*
- *Sí, no hay problema yo también acabo de llegar e igual son las primeras clases no hay quiebre en eso.*
- *¿Hasta a qué hora empiezas la clase, tienes mucho dándola?*
- *No, casi no pues me acaban de decir del trabajo. Acaban de empezar las clases wey, me acaban de decir si quería dar clase.*

Parker sabía de ante mano que la Plaza otorgaba talleres pero desconocía qué tan recientes eran los talleres, dicha clase tenía solo una semana de haberse impartido y aunque eran gratis fue el único en esa ocasión que tomó dicha labor. Los dos personajes quienes habían llegado tarde a la cita esperaron un momento mientras suponían que llegarían más asistentes a tomar la clase cosa que no sucedió pues después de 15 minutos el profesor que sí tenía 18 años decidió comenzar con la misma.

- *Pues bueno vamos a empezar wey, ¿traes todo, papel, lápiz, goma, sacapuntas?*
- *Sí, sí, sí.*
- *Pues bueno, si no de todos modos aquí puedes agarrar, no hay quiebre.*
- *¿Eres principiante o ya le sabes algo al trazo?*
- *Pues mas o menos. Sé dibujar pero me salen puras ternuritas.*
- *¿Y no traes trabajos?*
- *No, no traigo, se me olvidaron. Sí lo iba a traer pero no los traigo.*
- *Bueno a ver si la próxima vez los traes por fa.*
- *Pero qué sabes, a ver por ejemplo, para poder ver tu nivel de técnica necesito primero que me enseñes algo. ¿Sabes dibujar un hombre de perfil?*
- *Pues no sé, nunca me han salido pero a ver.*

Parker saca de su mochila un par de hojas, lapicero, colores, goma y sacapuntas, en el extremo superior izquierdo comienza a dibujar una cara de perfil de lo que parece ser hombre con ojos, nariz y boca muy tiernos. Cuando termina el profesor de 18 años suelta una risa modesta, al poco rato de evaluar el dibujo que acaba de realizar Parker para él.

- *Pues está bien, sí, es muy tierno pero deberías empezar con el canon de la figura humana. Veo que te gustan los superhéroes, es lo que te atrae ¿no wey?*

Parker asistió esta vez con una playera azul con el logotipo del Capitán América, superhéroe de la franquicia Marvel.

- *Sí, la verdad sí, me gusta mucho cómo se ve la estética, como el cartón y todo eso.*
- *Es fácil dibujar cartón, ya con esto que te voy a enseñar, bueno, yo creo que por ahorita te enseñe el canon de figura humana, vas a dibujar una persona de frente, en $\frac{3}{4}$ y de costado para que veas el movimiento, es medio teórico el pedo pero lo necesitas antes de hacer tus propios sketchers.*
- *¿Sketchers?*
- *Son como cartones, es como una escena de un cómic en toda la hoja wey, como un wey matando a alguien y ese pedo.*
- *Ah va. Bueno.*

El maestro de 18 años incita a Parker a hacer planas primeramente para que suelte su mano, planas de círculos continuos hacia arriba, hacia abajo, y hacia los lados para que la muñeca pueda soltarse y comenzar a despegar la misma de la hoja y así acostumbrarse a trazar y mantener soltura de trazo, le explica a Parker.

- *Bueno, pues eso es lo principal que te recomiendo que hagas todos los días en tus ratos libres wey o antes de trazar lo que quieras ponte a hacer estos ejercicios para que cuando traces no manches el dibujo o se te vea todo feo así como supongo luego te pasa se ven los dibujos con manchones.*
- *Pues ahorita lo que es esencial para trazar figura humana es que te des cuenta que el cuerpo de cualquier persona son puras figuras. La cabeza es un círculo, el cuerpo un rectángulo, óvalos, cilindros, si ves tu cuerpo ves que así es.*
- *Algo que te puedo recomendar wey es que te tomes fotos y comiences a intentar dibujar tu cuerpo pero con figuras geométricas. Ahorita te voy a enseñar cómo se van formando las figuras.*

El maestro de 18 años hace un dibujo de un rostro con círculos, dividiéndolo en tres partes para marcas márgenes entre la nariz, ojos, boca, frente, cabello y demás. Así cada parte del cuerpo, iniciando con un círculo para la cabeza, un cilindro para el torso y rectángulos para las extremidades van comenzando a dar forma a una persona por medio de las figuras geométricas.

Pasa el tiempo y el maestro dibuja perspectivas de ese personaje explicándole a Parker la técnica en la que tiene que realizarlo. Así Parker copia el trabajo del maestro, un trabajo o “trazos” suaves y delicados que realiza con naturalidad en un tiempo esporádico para realizar todas las partes del cuerpo humano. Al instante Parker continua copiando el trabajo sin llegar a igualar la labor del maestro en cuestión.

Algo que también te puede servir wey es que uses regla para todos los trazos, si sabes que los brazos aunque no son simétricos pero deben estar a la misma altura. Aunque dicen que tenemos un hombro más alto que otro cuando tú vez en un cómic wey que el hombro de un wey está más debajo de otro, eso no se ve chido ¿o sí?. Usa regla mejor para que midas las proporciones, igual la cabeza a la altura de los hombros. Si vas a dibujar un wey volando evidentemente las piernas deben de estar a la misma altura y del mismo tamaño, no una más gorda.

- *Ay, es que voy empezando.*
- *Si wey no te estoy regañando. Se ve que sí te late porque andas intentando llegarle por aquí, por acá, igualar mi trabajo pero está más chido que de tarea me hicieras un personaje, que escribieras antes cómo te imaginas tu personaje. Si es hombre con espalda ancha, brazos largos, piernas gordas, si tiene papada, si es gordito, los gorditos aunque parezcamos fáciles de hacer wey tenemos su chiste, el esqueleto siempre se tiene que hacer en todo, ya con la práctica eso ya te lo pasas por alto wey pero por lo mientras te dejo eso, que escribas cómo quieres hacer tu personaje.*
- *¿Tienes mucho dibujando?*
- *¡Pfff!, no mames. Pues desde chiquito que trazo, obvio no tan así pero sí.*
- *¿Y te especializaste o algo?*
- *No wey, pues yo solito, bueno compraba una revista que se llamaba Dibujarte y de ahí leyéndola y viendo qué pedo me empecé a hacer de mis trazos.*

El maestro saca de su mochila un engargolado de hojas casi desechas de material que sirve como guía para los trazos, es la revista que le comenta a Parker engargolada con las ediciones que salieron sobre figura humana, creación de escenarios, creación de personajes, estilos de dibujo, cartón, manga, cómic, técnicas hiperrealistas, puntillismo, dripping y entintado de dibujos, un almanaque de diseño que es propio del maestro como material de apoyo personal y para la clase.

- *Creo que sí la llegué a ver en algún momento pero nunca la compré.*
- *Es buena wey si quieres luego le saco copias de lo que te interese y ya vemos igual qué te sirve pero pues es que para qué te enseño ahorita a entintar y eso, poco a poco wey si sigues viniendo, porque el horario sí está bien culero, ¿no?.*
- *Pues sí, ya bien corriendo y pues no está padre.*
- *Hace ocho días vino igual un wey pero le dije que mejor pa’ la próxima clase porque no había nadie y ya el viernes ni vino wey, me dijeron en la administración que si nadie venia no me iban a pagar y ve, ya llegaste ya hay baro.*

- *Pero bueno, ahora vamos a ver qué onda, vas a dibujar una persona así con movimiento, sea de caricatura o bolitas y palitos y eso pero vas a hacerme diez figuritas en movimiento. En el baño wey, hablando por teléfono y eso pero me las vas a hacer y ahorita te digo qué vamos a hacer con eso.*

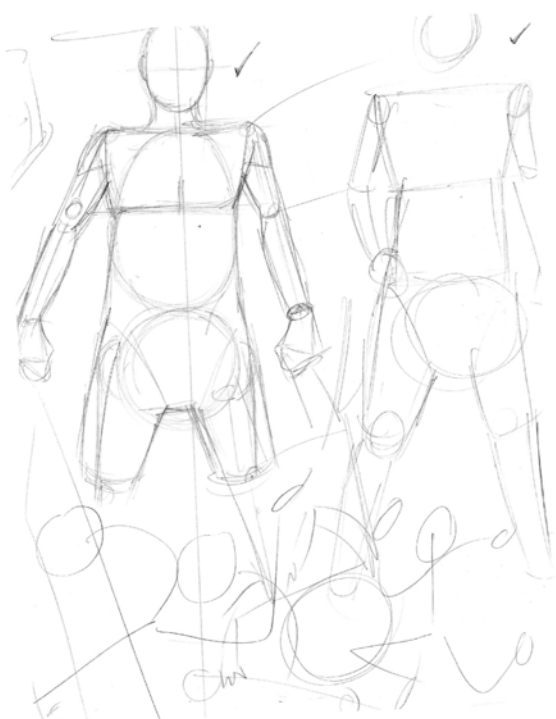
Después de hacer trabajar a Parker y durante un silencio que incomoda a los dos presentes, alrededor se van abriendo poco a poco los locales en los que se acomoda la mercancía, se limpia, se colocan los DVD's de las series en las pantallas, otros más miran su celular cuando ya tienen rato de haber iniciado actividades en la plaza. Los pocos asistentes que llegan a pasar por el sótano únicamente ven a Parker dibujar y al maestro que lo mira con detenimiento sin preguntar y, sin éste último invitarlos a la clase.

- *Bueno, pues de esto te voy a dejar de tarea para que puedas hacerla y practicar todo el canon este, este, este, y este...este también – señalando los dibujos que Parker realizó de un hombre con palitos y bolitas como se les dice comúnmente.*
- *¿De verdad?, ¿todo estos?*
- *Sí wey, necesitas practicar, si lo que te interesa es el cómic necesitas practicar.*
- *¿A ti no te gusta, qué te gusta a ti?*
- *El manga, me trae más yo dibujo más manga. Bueno me late un buen y de lo que he publicado ha sido puro manga.*
- *¿Has publicado?*
- *Pues bueno solo para ilustrar carteles y esas cosas pero son como los sketchers que te decía wey.*

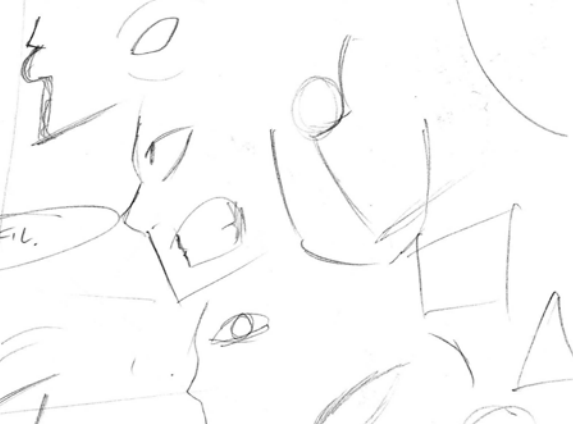
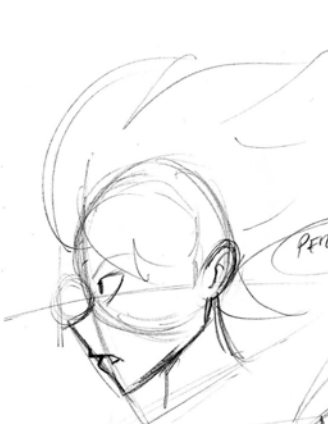
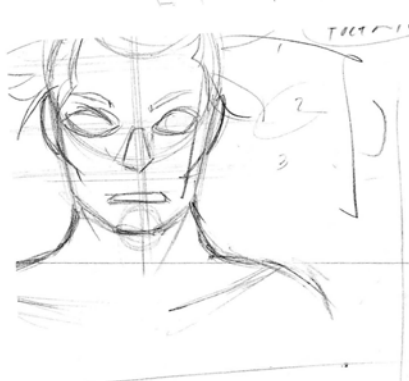
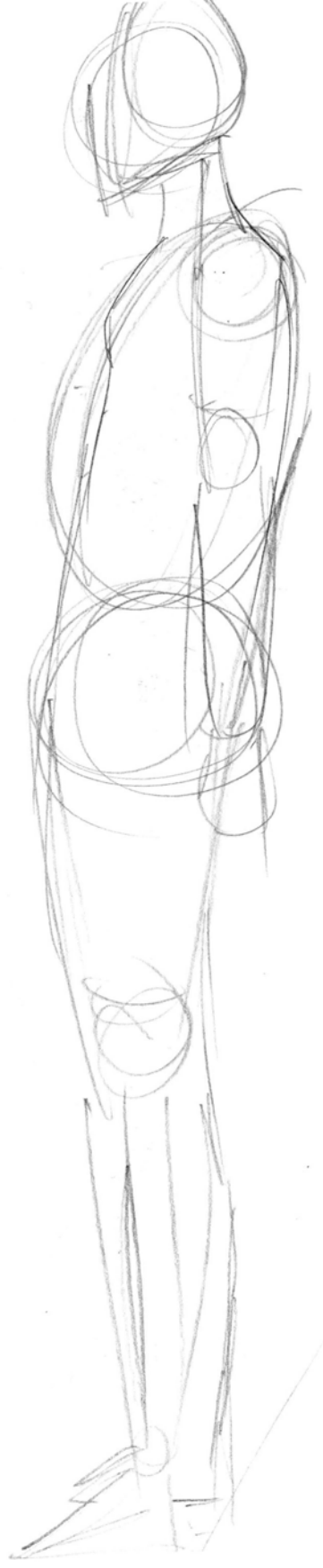
Poco después saca un segundo folder de su mochila que no parece tener fondo del que salen dibujos hechos por el maestro, personas de rasgos finos, ojos grandes, generalmente mujeres. Uno de ellos, un dibujo de un momento en el metro de la Ciudad, hombres y mujeres al interior de un vagón del metro como si fuese una fotografía trazada con líneas delicadas.

- *Así te puede quedar tu sktecher wey por eso te tienes que poner las pilas, si quieres, neta estaría chido. No está mal que dibujes ternuritas pero incluso lo tierno debe seguir el canon para que cuando vean tu trabajo no sea vea que tu hombro o tu mano es más grande y se vea estético wey.*
- *Si quieres aquí le podemos dejar, aún falta un rato pero pues si quieres te puedes quedar a hacer el dibujo o eso. Para la siguiente semana si vienes te traigo copias de cómics y eso pa' o si quieres trae tus cómics para que vea más o menos lo que te gusta y lo que quieres hacer.*

Siendo la 1:30 de la tarde la clase queda concluida y Parker se queda realizando la actividad que le fue encomendada por el maestro de 18 años, escribir la psicología y fisionomía de su personaje y dibujarlo con movimientos que le fueron indicados. Mientras el tiempo pasa, Parker decide permanecer un momento en las bancas del sótano para aprovechar el tiempo y realizar sus actividades, viendo pasar a la gente que lo ve dibujando sin decir nada.



PERFIL.



Al poco tiempo Parker siente que su estómago quiere interactuar con los espectadores y asistentes que en ese momento se encontraban en el sótano, pues los ruidos que indican que ya es hora de comer se hacen evidentes incluso se hacen escuchar. Son las 2:00 de la tarde y los asistentes comienzan a llegar, las mesas del sótano comienzan a ser utilizadas por jóvenes que juegan cartas de estrategia.

Para conseguir algo que calme su hambre Parker se dirige a la zona de comida, para ella sube las escaleras y así como en el piso donde se encontraba, los demás comienzan a estar cada vez más despiertos con jóvenes principalmente que asisten a comprar series, animes y cartas entre semana. Las mesas de juego comienzan a despertar y los jugadores en su mayoría hombres de 20 a 30 años inician batalla.

- *Hola, me das un onigiri de... ¿fresa?*
- *¡Claro amigo, en un momento te lo servimos!*
- *¡Onigiri de fresa! – después de dos minutos.*
- *Yo.*
- *\$10 por favor.*
- *¡Gracias!*

Parker decide probar una vez más la comida y en este caso que sirve como aperitivo para los asistentes al recinto. Una bola de arroz hervido con forma de triángulo rellena con sabores dulces o salados que van desde el pescado y pulpo, hasta la cajeta y chocolate. Los vendedores mantienen una actitud de servicio agradable y recogen el dinero con un guante de plástico para evitar el contacto con los alimentos, así, Parker parte para su destino, comer en su casa.

¡Una cosa más! Antes de partir, Parker recorre el pasillo para ver qué podría encontrarse mientras termina su onigiri, un alimento sin sabor y de color blanco que consume poco a poco. ¡Enfermeras en la Friki Plaza!, sin actitud de labor, dos mujeres que aparentan tener 30 años con uniformes de enfermeras y suéter verde con logo del Seguro Social comprando Pokys en un local, algo que llamó la atención de Parker y que ayuda a finalizar la actividad del día.

“Hoy tuve una clase de dibujo en la Friki Plaza, es la segunda clase que tomo, bueno, la segunda ocasión en que tomo una clase que se imparte en este lugar. Aunque llegué un poco tarde porque la hora no es tan adecuada y la distancia aún peor, la clase fue interesante, un poco aburrida porque fui el único que asistió, insisto, debido al horario siendo que a las 12:00 y en miércoles o viernes no hay tanta afluencia para participar en dicha actividad.

El maestro tiene 18 años, algo que me pareció sobresaliente ya que al ser muy joven tiene una técnica impresionante, aunque su técnica no se compara con su habilidad para dar clases, ya que tomó confianza muy rápido y comenzaba a “weyearme” muy pronto, cosa que no podría incomodarme en lo más mínimo pero supongo y pienso que podría parecer abrumador que sin conocer a alguien se refiera a ti con dichos términos, pero, este tipo de lenguaje lo he escuchado mucho al interior de la Friki Plaza”.

El tiempo fue el necesario para la clase, dos horas, de las cuales la practica me sirvió para darme cuenta que mis dibujos aunque pareciera que estén bien me hace falta practicar y soltar la mano. Seguiré cada consejo del maestro y procuraré asistir más seguido a sus clases cuando pueda. Hoy probé además los oniguiris, sabor fresa de relleno, un alimento más que no tiene ningún sabor, su textura era pastosa y costaba digerirlo por la misma textura, lo único que tenía sabor era la mermelada de fresa pero era como tomar una cucharada de la mermelada sola, no me gustó.

Aunque son comidas tradicionales en la Friki Plaza y en la cultura japonesa como tengo entendido, no sé si haya sido el lugar donde lo compré pero el oniguri no tenía chiste y su costo es relativamente aceptable pero no considero que sea óptimo para consumir. Me agradó además ver algo interesante, las enfermeras al interior de la Friki, una vez más un espacio dedicado a todo público, no sólo personas interesadas a este universo, tal vez sí lo sean pero aparentaban una edad mayor y sobre salían sin que les importase entre los asistentes”.

Sábado 29 de agosto

5:00 a 6:45 pm

Último piso

El fin de semana en que la misión ha llegado al final, es momento de decir adiós para Parker después de haber llenado de de una cultura como esta, que lo recibió y con bazos abiertos. Probó su comida, bebió sus bebidas, conversó con los asistentes y vendedores. Tarde de lluvia, el tiempo climático impide que Parker saliera hacia cualquier otro destino, pero, permitiendo que la estancia en la Plaza sea aprovechada para jugar con dos compañeros que decidieron acompañarlo. Parker junto de dos compañeros de juego.

Cada uno de los locales del último piso cuenta con pequeñas salas de juego, sillones para dos personas, éstos mismos tienen buen estado, aunque en pocos lugares tienen agujeros la comodidad es satisfactoria y el sillón mismo es placentero para la estancia. También, pantallas de 32" aproximadamente y generalmente todas son del mismo tamaño, tienen números arriba que indica cuál está disponible.

Lonas que decoran el interior y exterior de las salas para indicar los juegos y consolas con las que se encuentran en los que Guitar Hero para X Box, FIFA 2014 y 2015 para X Box One consola de alta definición. Super Smash Bros para Wii U, consola de Nintendo que también es de alta definición son los principales juegos de competencia o unión para los jugadores disponibles en los locales o salas del piso.

Al lado de las pantallas se encuentran bocinas de gran tamaño, una al lado de las ocho pantallas que retumban con ímpetu los efectos, canciones, narraciones y demás elementos auditivos del videojuego con que se esté interactuando. Dos ventiladores, uno en cada esquina que funcionan para evitar que la temperatura haga de la suyas además de lámparas de neón que ayudan a iluminar la habitación.

- *¿Cuánto cobran?*
- *20 pesos la hora con dos controles.*
- *Sí, solo dos controles.*

Parker comparte con sus acompañantes el juego, Super Smash Bros es de la elección de los tres, antes mientras los otros comienzan la partida Parker decide admirara a su alrededor mientras sus acompañantes se desafían entre ellos. Al lado de ellos una pareja, hombre y mujer de 20 años en apariencia, él de piel blanca y ella de piel morena clara. Cada uno con una guitarra de juguete que simula a una verdadera en el juego, concentrados en el juego cuando éste termina hablan entre ellos y se besan antes de iniciar una nueva partida, Guitar Hero.

Atrás del sillón de Parker dos jóvenes amigos, de entre 15 y 18 años, los dos con gorra, sudaderas anchas color negro. Los jugadores se concentran en el juego, FIFA 2015, olvidando inclusive de hablar entre ellos, el ruido ambiente no les concierne, lo único que les importa es la pantalla y mover los dedos por el control apretando los botones correctos para ganar la partida contra su adversario.

- *Parker, te toca.*
- *¿Ya?, ¿tan pronto?*

- *Sí wey, vas.*

A los 10 minutos es la oportunidad de Parker, la tarde es lluviosa, la hora ha sido pagada y la compañía es amena con un juego que apenas es conocido para el participante. De antemano sabe que el juego es de peleas, en el que de dos a cuatro jugadores pueden luchar en nueve diferentes escenarios para sacar a sus adversarios del mismo. Entre una espada gigante, un barco en alta mar, una isla y un castillo en ruinas es necesario sacar al contrincante de partida.

- *Mmmmm, ¡Yoshi!* – un personaje del juego que simula un dinosaurio es de elección para Parker.
- *Vas wey.*

Comienza la partida. El escenario, una gigantesca piedra que se eleva en el cielo. El objetivo, sacar al contrincante de la piedra tratando que caiga lo menos posible y que el sistema de defensa sea oportuno para sobrevivir por un tiempo considerable. La reta “ha iniciado”, las partidas del juego han comenzado y Parker comienza a jugar al tiempo que jóvenes entran y salen de las salas, algunos admirando el juego sin algo que decir y otros ignorando la partida.

Rotando los controles entre los participantes que acompañan a Parker y este mismo el juego toma su curso. Además, la consola muestra otro tipo de variantes pues no sólo de batalla se trata el juego, otra de las maneras de convivencia con el juego es con el juego de carreras en el que los mismos personajes como Mario Bros, Luigi, Kirby, Link y demás compiten ahora en escenarios de fantasía con automóviles de carreras, un juego típico singular.

Al jugar Parker con sus compañeros los cuales decidió invitar para jugar igualmente siendo comunidad externa que nunca habían pisado la Friki Plaza, dejan pasar el tiempo, una hora ha pasado y los tres jugadores deciden continuar con las partidas un poco más pues la emoción ha crecido entre ellos, así, el tiempo y dinero gastado no importa, lo que importa es la diversión y el entretenimiento entre ellos.

Una hora y treinta minutos después los participantes deciden que han llegado a su tiempo máximo, pagan la cantidad correspondiente y Parker, después de tres juegos ganados y nueve perdidos corresponde con su cantidad de dinero. Antes de salir, pues la lluvia ha cesado, Parker mira a su alrededor para percatarse de algo que causó curiosidad, dos mujeres disfrazadas de payasitas están jugando maquinitas, King Of Fighters sin que la mirada de los asistentes las intimiden.

Diario de Parker número ocho:

“¡Jugué videojuegos!, el día de hoy jugué unas cuantas partidas de videojuegos en compañía de dos amigos que tampoco habían pisado la Friki Plaza con anterioridad. Aunque no la conocían me mantuvieron sorprendido porque su actitud fue muy relajada ante el videojuego a pesar de que no habían asistido ellos de antemano tenían conocimiento de los videojuegos y suponía que se intimidarían ante la gente.

Bueno, a pesar de que estuve pensando en todo momento por la comodidad de mis acompañantes yo me sentí muy bien, aunque en mis 23 años había jugado Smash Bros, videojuego sí pero en no

éste en particular, cosa que me agradó demasiado ya que me atrapó de principio a fin, principalmente por haber compartido un momento de entretenimiento con dos compañeros conocidos y por el entretenimiento que brinda el videojuego como tal.

A partir de ahora mi estancia en la Friki Plaza será nula. Fue un buen cierre de salir de la Friki Plaza después de haber cumplido con éxito, según creo yo, pues al haber probado diversas actividades como haber jugado videojuegos ahora más reciente, haber tomado una clase de japonés, ser partícipe de las ventas de los bienes que al interior se ofrecen y probar la comida, bebidas y dulces que los asistentes consumen para conocer sobre su lenguaje, vestimenta y todas aquellas actividades que se realizan.

Y así es como se termina mi estancia en la Friki Plaza, además de asistir y consumir todo lo que hay al interior, también comprendí supuestos para poder entender a sus asistentes, el por qué de la asistencia y consumo. Platiqué con personas de las cuáles no estoy acostumbrado a relacionarme, compartieron sus experiencias conmigo y comentaron cuestiones de su vida a mí, un forastero que podría parecer intimidante para cualquier otro, por ello siento que fue un trabajo bien realizado y así dejar el campo e irse con cantidad de experiencias”.

Tópicos tomados en cuenta para la elaboración de la entrevista en profundidad en el cual se elaboraron posibles preguntas para la intervención de las categorías de análisis.

*Edad

*Profesión

*Vivienda

Producciones culturales, (literatura, medios audiovisuales, música, signos, etc.)

¿Cuáles son los videojuegos / música / películas/ libros / cómics / mangas / animes / que más te gustan, ¿Por qué?

¿Cómo fue que te encontraste con este videojuego / artista /cómico, etc.?, (fecha)

¿Tienes algún personaje o jugador con que te identifiques?, ¿Por qué?

¿Tienes alguna canción con la cuál te identifiques?

¿Con qué frecuencia lees / escuchas / compras libros / cómics, juegos, etc.?

¿Cuáles son los factores para que consumas con esa frecuencia?

¿En dónde consigues este tipo de productos?

¿Por qué prefieres este tipo de lugares?

¿Alguno de tus amigos o familiares consumen lo mismo que tú?

¿Qué es lo que haz comprado aquí en la friki plaza?

¿Qué fue lo último que consumiste aquí dentro?

Lenguaje, (códigos y convenciones)

¿Qué tipo de personas asisten a la friki plaza?

¿Conoces a todas ellas?

¿Te gusta relacionarte con gente con gustos similares?, ¿por qué?

¿Si tuvieras que iniciar una relación con alguien, tomarías la iniciativa?

¿Cómo tomarías la iniciativa?

¿Qué le dirías de ti?

¿De dónde obtienes información relativas a tu videojuego, cómic, manga, libro, personaje, artista preferido?

¿Lo compartes con alguien?

¿Dónde lo compartes?

¿Cuándo llegas con algún conocido con gustos similares de qué hablan comúnmente?

Estética, (accesorios, colores, vestimenta, cabello, fisionomía)

¿Qué otros productos consumes que sean de tu preferencia?

¿Cómo es un día para ti por la mañana?

¿Cuál es tu color preferido?

¿Depende mucho para elegir comprar algo para ti o de qué depende?

¿Qué importancia tiene para ti tu apariencia; por qué?

¿Has comprado ropa aquí en la friki plaza?

¿Has usado el servicio de estética que hay aquí en la friki plaza?

Alimentos, (comida y bebida)

- ¿Cuál es tu comida preferida; por qué?
- ¿Te gusta la comida que hay en la friki plaza?, ¿por qué?
- ¿Qué tan seguido consumes comida aquí, en la friki plaza?
- ¿te gustaría que vendieran más alimentos al interior de la friki plaza; como cuáles?

Actividades representativas, (prácticas, ritos, fechas conmemorativas, campos de desarrollo)

- ¿Qué otros lugares frecuentas en tu tiempo libre?, ¿por qué?
- ¿Has asistido a algún concierto de tu artista preferido?
- ¿Has asistido a alguna convención fuera de la friki plaza; cuál y por qué?
- ¿Has asistido a algún torneo, concierto, taller o exposición de los que ofrecen aquí en la friki plaza?
- ¿Cuándo te reúnes con tus amigos qué es lo que comúnmente hacen?

Tiempo, (de consumo y estancia)

- ¿Tienes amistades dentro de la friki plaza?
- ¿Cómo se conformaron los círculos sociales dentro de la friki plaza?
- ¿Existe otro punto de reunión o sólo se reúnen en la friki plaza?
- ¿Qué es lo que realizas comúnmente con tus amistades?
- ¿Qué es lo que realizas principalmente al interior de la friki plaza?
- ¿Te gustaría que la friki plaza te ofreciera más cosas; como qué?
- ¿Qué es lo que más te gusta de la friki plaza?
- ¿Qué es lo que no te gusta de la friki plaza?
- ¿Son factores decisivos para asistir?
- ¿Cómo es un día en la vida de...?
- ¿A qué dedicas tus fines de semana?
- ¿A qué dedicas el tiempo en tus tardes/mañanas?
- ¿Qué haces en tus tiempos libres?

A continuación se muestra la transcripción de las respuestas hechas por los cinco entrevistados durante la aplicación de la entrevista en profundidad.

Este, estudio la prepa de Colbach.

Conozco la Friki Plaza hace como, un año seis meses.

Por un, este, es que yo iba a la TNT y a la Mole y me dieron una vez una propaganda, hace como dos años mas o menos y investigué entre esos meses. Y luego hasta como el sexto intento la encontré, bueno, había venido con mi hermano, la encontramos y ya vimos los, este, los detalles y pues este, vi lo de las clases de japonés y compré unas cosas, este, y pues dentro de un tiempo me metí a las clases de japonés y pues, y pues así.

Las clases de japonés me interesó mucho de una novela ligera de un anime japonés que se llama Axel World y pues me he entrado que el manga no ha salido aquí en español así que quiero leer la novela ligera en japonés pero ya con mis conocimientos de japonés aplicarlos para poder traducirlo.

Como un año y medio estudiando japonés. Este, me inspira el idioma, me gusta mucho la naturaleza japonesa y me motiva el anime y el manga, como, bueno mis tres favoritos por los que me volví Otaku son Accel World, Full Metal Alchemist y Digimon. Accel World me gusta, porque habla del romance, la amistad y, este, sobre el potencial que puede tener una persona en los videojuegos. Una vez estaba, bueno, yo suelo estar en muchos grupos de Facebook y una vez vi publicada una imagen de la chava que lo protagoniza que se llama Kuroyukihime, me interesó la foto porque tenía un aspecto humanoide y después de eso busqué como una descripción en Wikipedia. Hace...como tres años.

Más que nada ahorita, ahorita me interesan las tarjetas. Las mochilas para llevarme mis cosas de japonés, este, una almohada, tengo una almohada y pues, este, nada más. Sí, todo eso aquí, lo compro aquí. También en la Fan Center, al lado de la Friki Plaza.

Las tarjetas como son de Japón y no las distribuyeron aquí en América, este, sí suelen ser un poco más caras porque sí suelen ser un poco más especiales. 80 pesos el paquete, no compro porque son difíciles de conseguir. Me dijeron que las pidiera, tengo una amiga que tiene un proveedor japonés, me dijo que se las pidiera y me las consigue. Tengo 20 sobres en una caja que son como 1'100 pesos.

Cuando era chiquita cuando tenía como ocho años, este, me dio, este, me empezó a dar curiosidad lo que veía la tele y así, hasta que veía el anime, yo pensé que eran caricaturas como las gringas pero después de que vi Digimon y me informé un poco más supe el significado de lo que era el anime y, marcó mi infancia y me enseñó muchas cosas sobre, sobre un humano.

El anime sería para mí como motivación. Amistad. Romance y, lealtad. Y sí, es eso. Lo he visto en el anime, este, de lo que me enseñan y me inspiran los dibujos. De gráficos y eso.

Fui a un curso de manga. Hace como cinco meses allá por línea 12. Me enseñaron el canon que es el cuerpo de una persona tipo caricatura o anime. Y pues me enseñaron las partes de cómo hacerlo, del canon de un cuerpo, una cabeza, una mano, una rodilla, y pues todo lo demás.

Como unas dos horas al día, ver anime. Si me gusta mucho me compro el disco, este, si no lo conozco y me interesó un poco, este, lo veo por internet, no lo compro, este, solo por internet. El último que he visto es Fairy Tail y Bleach, los conseguí aquí, los discos como en 10 pesos y suelen venir 2 por veinte.

Si, Otaku y orgullosamente. Pues, en lo personal para mí es una motivación pero también los otakus solemos ser buenas personas que estamos dispuestos a, abrimos a varios temas, ya que lo que, lo que consumimos del anime es muy abierto y tiene demasiados géneros, tiene un tema y subgéneros. Y pues, este, es muy motivador. Shōnen, Shojo, este, psicología, romance, colegial, ghouls, artes marciales, Yaoi, Yuri, Hentai, y pues, pues nada más. La mitad me atrae.

Pues generalmente vengo una vez a la semana. Pues, a comprar o a jugar. Jugar videojuegos, uno que se llama J-Stars donde salen todos los personajes de anime de la revista Shonen Jump. Una hora o dos horas para jugar, 20 una persona una hora y 25 dos personas la hora. A veces sola y a veces acompañada, a veces con mi hermano y a veces sola. Le gusta también, jugamos y este, más que nada por la hermandad que tenemos.

Cuatro amigos que también les gusta el anime, desde la secundaria igual por Nintendo. Cuando yo tenía gustos desde chiquita por Nintendo con mis hermanos y mis amigos en la secundaria hicimos como que una promesa y nos interesamos mucho por los videojuegos de Nintendo y de ahí dijimos que buscábamos personas con gustos por Nintendo y tener una buena amistad con ellos.

La comida mas o menos, no me cae bien al estomago el pescado, pero me gusta las comidas que son más comunes en Japón que son como el ramen y el onigiri. Son las más comunes y lo que más como aquí. El onigiri generalmente compro uno, y son, diez normal, doce empanizado. Y el ramen, este, es muy cambiante depende de cómo lo preparen y depende, de, de dónde lo compres, puede valer de 25 a 100 pesos.

Animes para verlo con mi hermano para comprar si no para jugar. Dos animes compro. Y manga generalmente cuestan 69 pesos de Panini. Este, sí, los compro, cada, cada que veo una historia de anime que me gustó mucho y me motiva. Más anime que manga.

Los pokys sí, me gustan. Son un sabor deleitante y inspirador. Este, sodas, no. no las he probado. No me llaman la atención.

Me gusta de la Friki Plaza, pues la diversión que hay.

No me gusta que vengan malas influencias. Como los chicas o personas que no tienen educación. Que nada más vienen a ver y que no tienen un por qué del haber venido.

Friki es más especializado para una persona gamer, y yo me considero solamente Nintendera. Sony no por que juego nada más los de anime pero Sony no me gusta casi, pero, friki significa, que te gustan más los videojuegos, pero que le metes algo de anime. Este, sí, por eso se llama así la plaza.

Cuando no tengo nada que hacer canto openings y endings de anime y escuchar un rapero otaku que se llama Kane, es lindo. Un amigo de la secundaria publicó un video que se llama "El rap del anime" y me gustó. A parte, este, me di cuenta de que hace música para otro tipo de temas. El electro rock, el country, la música clásica, y pues nada más.

Películas de ciencia ficción, acción y psicológicas.

La psicología me gusta, para comprenderme a mí misma y para saber el por qué, o el tipo de acciones de por qué hacen las personas eso, lo fundamental. Me gustaría leer un libro o así como pasatiempo, pero me interesa más la ciencia. Desde chiquita me ha gustado experimentar y el saber el por qué de las cosas, y, este, por qué un anime me inspiró a que me gustara mucho la ciencia, Full Metal Alchemist. Me gustaría estudiar química por eso, por el anime.

Arita Haruyuki, de Accel World. Es un gordito que tiene baja autoestima que, que tiene mucho potencial, ha logrado superarse por como se ha desarrollado el anime y por las personas con las que se va, con las que va relacionándose, y más por una chica que conoció en la escuela. Si, otro, uno de Full Metal Alchemist que se llama Edward Elric. Este, por que, él tiene muchos conocimientos sobre la ciencia, este, él, le gusta luchar por la justicia, es hermanable, y, este, pues porque cae bien.

Busqué en internet lugares donde hubiera exposiciones de anime. Así la TNT primera vez, hace cuatro años con mi hermano y su mejor amigo. Fue impactante, como descubrir un mundo en el que te comprenden, fue motivador. Que son personas que tienen tus mismos gustos y pueden llegar a pensar parecido a ti. Ya no he ido a la TNT, tiene como ocho meses que ya no voy, pero si he querido ir. Cuando vaya voy a hacer cosplay de dos personajes, estem, de, uno de un videojuego que se llama Jeff and Donuts que es un, como un chico científico y de Edward Elric de Full Metal Alchemist.

Yo veo el cosplay de sentirte el personaje, de representarlo, como, ese se parece a ti y tú lo quieres representar con admiración y así, hacerlo parte tuya. No, antes no, por falta de fondos no lo he hecho, se le tiene que invertir. Este, como unos 2'000 pesos para cada personaje. De hombre porque son los personajes que se parecen a mí y no me importa que sea niño o niña y son mis favoritos.

La Academia de Cultura Asiática Ninshi. No sé dónde sea exactamente pero tienen su página oficial en Facebook, hablan mucho de aquí, de boletos a Japón y de que están mucho en otros lugares, información que me gusta. Otros lugares para comprar anime o manga, no, nada más.

Amigos dentro de la plaza, este, sí, suelen venir a veces, antes cuando empecé el curso de japonés venían también a tomar las clases conmigo. Pero, por ahorita no, bueno sólo él, el que está aquí.

Con amigos, convivir y llevarme uno que otro pensamiento o experiencia. Dos horas, en la Friki Plaza. Una hora cincuenta minutos de mi casa aquí. Vengo en la tarde, como a las 4:30.

Generalmente anime las veo sola, pero, en estos últimos meses las veo con mi hermano. Empezábamos desde chiquitos primero con el Nintendo, ya después fue el anime. Mi hermano tenía 14, mi hermana tenía 12 y yo tenía 10. Mi hermana no le gusta y vivimos separados entonces no, no le gusta.

Ahorita lo que tengo son animes, luego las, este, las mochilas, los peluches y las estucheras. Todos los he comprado aquí, sí. Lo más caro que he comprado aquí, un videojuego, el Nintendo 3Ds XL hace como, este, seis meses. Costó 3'200.

Cuando no conozco a alguien, generalmente le pregunto qué géneros de anime le gustan y ya con eso me doy cuenta qué es lo que le gusta, porque es parte de su psicología lo que le gusta.

Torneos de videojuegos le hace falta a la plaza. No, nunca he participado. Sí, me gustaría, porque quiero demostrar mi potencial como videojugadora mujer. Suelo usar más la consola portátil, tuve un 3Ds normal, la compré hace como tres años en Pericoapa.

No deberían entrar los ajenos, ya que es un lugar para divertirse, divertirse y pues, respetar a los otros.

Sólo mi mamá y mi hermano me apoyan, mi mamá luego como no conoce me habla de que pasaron algo y que lo vea en TV pero me dice estimándome y pues dándome con cariño todo lo que me gusta. Tuve una mala infancia, porque, este, todo el tiempo en mi casa y en mi casa, y en la escuela se la pasaban criticándome, por esto mismo. Desde que me cambiaron de primaria como a los 12 ya me respetaban. Mi hermana no, no me cae bien y no le caigo bien, porque ella no le gusta todo esto y a mí, este, no me gusta lo de ella.

Soy como pasiva activa, pues, soy tranquila pero cuando me hacen enojar pues, no suelo ser muy tolerante. Que me traten mal y que no respeten mis gustos. Mis dos últimos mejores amigos que los dos son hombres los vi hace como un mes y medio y a mi mejor amiga y mi mejor amigo los vi hace un mes. Jugamos en el parque, hablamos de anime y pues, pues, hablamos también de las relaciones de cómo vamos, y con mis otros amigos con mi amiga y mi amigo jugamos videojuegos, en casa de uno, de puro Nintendo.

Porque mis amigos me llevo mejor porque les gusta más el anime, y a las mujeres no les gusta porque si les gusta es como del Yaoi y a mí no me gusta, este, me gusta más la ciencia y la psicología por eso más con hombres

Estudio en la ESCA en relaciones comerciales y trabajo en una empresa de logística en mensajería. Tengo tres años trabajando.

La friki plaza, yo creo que la conozco antes de que se hiciera famosa, digo, cuando sólo tenía un nivel. No sé como cuántos años tenga pero ya tiene tiempo. Creo que tenía como 19 o 20 años cuando salió.

En ese tiempo jugaba Yu Gi Oh! todavía, en este tiempo, bueno desde siempre he coleccionado cómics, desde los 10 años colecciono cómics, me gusta mucho cuando empezaba para ir a comprar series, videojuegos igual era el único lugar barato y accesible para ir a comprar para mi edad. Y ya, creo que era a lo único que iba, a comprar.

De esas veces que salí yo a caminar a buscar cómics emmm, de repente me metí a la plaza donde vi algo de anime. Me metí y descubrí como otro mundo donde podía encontrar series, anime y todo esto, creo que la primera que me interesó y que compré fue la de Hellsing que fue mi primer anime igual que compré en la plaza. Ya a partir de ahí comencé a comprar otro tipo de series Caballeros del Zodiaco, Digimon, One Piece, bueno, Caballeros del Zodiaco sí desde la infancia en tv pero ya comprarla ahí.

Aparte yo creo que fue la friki Plaza el único lugar donde pude encontrar la serie completa de X-Men la de los 90's.

Caballeros del Zodiaco fue la primera, tenía como ocho años cuando los vi. Los pasaban en el siente fines de semana temprano y ya después los pasaban entre semana como a las cuatro. Y cuando los vi dije "a no mames mira" caricaturas, sangre y mucha acción, ¿no?. Digo, creo que después de Caballeros del Zodiaco empezaron a meter a los Samurai Warriors, también llegué a ver Mazinger Z, Boltron, y ya creo que, bueno mi hermana veía Sailor Moon y yo veía Sailor Moon con ella.

Tengo una hermana que le encantaba Sailor Moon y estas morras, Las Guerreras Mágicas. Era el sábado de que pasaban las caricaturas desde las 9:00 hasta las 12:00 y los dos juntos ¿no?, viendo caricaturas y ya, digo, a ella le siguen gustando. Ahora a mi sobrina le encanta Sailor Moon. Sacaron el reboot de Sailor Moon no le gustó, le gustó más la vieja. Ahorita ella tiene diez años, a ella la traigo a la Friki Plaza cuando quiere algo o dice "oye ahora quiero una taza o busco una almohada de luna" y pues vamos a la Friki Plaza.

20 minutos me hago hasta Friki Plaza.

De todo este rollo a lo que le dedico más tiempo, a los cómics. Mis traslados de mi casa a la escuela, de la escuela al trabajo, por las noches, casi diariamente.

A los cómics 1'000 pesos a la quincena. Entre películas no sé unos 200 pesos. Ahorita estoy comprando un juego que se llama HeroClix que es este como de estrategia y tienes que comprar como las figuras de todo esto, igual yo creo que son como 200 o 300 pesos al mes porque esas si son caras y pues a las series casi no porque pues ya hay Netflix, Netflix e internet pues ya es como muy rara vez llevo a comprar una serie.

Información. Creo que principalmente en Facebook hay diversos foros dedicados especialmente para cierto tipo de cosas. Por ejemplo para este tipo de juegos que es HeroClix que estoy como en tres grupos y dicen “voy a estar en el Rock Show o en la Friki Plaza vendiendo tales cosas para los que se interesen pues pueden ir, ¿no?”. principalmente todo eso es en Facebook.

Personajes que me gustan, ¿de los cómics?. Jean Gray y Emma Frost. Porque son como el Ying Yang de los superhéroes. Una es súper perra y la otra es muy noble, me gusta como ese contraste que tienen y esa rivalidad que tienen a partir de un wey, aparte no es solo nada más de va te voy a bajar el wey y ya, si no que es te voy a bajar el wey te voy a demostrar que soy mejor que tú para distintas cosas.

Uno que me logre identificar. Quentin Quire que también es un X-Men y a veces con Peter Parker, porque su vida es un desmadre y siempre tiene problemas pero al final lo sabe solucionar o si no lo soluciona no se queda estancado en lo que está si no que sigue, sigue adelante.

Realmente solo vengo nada más a comprar y ver si me gusta algo. A jugar muy pocas veces videojuegos casi, las arcade pero, muy rara la vez. No tiene que haber como gente para que yo pueda jugar. Aparte no soy como muy bueno jugando y prefiero estar peleando con la computadora a pelearme con un wey que apenas conozco y que me lo restrigüe en la cara y me diga “ay eres un pendejo”, y me ahorro mi dinero porque eso de echar y echar y echar no.

Me late poder encontrar cosas que en ningún otro lugar lo puedas encontrar, a menos que sean convenciones.

Convenciones, La Mole, La TNT, la ConComic. De hecho este año estuve trabajando para una editorial los fines de semana, entonces ya no iba nada más a ver si no ya iba nada más de trabajo. Uno de mis amigos trabajaba ahí de planta, de lunes a domingo y me decía que a veces necesitaban apoyo como en las convenciones o en los eventos ya sea yendo a las convenciones o bien quedándose en las tiendas porque luego no había quién se quedara. Entonces yo bien lo veía como hobby digo estoy en lo que me gusta, es lo que me gusta, va digo, no es como perder un fin de semana si no disfrutar de un fin de semana. Me dijo sabes qué, necesito apoyo en una convención ¿puedes ir?, es sábado y domingo. La ConComic del año pasado. No me pagaron en efectivo me pagaron en sustancia, la editorial editaba muchas cosas que me gustaban y sí me preguntaban ¿quieres efectivo o quieres cómic?, no pu's comic. Aparte no me los cobraban como a precio público si no como a precio empleado. 25 años, apenas fue el año pasado realmente.

Primer cómic que leí, X-Men adventures, que eran los de la serie. Me los regaló el novio de mi prima, entonces me regaló como treinta cómics de esto y ya a partir de ahí dije los quiero y voy a seguir comprando me llama mucho la atención. Hasta los once años fue cuando empecé a ver en puestos de periódicos que los vendían y ya gradualmente empecé a ver “a pues también los venden en convenciones”, de repente la friki plaza empezó a vender. Era muy raro el local que vendía pero sí era así como de “ah pues ahí venden, ahí los voy a comprar”. Ahorita el local en el que yo compraba ya desapareció, pero a partir de eso empezaron a vender en más local y se empezó a expandir en comics, y ya no es tan difícil de encontrarlos.

Decomixado, Oscorp Comics, Rock Show, son todos los que conozco.

Friki, friki es como raro. Realmente no se llama Friki Plaza, se llama La Plaza de la tecnología y la computación. Yo le decía la Friki Plaza por toda la gente que iba, de repente me entero que todo mundo le decía la Friki Plaza, es como de cariño aparte que le digan “ah, vamos a la friki Plaza”. Pues freak es como de, un fenómeno, un wey fuera de lo normal, un wey que no se ha puesto con las normas sociales a todas las demás.

A mí me gusta mucho traer playeras como de logos nada más, ya como de cómics, anime, y todo esto, más que nada como de logos y símbolos no es como el personaje completo.

La onda es como muy minimalista, esto representa algo y tú sabes qué es o de quién es, no necesariamente tienes que tener al personaje para decir “es Deadpool” como yo ahorita o decir “el tatuaje es de X-Men” porque tiene un X-Men sino es porque reconoces.

El tatuaje te digo, desde los diez años me gustaron los X-Men. Si lo vez muy afuera del término de que son superhéroes, digo, a mí me ayudaron mucho en la adolescencia porque todo mundo los odia, entonces a estos weyes todo les vale madre y no es como que “bueno nos odian y nos vamos a tratar igual”, no, al contrario es “bueno, no odian y vamos a ser lo mejor del mundo, porque no somos iguales a ustedes, no importa por qué nos odien”. Yo tuve muchos problemas en esa etapa pero digo, leía cómics, entonces me ayudaron como a entender un poco más, era así como de, yo creo que Tormenta que es como de las más conocidas de X-Men se hace ese cuestionamiento, “Por qué protegemos a un mundo que nos odia o, por que ayudamos a un mundo que nos odia”, entonces al final ella dice “nosotros queremos a un mundo en donde nadie odie a nadie”.

Tiempo libre a ver series. Videojuegos igual digo, ahorita ya no pero en mi tiempo libre jugaba mucho. Tengo Play Station 1, 2, y 3, entonces era como de repente “quiero jugar Crash de Play Station One, todavía lo tengo. En Resident Evil 4 en Play 2 que lo he acabado como en cinco veces. Y Play Station 3 no tengo tantos pero ese es más como de pelea y es más en línea y luego a jugar un rato como otros weyes, va.

De videojuegos, me gusta mucho los de misiones, no sé cómo se diga pero es estar buscando cosas. En los de peleas me gusta más jugar con amigos es como de “traigo esto, pues vamos a rompernos la madre. ¿Quién sigue?”.

Antes era muy recurrente, ahorita ya es rara vez porque mis amigos tienen X-Box, yo tengo Play entonces ya casi no. Antes nos juntábamos para jugar Call of Duty o Halo, esos sí eran fines de semana desde el viernes hasta el domingo estar jugando todo el día wey. En casa de un amigo, era de poner dos pantallas, dos X-Box, éramos ocho y los ocho jugábamos. Ahorita casi no por esto de los tiempos de todos ¿no?. A ellos los conocí en la escuela, en la vocacional, pero pues a todos nos gustaba de hecho entre ellos había una chava que jugaba con nosotros, era la novia de un amigo, era súper rara la chavilla y de repente nos ganaba a todos, nos mataba a todos. Fue así como saliendo de la escuela “pues vamos a jugar”, “ah va”, era como viernes veías la hora te quedabas, nos seguíamos hasta el domingo. Sí era como muy extenso todo. Ahorita ya es muy rara la vez que lo hacemos. Como cuatro años así, fueron dos años de escuela y luego ya otros dos años en los que cada quien andaba ya como en su onda, entre escuela trabajo y eso.

El sushi es bueno, los oniguiris que son unas bolas de arroz. El pan al vapor de chocolate nada más por que los otros no me gustan. Las hamburguesas sí, la pizza no. también como tortas, sincronizadas y eso no. Se me hace como muy asqueroso todo eso.

Bebidas creo que sólo he comprado, creo que es el único lugar que sigue vendiendo Coca vainilla. Es lo único que compro de ahí de bebida.

De dulces no, no, eh, no. creo que sólo he probado el que parece algodón que es de sabores.

Series entre anime, acción. Estaba terminando de ver La leyenda de Korra, la segunda temporada. Daredevil y creo que ya. Ah y Flash.

Me gusta The Walking Dead aunque a la mayoría se les hace un drama con zombies pero creo que es eso, si no se ponen más como a pensar en el contexto de lo que la historia está tratando de decir y del por qué son los motivos en por qué lo hacen es como una serie más y que de repente nada más tiene zombies. Por que The Walking Dead es como muy de un capítulo bueno, uno malo, uno bueno, uno malo ¿no?. finales de temporada muy chingones. Pero te pones a preguntar, “¿qué es lo que harías tú en ese instante?”, lo extrapolas a tu vida diaria y dices “¿si podrías tomar una decisión tan fuerte como para seguir o realmente tomas decisiones porque te conviene?”.

Naruto nunca me gustó. Vi como la primera temporada. Vi el Shippuden porque era como de “ah ya salió un nuevo capítulo, vamos a verlo”. Pero nunca me gustó, de verdad nunca me gustó es de las pocas cosas, Naruto.

Oigo casi de todo, me quedé como muy atrapado en el 2010, 2012. Bandas como System Of A Down, Atreyu. Todo esto nuevo que va saliendo casi, casi. Regularmente frecuento todo tipo de lugares que ponen a Nicky Minaj, Lady Gaga, Katy Perry pero no es que me encante si como de “ah mira me la sé”, pues va ¿no?. Soy como generación X del New metal y del Ska del 2008, 2009. Puedo estar escuchando Pantera y de repente aparece la rola de Miguel Bosé con Julieta Venegas y le sigo, no estoy como tan cerrado en algo.

Referencia a Los Simpsons, hay un capítulo en el que Homero no es bien recibido con Moe, entonces nos ponen una escena de un Homero con traje, un sombrero así elegante y un bigote entonces entra y dice *“una cervecilla por favor”* entonces todos creen que es Homero disfrazado pero de repente pasa Homero y le dice llama Cosme Fulanito.

Los Simpsons, ahorita ya no mucho, tengo mis recuerdos de viejo lobo de mar, yo creo que fue como en el capítulo 200 o 300 cuando dije *“no, ya”*.

Series, ammm, he visto varias. Vi Nación Z. Vi, ammm, Walking Dead me aburrió terriblemente, porque estoy leyendo el cómic, entonces dije *“voy a leer primero el cómic y luego veo la serie”*. Leí el cómic, vi la serie y al momento de compararlos, la serie me pareció realmente vacía, como a la hora de adaptar entiendo que casi no hay que cosas que tengan lógica al momento que cuando lees algo y al momento de adaptarlo no va a tener lógica, eso sí lo entiendo, lo que no, es que cambien como que la esencia, más a fondo todavía. Cuando te cuentan una historia, te cuentan más allá no sólo los hechos de zombies come gente, no, no, no, sino, qué sentidos y causas tiene la soledad, el vacío existencial al no sentirte parte de un mundo. En el cómic resalta más esas cuestiones como la soledad, la angustia, es como humanamente muy fuerte, en cambio la serie parece una novela. *“Estamos en el fin de los tiempos, ya, la humanidad realmente se fue al caño, ¿qué es importante?, ¿sobrevivir?, meh, es importante pero “Lori no me hace caso... ¡LORI NO ME HACE CASO!”*, esto en la serie queda en segundo plano por la angustia de sentirse solo. Entonces la serie casi no, llegué a la temporada dos capítulo cinco, tuve que abandonarlo. También entiendo que haya cuestiones de censura, porque en el cómic pues lo que se les ocurre le pone el escritor, vi que sí hay cosas que le bajan mucho para el público, pero ese cambio de esencia de fondo no me gusta. Es, pero, no lo reconozco.

La edad exacta se me va pero haciendo cálculos así, pudo haber sido a los ocho años más o menos. Fue la primera vez que leí un cómic, fue por mi hermano. Un día estaba holgazaneando, llega mi hermano me dice *“ten, lee esto”*, me dio dos cómics, uno era de Hellboy, era, ahora lo sé, en ese entonces no tenía ni idea. Era parte de una colección que se llamaba *“El ataúd encadenado”* y otras historias entonces no era un cómics así de regular, era un cómic que incluía tres historias cortas, era Hellboy contra un duende con unas botas de hierro y otro el favorito, no me acuerdo cuál era pero, Hellboy llega una casa habitada por una madre, todo se ve como muy agreste, muy como un pueblo entonces le dice a la madre *¿Qué onda con su bebé?*, sólo se ve la cuna al lado de la chimenea. Entonces Hellboy llega se acerca y dice *“Hum, hum”*, entonces Hellboy se aleja, viene, y así de golpe agarra un atizador para chimenea y le da al bebé con el atizador, lo quema, entonces es cuando se revela que no era un bebé, era como una especie de espíritu del bosque duende que había tomado el lugar del bebé para tomar de la leche de la madre. Entonces lo quema, vuela y lo corre, entonces ya ve que el bebé está ahí al lado de unas cosas. Esa historia me agradó mucho, la historia de Hellboy a los ocho años.

Maxium Carnage fue el segundo, Fue uno de los primeros cómics que leí, junto al de HellBoy que mi hermano me dio. Este todavía lo tengo. Fue mi introducción a Venom y Carnage, desde entonces Venom es uno de mis personajes favoritos. En este número me impactó una mini historia en la que Spidey en la que vemos cómo reafirma el tema de la responsabilidad y la figura ausente del tío Ben. Cuando iba al CCH recuperé historia contacto con Hellboy gracias a la historia “El despertar del diablo y la semilla de la destrucción”. Me impresionó mucho toda la historia en la que HellBoy tomaba las riendas de su vida a pesar de su naturaleza infernal. Como dice un personaje: “ se da luz a sí mismo”. Esto fue por ahí del segundo semestre, aunque fue por ahí del sexto semestre que ya leí cómics con regularidad. Fue gracias a Marvel Zombies y Civil War, después de eso ya no lo he dejado. Fue ese momento entre la música y los cómics fue que encontré cierta catarsis de la etapa que estaba pasando.

Es que desde siempre, desde siempre quiero decir a los cuatro años, he tenido una fijación por todo lo extraño, con temas macabros o simplemente de terror. Desde mi descubrimiento con The Wall a los cuatro años de Pink Floyd con toda esta onda del surrealismo y mentes retorcidas, hasta llegar a los 10 con Edgar Allan Poe con el Crimen y la locura. Actualmente todo ha mutado hacia la leyenda urbana y el terror que nace en internet. Después de todo una parte importante del mundo “freak” está compuesta por terror. Pensemos en Alien , Depredador, Resident Evil, Devil May Cry. Tal vez su contraparte sea la fantasía ya sea en su forma medieval como Tolkien, futurista como Star Wars o contemporánea con el mundo superheróico.

Avengers vs X-Men. Fue la primera serie por ahí del 2012. Que fue un reto conseguir ya que el tiraje de los primeros 6 números fueron muy limitados. Hubo acaparadores y precios altos. Fue esta situación la que me hizo acudir a la gente de la Plaza para poder conseguir todas mis series en un mismo lugar y con apartado de lo que va saliendo cada fin de semana.

Las maquinitas fue mi primer acercamiento a los videojuegos, en la primaria. Jugaba en una Farmacia o en un local especializado, en estos tiempos jugaba King Of Fighters, Alien, El Mundo de Mario, Mettal Slug, Snow Broos, Bubble Bubble, e incluso la primera versión de Marvel vs Capcom eso me trae buenos recuerdos excepto la vez que un pederasta quería algo.

Play 3 fue la primera consola que compré con mis ingresos laborales. Sin embargo no he tenido el tiempo de poder jugar mucho por cuestiones de cansancio y ocupaciones. Ahí jugué la saga de Uncharned una cuestión de aventuras, El infierno de Dante que es un rollo de aventura infernal, Dead Space de survival Horror. Creo que esto me ayudó a estrechar vínculos con una amiga de gustos afines. Actualmente ya no he jugado por la llegada de 3Ds y que es más práctico jugar en una consola portátil. Pókemon Alfa Zafiro. Es la segunda consola que compré por mi cuenta sobre todo por la idea de comenzar a jugar Pokémon. Anteriormente había intentado jugar la versión perla pero simplemente no pude y no fue hasta finales de 2014 que ya me introduje en el juego. Más allá de la nostalgia he encontrado satisfactoria esta experiencia, ya que he encontrado un sincretismo de mitologías e ideas en un juego considerado de niños. También es agradable el poder criar los propios Pokes aunque puede llegar a ser un proceso largo que incluye el entrenamiento.

Pues tiempo le dedico al Pokémon y luego a los cómics, como es portátil, es más fácil jugar, tengo 667 horas de juego almacenadas en el Alfa safiro en el Pokémon Alfa Zafiro. Después a los cómics, las series que sigo actualmente son Avengers, New Avengers, Uncanny Avengers, Inhumans, Guardians Of The Galaxy, Thor, Amazing Spiderman, Uncanny X Men, Hawkeye, Justice League, Batman, The Walking Dead, Rachel Rising, 28 Days Later, Hora de aventura, Hell Blazer, The Wake, Hellboy, Y The Lasta Man, al menos en ediciones nacionales, salen por lo general una vez al mes. Entonces hay semanas en las que pueden salir hasta 10 o hay semanas en las que pueden salir tres, cuatro, entonces si voy en sábado puede que compre algunos. Uno de 26 páginas tardo en leerlo como en 15 minutos, pero digamos si no los leo en fines de semana es cuando interrumpo Pokémon. Mi tiempo de traslados a los trabajos es cuando dedico a leer cómics. Por lo general puedo leer en un día de ida y venida puedo leer como, cuatro o cinco, claro, cuando los hay.

Creo que, monetariamente hablando lo que menos le dedico es a los juegos por que ahorita lo que tengo es el Alfa Zafiro. Tengo uno de Mario que me está dando unas pesadillas horribles porque los combos que necesito hacer son horribles, hace poquito lo avente y dije *“ay ya, lárgate Mario”*, pero pues digamos, qué será. Si compro juegos soy más espaciado, ahorita posiblemente el siguiente que compre sea hasta noviembre, cuesta \$800 igual es de Pokémon pero no va a ser como esta mecánica de batalla y será que lo consiga. En los cómics sería mayor esta tajada de dinero, porque ahorita debo estar siguiendo fácil como más de 15 series, aunque no es de golpe, semana a semana se van juntando, hay veces en las que en la semana son poquitos y son como de 150 cosas así, pero hay veces en las que se disparan hasta los 300, 300 algo, cosas así, pero hay semanas en las que se juntan las series regulares, como en las de Walking Dead que tienen compilados y si he llegado a ir hasta los 500 en una semana, creo que ya tengo un problema.

Problema porque es mucho, si, ya es bastante, es lo que consumo, pero no es todo lo que sale, si yo consumiera todo lo sale y todo lo que me gusta, eso se dispararía enormemente. Como otras series, inicialmente solamente publicaba Marvel y VID, VID desaparece y sólo queda Marvel con Televisa pero qué pasa, Televisa apoya a DC, y de repente VID regresa a la forma de Kamite, entra Panini. De repente *“quiero ésta, ésta, ésta, ésta”* y se juntaron bastante, entonces si consumiera todo lo que me interesa dedicaría todo un sueldo a eso. Ahorita con todas las deducciones, a la quincena me llegan como \$3'100.

Tengo figuras de personajes de cómics, peluches de Pokémon, tengo uno de Dragoon, a veces digo *“¿por qué lo compré?”*. Tengo una motito de Hot Wheels pero es de Ultrón y digo *“Ultrón. Una moto. ¿Por qué Ultrón necesitaría una moto?”*. Ese es uno, igual tengo otro que tiene diseños de Rocket, es pequeño y tiene orejitas.

Tiene que ser algo que me parezca muy lindo para que compre algo. La fuente de todo esto son los cómics, tiene que ser de cómics, ya lo demás los souvenirs es lo de menos. Ahora que hablamos de gastos de este tipo, eso sí ya lo dejé, me dedicaba al duelo de monstruos. Compraba sobres de Yu Gi Oh!, lo terminé abandonando, porque ya no tengo con quién jugar. Pero tengo por ahí todavía varias cartas, tengo por ahí un deck de Constelar, son como caballeros basados en constelaciones. Otro gasto del que me terminé deshaciendo, ya no voy a regresar a eso.

Asumo que friki, viene de freak, la palabra en inglés, que hasta donde yo sabía estaba más encaminado hacia la gente del circo, los freaks del circo. Toda esa gente con cuestiones corporales, deformidades, pensemos en la película de 32 freaks. Supongo que eso se arrastró hasta toda esa cuestión de los 80's, raro, nerd. Todos aquellos raros, diferentes pues aunque no sé, esta cuestión de ser diferentes en estos tiempos ya con la globalización y demás pues, ya nadie está ni tan solo ni tan aislado, ya con estas cuestiones de la comunicación, se ha visto que lo que se conoce como freak no es tan pequeño, ni tan aislado. Aparte todo este éxito de Marvel y sus películas ha proyectado muchísimo a las masas toda esta cuestión del mundo de lo "freak", entonces para mí es solamente un término, no es mejor ni peor, es solamente una palabra, las palabras significan lo que tú crees que signifiquen, si para algunos es eso pues bien. No necesariamente los de este mundo, conozco muchas personas que siguen muy a fondo todo esto de las películas, pero no tienen ni idea de qué pasa en el mundo de los cómics, entonces no es como una condición.

El sushi es muy rico. Yo antes decía *"en serio, tiene alga, en serio"*, pero pues ya probándolo decía *"oye, ni siquiera sabe a alga"*, después probé variedades como el empanizado, los que llevan fruta, salmón con queso crema. Ahí probé el sushi. El oniguri, las bolitas de arroz, las crepas estilo japonés que en serio, es una crema como cualquier otra pero adentro tiene una rebanada de pay de queso. Sí, es muy cerdo. He llegado a probar los pokys de té verde, son muy buenos. También llegué a probar unas gomitas japonesas sabor kiwi, eran muy ricas. Los Hello Panda, las galletitas que están rellenas. De bebidas, llegué a probar unas como con una cosita de vidrio adentro, sí las he probado pero meh, meh, prefiero los dulces.

Creo que es la cuestión de la variedad, si quiero algo de cómic ahí está. Si quiero algo de manga, ahí está. Si quiero algo que tenga que ver con videojuegos, ahí está. Concentra muchas cosas.

El primer mmmmm sería el de, ¡hay tanta gente, hace tanto calor!. Y mi parte paranoide me hace pensar, cada que entro es: *"que no tiemble, que no tiemble, que no tiemble"*. Es mi pánico de los temblores en el centro. En serio, entro, *"ubica las salidas de seguridad, ubícalas, ubícalas"*. Me da mucho pánico esa sensación de que no habrá salidas de seguridad. Cuando entro a la de al lado, el fan freak, freak fan, cuando llego entrar a la de al lado no encuentro las salidas de seguridad y eso me da pánico.

He estado ahí, Comic Rock show. No me atrae tanto. Las figuras, sí me atraen pero son como mi principal. Llego a pasar por ahí y digo *"o mira, la edición especial de no sé qué"*, meh. En zona rosa en Niza está Decomixado, una tienda de cómics muy chiquita. Está en Zapata, fantástico, sé que hay más pero sólo he ido al de Zapata. Cuando era fan de Yu Gi Oh, por Marina Nacional había una tienda oficial entonces iba a ver qué había. No soy de convenciones por lo general. Convenciones, algún día voy a ir, voy a juntar a mi sexto Pokémon y voy a ir pero así de entrada, conozco gente que ha ido y me dicen *"el chiste, el chiste, es ir a un evento en especial que organicen o ver a los cosplayers"* pero fuera de eso lo que encuentras en una convención es lo que encuentras en la Friki Plaza. Entonces, ¿para qué?.

Como estoy en una escuela, tengo vacaciones de niño. Un día común en las últimas vacaciones era despertar, darme el lujo de levantarme un rato, o sea ver videos en algún dispositivo móvil, ya cuando me siento con ganas ya me levanto, ya llego al desayuno. Veo películas o series y Pokémon en internet.

Me gusta mucho, mucho el cine. Yo puedo decir cinco películas que si hay alguien en el futuro que por alguna razón extraña quisiera entenderme, tendría que verlas. La primera ya te la mencioné, fue Pink Floyd The Wall. Es importante para mí por el lado de esta estética surrealista y musical. Creo que, en términos musicales fue muy importante Pink Floyd en mi vida. Intervino mucho para que me gustara en el futuro, esta cuestión de la locura, películas retorcidas. Me gustan mucho películas sobre personajes que lidian con la realidad. Lo que es real y lo que no lo es. La otra película se llama Necronomicon, es del 93, es de terror. Son historias basadas en cuentos de Howard Phillips Lovecraft, fue como más invasión al terror, tenía como ocho nueve años cuando la vi y fue un terror horrible, fue mi película que me dio más miedo ese momento. Me gusta mucho el cine de terror aunque ya está muy prostituido a decir verdad. La última película que vi que me creo mucho miedo se llama "It follows- Está detrás de ti". Es un terror, entre sobrenatural terrorífico cósmico y muy independiente. Esa época marcó mis gustos por la literatura de terror, especialmente Edgar Allan Poe y Lovecraft. La tercera gran película que marcó mi vida fue "Exterminio", ahí mi terror son los zombies, uno de mis temores recurrentes son los zombies, tengo ciertas pesadillas sobre ellos. Sabemos que los de Exterminio no son zombies, son infectados, meh, formalismos, es lo mismo. Creo que aquí, esa película hizo que me fijara mucho en eso, me gusta mucho ver, me gusta ver películas de ese género. Tierra de los muertos, Zombieland. La otra gran película de mi vida es Donnie Darko, pero aparte del thriller psicológico te manejan cuestiones que pueden ser cuestiones de la física real, pueden ser cuestiones como historias de cualquier ficción. Viajes en el tiempo, preguntas como de "si puedes viajar en el tiempo, puedes salir de él, qué hay más allá". Esas cuestiones. Incluso documentales que he llegado a ver por culpa de Donnie Darko. David Lynch, como esta cuestión de los sueños, cuando la realidad y la ficción, se pierden los límites, una persona muy surrealista David Lych, lo amo. En general historias que tomen la realidad y de repente en algún punto la tuercen en algo diferente, es nuestra realidad pero en algún punto detrás, se oculta otra cosa. Siempre hay algo, ya sea en la naturaleza, sobrenatural o una extraña mezcla de ambos.

Estudio arte y patrimonio cultural en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Hace ya como, que serán, como unos siete años, siete u ocho años mas o menos. Por amigos que también les gusta como eh, como de los mismo, y fue así como de "¿oye ya fuiste a tal lugar?, pues no, vamos" o cuando uno llega a conocer como a las convenciones tipo TNT, La Mole, se va corriendo como el rumor y pues ya.

Pues, creo que La Mole debería estar un poquito organizada, bueno, no organizada si no que la siento un poquito forja. La TNT tiene más cosas, pero, creo que me gusta un poquito más La Mole porque está enfocada en esta parte occidental del cómic y no tanto al manga.

No desprecio los mangas, digo, hay muchos mangas y animes que me gustan, pero, pues sí, como que no sé, haya algo más, hay algo que me atrae más dentro del cómics, tal vez esa estética de superhéroes y no tanto como esta estética japonesa de los ojos muy grandes y los cuerpos muy delgados y exuberantes.

Me gusta mucho Batman, la historia de Batman. Creo que es la única que conozco realmente un poco más a fondo y digo, sé que a lo mejor hay más historias obscuras pero siento que en mi caso es la única historia muy, muy obscura que conozco porque digo, mi acercamiento a Batman fue por la historia animada pero después empecé a leer un poquito más el comic y todas estas alternativas te das cuenta de que hay cosas no tan para chavos, entonces, eso es lo que llamó mucho la atención. Soy fan igual mucho de las novelas graficas, soy fan de Alan Moore, también me gusta mucho las pocas que tiene Neil Gaiman, me gusta mucho lo que escribe él y así.

La serie de los 90's, recuerdo, bueno, todo el mundo la puede recordar porque tiene muy marcado como este arte tanto en los personajes como en los escenarios que son como muy angulosos y son como de los 50's, este, pues es esa, la mera mera. Si claro, desde niño, fue como desde Batman que me enganché a este otro tipo de cultura y bueno también tuve otro tipo de acercamiento a otro tipo de héroes como Las Tortugas Ninja cuando estaba chavito. Estaba en preescolar, recuerdo mucho que, tenia un compañero que las llevaba y jugábamos todo el tiempo y así. Me gustan, no sé, por qué son verdes y comen pizza. No sé por qué son como estos mutantes y son como estos superhéroes que no tienen poderes pero tienen habilidades de artes marciales, aparte eran súper carismáticas y súper divertidas y eran como el grupito de amigos que se llevaban súper bien y me gustaba toda esa dinámica.

Ahorita creo, que lo único tengo, coleccionables nada más tengo ropa, tengo camisetas. Llegó un punto en el que me enfoque más en videojuegos. Como a los 13 años, bueno, desde antes pero empecé a enfocarme a comprar más, adquirí este tipo de productos.

Yo soy chico Nintendo, la primera consola que tuve fue un Nintendo 64 y con muchos muchos juegos, tengo todavía mis cartuchos, de ahí siguió un Game Cube, Play Station, X-Box, digo, sí he probado las otras marcas pero digo, algo tiene Nintendo que, me atrapó, ahorita sí, sigo jugando, digo, ya no estoy tan metido en este asunto porque está esta lógica de que cada cierto tiempo las consolas son nuevas y se van desechando las otras y me he quedado como

con los clásicos y con los juegos que se me han quedado. Estoy como que muy afuera de todo está lógica de consumir lo que inmediatamente sale al mercado sino, me he quedado como con todo lo que se ha quedado antes.

Pues hay muchas formas de consumir, digo, principalmente la mejor vía de consumo y está mal que lo diga es la piratería, en la cuestión de videojuegos un juego si es muy, muy caro, ahorita un solo juego está costando alrededor de entre 700 y 1'000 pesos un solo juego, entonces, pues sí, digo, es más fácil bajarlo de internet y quemarlo para jugar en tu consola, o igual prestados. No sé, que te presten las consolas o que te presten los juegos.

En cuanto a las camisetas pues, esta cultura se ha popularizado demasiado y hasta ahora en Walmart puedes comprar una playera de Batman o de Los Vengadores o de cualquiera de estas marcas que te gusten.

Pues me los prestan amigos que están muy inmersos en este mundo o en esta dinámica de comprar cuando sale el producto y demás, ellos sí son como buena onda, ellos terminan los juegos y me los prestan y ya.

Pues son amigos de amigos o igual en internet, recuerdo todavía cuando Facebook todavía no estaba tan en boga que había foros en internet como el de Atomix, que Atomix es una revista que dedicó principalmente al mundo de los videojuegos entonces ahí posteaban mucho ayudas sobre ciertos juegos o, igual servía como plataforma para conversar con otros usuarios, conocer gente, los gustos y demás entonces de ahí fue también que conocí a varios.

Yo creo que principalmente internet es como la herramienta, la plataforma social, porque digo yo, creo que la mayoría de la veces he conocido personas con los mismos intereses a partir de ahí, yo creo que lo general es como ir a la Friki Plaza o juntarte en casa de alguien y jugar maratones así, toda la noche estar jugando. Fueron muy seguidos, últimamente no porque digo, todo mundo está inmerso en sus actividades, el trabajo, la escuela, yo por ejemplo entrando a la universidad si dejé un poco estás actividades porque tengo estar de lleno a eso ¿no?, este, ahorita ya son como más esporádicas, creo que todo mundo cuando éramos más jóvenes y no teníamos como esa responsabilidad pues sí era dedicado más tiempo a. Tienen como entre 24 y 35 años.

Uno de mis primos tiene 15 años precisamente y está en plena secundaria y también es gamer, bueno, no está inmerso en los cómics, él está más inmerso en esta onda en los videojuegos, compartimos cosas, charlamos y bueno, la edad no creo que sea impedimento para convivir con las nuevas generaciones.

Generalmente internet, como trabajo en la computadora y luego me doy espacios de cinco minutos y reviso Facebook pues ya ahí me sale todo el muro de noticias, todo feedback de noticias de las que estás interesado. La verdad ya ni me da tiempo de leer todos los artículos o publicaciones y luego solo leo el encabezado y pues de ahí te enteras de muchas cosas, me ha funcionado por el tiempo, digo, estás entre clases y puedes revisar como el Facebook y pues ya te enteras de cosas, ya cuando tengas chance la guardas y te informas bien. Al internet si le estoy dedicando bastante tiempo como 5 o 6 horas mas o menos, entre tiempos muertos y pasatiempo, más lo de tareas.

Yo soy muy quisquilloso porque me fijo mucho al diseño, de la ropa, de la playera porque hay unas que sí son como muy barrocas y están atascadas hasta más no poder, prefiero algo más sencillo que tenga como el logo, así súper, que tenga como el logo simple y ya con eso ya, es como de “yo lo quiero”.

Legends of Zelda, mi favorito. Es esta misma premisa de que tienes que salvar a la princesa del chico malo, tienes que salvar al reino del chico malo, y bueno durante tu viaje te vas encontrando con personajes que te ayudan y todo esto bajo una atmosfera mitológica y compleja, bueno, porque, digo, la premisa es la misma, el héroe que va a salvar a la princesa y mata al malo. Pero muchas veces en muchos juegos se queda hasta ahí, pero Legends of Zelda tiene como muchas referencias a otros juegos, a la historia misma dentro de la historia, la mitología dentro de la mitología y está como padre toda esta zaga.

Yo creo que identificar, con los X-Men. Me gusta mucho Ice Man, pero yo creo que esta lógica que tiene Marvel de los mutantes, del ser marginado, del ser discriminado, de formar parte de una minoría entre comillas. Yo creo que ese discurso que tienen detrás sobre el hecho de ser diferente y la aceptación y cómo la sociedad te puede aceptar y rechazar al mismo tiempo se me hace súper grandioso y digo, yo me siento como muy identificado con ellos.

Si saben que me gusta, de hecho mi papá, luego me anda pasando imágenes de Batman además porque sabe que me gusta pero además hasta ahí, no hay una interacción más con Batman. Mi hermana más porque ella y yo crecimos, bueno, ella creció viéndome jugar videojuegos porque se consideraba muy, muy torpe para jugarlos, y pues evidentemente también ella creció con toda esta cultura, con esta cultura geek de Nintendo, de Play Station, entonces ella sí tiene como más nociones acerca de lo que me gusta. Igual también compartimos gustos con Batman.

Geek, yo creo que el termino es como muy amplio, o sea es como friki, no es lo mismo el friki que le gusta el anime y el manga, al friki que le gustan los cómics de DC o Marvel. Generalmente se asocia a las personas que se interesan por los videojuegos, por la tecnología, por la, por los cómics, y se asocia mucho con el nerd, con el chico que sabe mucho en clase, con las ciencias. Y digo si sería una definición, sería esa, una persona que tiene uno o más gustos sobre esta misma línea, un geek, alguien que, este, tiene un gusto marcado hacia videojuegos, comics, películas. Inclusive hay un cine geek, como Scott Pilgrim, ahorita Los Vengadores, en estos últimos años ha habido un boom sobre el cine de superhéroes, Kick Ass. Y películas como de culto, como Jurassic Park, Star Wars, ya ves que hay todo una cultura alrededor de Star Wars.

Yo creo que friki está mal implementado, friki se le consideraba a una persona como extraña, pero en un sentido más como, como darks, ¿qué es un darks?, bueno, no tanto como, bueno, no estaba ligado como a esta cultura pop ni mucho menos. No sé quién acuñó el término ni mucho menos pero recuerdo yo que, freak, freaky, el bajista de Marilyn Manson salía a cantar en vestido verde maquillado así todo de blanco con puntitos, digo, ese era un freak, no un chavo que tiene gusto por videojuegos y pasa horas dedicándole tiempo de su vida jugando Mine Craft en la computadora, eso no eso no es un friki. Creo está mal implementado el término. Si no es friki entonces es un geek.

Me gusta escuchar de todo, hay claro sus excepciones, lo siento chavos pero no me gusta la banda y esas cosas. Me gusta la música en inglés, me gusta mucho la música independiente y como todos estos géneros extraños como en Chandor Pop como esos géneros con música de cámara con pop. Realmente soy como algo ecléctico, no me gusta mucho el término melómano, soy algo ecléctico en cuanto a la música digo, hay cosas que disfruto más o menos, depende igual, lo que te guste.

Series, estoy siguiendo como todas estas series que están inmersas igual en esta cultura. Soy super fan de Game of Thrones, soy fan de Daredevil, soy fan de Héroe, que es una lástima que en sus últimas temporadas se haya puesto muy mala, le tocó la crisis de escritores, la serie iba muy bien y todo mundo le metió mano al guion y fue una cosa muy mala a lo que fue en un principio. American Horror Story. The Walking Dead, igual que comenzó bien y terminó siendo una telenovela de zombies. Trato de ver series, luego también es difícil porque los capítulos van desde los 20 minutos hasta una hora diez y digo, realmente para aventarte diez capítulos o veinte sí está complicado. Jajaja, Charmed en los 90's, me sonaba muy atractivo como todo esto de tres brujas que combaten demonios, la serie tiene muy malos efectos especiales, era muy buena hasta que salió y ya la serie tuvo un declive enorme pero fue una serie clásica e igual que Sabrina La bruja adolescente, era un clásico de los 90's. Digo, ¿quién no vio Sabrina y quién no se enamoró de Salem siendo tan sarcástico y peludo?.

Yo creo que el argumento es fundamental para la series, puedes tener una serie como Charmed que tiene unos efectos así súper chafas pero puede que tenga un buen argumento pero es lo que te atrapa y es lo que pasa con Game of Thrones, digo, ahí hay enormes diferencias entre el libro y la serie que en el libro se resalta más ese aspecto mítico-mágico-mitológico y en la serie no, en la serie te atrapan más por la complejidad de los personajes y por esa serie de argumento de cómo van a resolver, y también como el gancho que ha tenido estos giros que tiene la trama de cierta forma y de repente ¡Pum! Te lo cambian totalmente y digo, a lo mejor es algo, si ves las primeras temporadas te atrapan pero si llegas a la quinta sabes que va a pasar algo que va a romper completamente con eso, es lo que más me interesa, la trama.

Principalmente voy a acompañar a mis amigos a la Friki Plaza, digo, no soy como de los que se van de shopping todos los fines de semana a comprar algo no, es como raro entre comillas que vaya a comprar a menos que estés buscando algo muy específico. Tengo un amigo que va cada fin de semana a comprar cómics entonces voy a acompañarlo pero cuando estoy aburrido y voy a acompañarlo vamos a jugar videojuegos. Super Smash Bros Wii U que es el último que salió y es de peleas y es ideal para estar entre amigos, entonces digo, estás en el centro, te vas a comer algo y aprovechas para ir a jugar videojuegos.

La última vez que jugué fueron 4 horas. 20 pesos por hora, sí me importa digo son 80 pesos que bien los pude haber ocupado para otras cosas y más que nada uno como estudiante tiene que economizar porque uno como estudiante es un gasto terrible estar pagando pasajes y pagar fotocopias y digo, sí, si me duele, pero a fin de cuentas íbamos dos y nos dividimos la mitad.

Yo me considero malo en muchos aspectos porque, siento que soy mal geek porque no tengo como esta costumbre de estar comprando productos, no compro videojuegos, consolas, series, y lo que consumo lo bajo de internet pero digo también el internet cuesta o sea pagas una renta, yo me considero mal geek porque no gasto mucho en esta cultura, o sea me gusta y me atrae pero digo, “ay no, la figurita súper especial de Zelda ilimitada a 500 piezas”, si me gustaría tenerla pero tengo otras prioridades bien marcadas y digo, hay quien sí las puede comprar y gastar hasta 5'000 pesos pero en este momento no es mi prioridad comprar digo, una playera tiene un uso práctico pero eso de comprar un juguete o algo no tiene un uso práctico porque no le voy a dar utilidad inmediata como una playera.

Por entretenimiento sí, pago y estoy jugando ahí o ir al cine, ver películas y demás pero, eso es una vez cada dos semanas, no es cada fin de semana, no es tener ese gasto.

Un buen geek alguien que invierte mucho dinero en toda esta cultura, alguien que mete para productos de colección, quien le dedica bastante tiempo, luego me sorprende realmente la gente que consigue dinero si se la pasa como 20 horas por 20 horas jugando World War Craft, a lo mejor tienen un duende con una olla de oro pero, alguien que es buen geek es quien tiene acceso al consumo de estas mercancías, estamos hablando de un poder adquisitivo alto como en todo. Aunque bueno, dicen por ahí que el habito no hace al monje, podemos considerar un buen geek a alguien que sepa mucho del tema, alguien que esté muy inmerso en estas historias que están naciendo, del comic, alguien que es especialista teórico en cierto videojuego, en cierta cuestión pero asocio a un buen geek con consumir y adquirir estas mercancías porque a final de cuentas esto te da conocimiento dentro de la comunidad y también te va dando un status, no es lo mismo que tú tengas las figuritas de Batman de los 90's de las cajitas de Sonrics a que tengas las figuras de Batman de Hot Toys. Hay una diferencia muy marcada.

Podría saber mucho sobre Batman o Zelda pero a final de cuentas no sé como este rollo de muchas cosas, aparte se me hace súper raro como este rollo de los multiversos como el rollo que te maneja DC o Marvel con muchas historias y dices bueno, “¿Y ahora por dónde empiezo?”, se me hace súper complicado. Puedes conocer como la raíz pero no sabes como toda la historia, no sé ni por qué ahora Thor es mujer, bueno, una chica, sé que tiene su justificación en los cómics pero no sé. También sé Marvel va a terminar muchos universos y que va iniciar otros pero no sé por qué, se me hace súper complejo toda esa onda y de repente si me abrumba demasiado como tratar de incidir en, se me hace más fácil estudiar la mitología griega que meterme completamente al cómic.

He probado como la comida japonesa y las hamburguesas y las papas que venden ahí. Por cierto se me hace la comida muy mala, porque es relativamente barata pero no tiene como sabor, los productos con los que las hacen son muy malos, son como de baja calidad y demás, entonces no está tan padre. Creo que el espacio no es el adecuado para estar vendiendo como comida, no hay suficiente ventilación, no hay suficiente lugar para comer, el lugar está reducido para comer prácticamente y así no estás padre.

Me gustaría igual que en el último piso hubiera mayor ventilación, igual que vendieran como de lo mismo pero con mejores productos aunque ahorita que lo pienso no sé por qué se vincula lo japonés con lo friki. La mayor parte de comida que venden ahí es japonesa y una gran porción de la Friki Plaza está dedicada a esta cultura del anime y el manga pero digo hay cupo para otras, como esta parte Occidental, ¿por qué lo friki y lo geek está vinculado a lo japonés? No sé si es cuestión cultural, a mí me encantaría que hubiera pizza y cervezas, es una idea súper millonaria.

Los pokys, sé que hay N cantidad de productos. Me gustan, es una tomada de pelo igual porque es una banderilla de pan muy delgadita bañada de chocolate pero digo, eso no. He probado los refrescos de lata que son como transparentes, esos están padres, bueno, eso no son precisamente japoneses pero he probado los Bubble Tea que ya los venden en todos lados y todos traen los de colores.

Conozco la Friki Plaza que tiene como sus cuatro sucursales que igual son como extensiones de eso y más pequeños. Está eso, también esta cadena de restaurantes que son como cadenas de comics en Santa Fe, en Linda Vista, en La Roma. Está el Caldero chorreante de Tlalpan y ya.

Es una cultura que empezó en los 90's, como esta figura de chico matadito que le gustan las ciencias en la escuela y que se le fueron sumando más atributos como los videojuegos, el anime, los cómics, que lleva como 10 años. En los 90's también tuvimos nuestra dosis de anime, pienso que del 2000 para acá el anime tuvo una presencia más fuerte y bueno, esa cultura es joven, está enfocada también a todo público y es sorprendente que hay chavos que tienen más de 30 y siguen consumiendo esto, aunque se le vea mal, digo, se le vea como muy infantil, muy para niños, muy para chavitos. Si tú tienes por ejemplo 30 y te sigue gustando Pokémon en ciertos círculos sí se te ve mal. Es una cultura de consumo, como todas, hay donde puedas insertarte y donde quieras llegar pero está bien.

Debería de reivindicarse esta cultura porque no sólo es anime y manga o comics porque también tiene que ver con un discurso tecnológico, aparte digo, si friki es estar clavado con algo, pues todos somos frikis en algo, hay quien es como friki en la música que sabe muchas cosas, hay quien es súper friki de autores y lee cantidad inmensa de libros y te habla y conoce y es experto o friki en el fútbol, que son como amantes de culturas y yo creo que se debería hacer algo por reivindicar la perspectiva en cómo se ve y se asimila porque sí, está diseñada para un consumo pero pus también en el caso de los X-Men también hay un discurso detrás, hay un trasfondo y hay algo con lo cual tú te puedes sentir identificado y debería empezar a hablar desde la tolerancia y no marcar nuestras diferencias y aceptar que todos somos frikis en algo, a final de cuentas todos somos clavados en algo.

Me levanto tarde, por lo general estoy en Facebook, dedico mucho tiempo a escuchar música, veo a mis amigos, es como en resumidas cuentas el día.

Estudio animación y trabajo. Estudio animación y ahorita estoy trabajando para una empresa que se dedica a hacer fondos y animaciones para Youtube y en un proyecto de la UAM, un proyecto de museografía, unos proyectos que tienen para atraer a la gente a que estudie una carrera, algo así de ingeniería hidráulica o algo así, pero cosas como de museografía básicamente.

La primera vez, bueno, desde chico me gustaron series como Ranma ½ y todas esas cosas, pero la primera vez que asistí a un evento como este fue en la secundaria. Yo creo que fue como en segundo o tercero de secundaria el evento me acuerdo muy bien fue la TNT III de Tlatelolco no me acuerdo muy bien de la fecha porque pues ya llovió pero si quieres busca la fecha en internet para que la tengas.

Aquella vez acompañé a mi madre a CU a sacar unas copias y en las copias tenían folletos con el evento, lo leí y ya vi de qué era y pues de ahí fuimos. La experiencia fue muy extraña, no había tanta gente en aquel entonces porque no era tan famosa, pero una de las cosas más extrañas que vi fue a un sujeto de 40 años, gordo barbón, calvo claro como lo indica, pero lo extraño fue que iba como Sakura Card Captors, con el traje del opening. Algo muy, muy extraño. Fuera de eso pues bien, me sentí normal, fue emocionante ir a la TNT y ver la mercancía que había pero pues es que en aquel entonces no sabía qué era de lo que se trataba.

Ya fue después cuando en la prepa me estuve informando de qué se trataba todas esas ondas, ya me emocioné y empecé a ver Los Caballeros del Zodiaco, Triagon, Death Note básicamente esas.

Bueno es que también fue raro, porque lo que más me importaba son los cómics. Saliendo de la secundaria salió la primera película de Los Hombres X y a mí me emocionó mucho, a partir de Los Hombres X empezaron a salir las sagas de Marvel, los cómics y las películas y todo eso y pues me interesó mucho más el lado igual de los cómics. Como por eso del 2000. Hasta el momento me interesan estas historias.

Videojuegos, la verdad es recientes yo creo que hasta hace poco, porque cuando era chiquito no tenía consolas yo creo que como hace un año es que tengo Play Station, entonces casi no me relaciono con videojuegos. Aunque...sí jugué la Leyenda de Zelda en la prepa, lo acabé pero bueno no tenía consola en aquel entonces.

De los cómics me gusta mucho un tanto las ilustraciones y otro tanto la trama pero yo creo me voy más por las ilustraciones por hay algunas que son muy, muy buenas. Me gusta mucho Esad Ribic que hace ilustraciones para Marvel, todo lo de X-Men y todo lo de Iron Man hace buen trabajo porque son ilustraciones muy, muy realistas.

Antes los compraba en el puesto de periódicos principalmente, pero ahorita con la tecnología los compro y los descargo en una página de internet que se llama Comic Castle y ya los guardo en un archivo tipo PDF para leerlos en el celular. Depende, hay cómics que cuestan 30, 25, 50, 80, depende.

Pues luego hay periodos de tiempo en las que no leo ni consumo nada pero luego llegan sábados en las que le dedico como cuatro o cinco leyendo o a veces en periodos irregulares de tiempo, no siempre los sábados digo, depende el tiempo que tenga libre.

La primera vez que llegue a la Friki Plaza fue en primer año de la carrera como en, 2008. Y fue porque, porque me comentaron que si ya había llegado aquí, me dijeron que existía y ya comencé a venir a ver que había yo creo que por el 2008 te digo. Pero fue muy chistoso, me habían comentado pero nunca me llevaron yo investigué, fui, me gustó y ya de ahí pero en sí, en sí nunca me llevaron.

Ahorita ya casi no voy muy seguido porque casi ya no tengo tiempo, pero hubo un tiempo en el que con un amigo que fue el que me comentó estuve como por cuatro años yendo casi cada viernes a jugar Yu gi oh!, así, de 2008 que te comentaba a 2011 o 2012. Luego dejé de ir por lo de la carrera pero cuando tenía tiempo o tengo tiempo igual voy una vez al mes los sábados a ver ahí a la Friki Plaza igual al Rock Show.

Es que también me gustan mucho las figuritas, figuritas de colección. Pues es que realmente desde muy chico me gustaron mucho los juguetes, yo creo que desde chiquito me quedé como que con esa fijación que mi madre me dio pero, ahorita lo de las figuras de colección es lo que me gusta porque de juguetes como tal yo siento que es muy, muy malo, pero las figuritas de colección es otra cosa. De Marvel y de Lego, todo lo que tenga que ver con estos dos son los que me gustan mucho, ah, y otras que se llaman Hot Toys.

Alguna vez probé unas bolitas de pulpo, ramen y esas sopas que parecen Maruchan pero, realmente esas cosas como sushi y eso no me dan mucha confianza con eso de la refrigeración esas cosas sí soy muy quisquilloso.

Lo que me gusta, pues eso es, como mercancía que no puedo encontrar en otro lugar tan fácil vaya, las figuritas son caras y eso pero mejor comprarlas ahí que en otro lugar, pedir las en internet y demás.

Lo que no me gusta son las instalaciones, la siento muy chica vaya para tantas cosas y tanta gente que va, igual que meten mucho anime, manga y toda esa onda japonesa, no meten como muy poco de esta onda de superhéroes, Marvel y demás. Sí me gusta pero como que, siento que meten demasiado vaya exageran en meter cosas de anime y puro terreno japonés. Por ejemplo hay cómics alemanes que en ningún lado encuentras y que sólo porque metan aquí puro ámbito japonés le den la espalda a estas cosas que también tienen sus ondas buenas vaya. Igual que metan cosas de marcas grandes, cosas que ya hasta puedes encontrar en Walt Mart y demás y ahí en la Friki igual vaya.

Hay otra plaza en periférico y cuatro caminos igual que es como friki pero no he ido. El cómics Rock Show, las tres frikis que están en Salto del agua, bueno, son como tres diferentes pero bueno, forman parte de lo mismo vaya, venden y ofrecen lo mismo, aunque no he ido.

Antes empezaba para las personas raros pero ahora ni se usa ni para los raros. Ahora se usa como para los que les gusta la ciencia ficción, anime, manga o, es como un genérico que envuelve todo eso. Pues sí podría ser, es que como te digo vaya “decir identificación de yo soy friki” pues sí podría ser porque pues sí lo que les gusta a los frikis es eso pues yo creo que sí.

Ahorita lo que le dedico más trabajo es a la escuela, pues digo voy diario. Lo de la animación es esporádico, como es por temporadas, no es casi siempre te digo, sale una temporada con tantos capítulos, te llaman armas y arreglas animación y ya lanzan la temporada y te avisan si sacarán otras y así, no es tan demandante. Y lo de museografía como es un proyecto sólo se organizan juntas y de ahí se mandan avances pero igual no es tan demandante nada más cuando se arman las reuniones y eso para ir y ver cómo van para informarnos los avances.

Cuando tengo tiempo libre a veces juego Yu gi oh!, dibujo por que me gusta mucho dibujar, voy a Rock Show por figuritas, salgo al cine con mis amigos me gusta mucho el cine. Pero dibujo principalmente, me gusta mucho. Pues tengo temporadas porque a veces dibujo superhéroes, cosas igual de series, ahorita estoy muy clavado con una serie que se llama Steven Universe y eso, me gustan sus escenarios, sus personajes y eso pero sí es por temporadas que dibujo lo que me esté gustando.

Uy!, Dibujo desde muy chico, mi mamá dice que desde como los dos o tres años agarraba el lápiz y comenzaba a garabatear más que nada pero sí, desde que me acuerdo dibujo. Me ayuda mucho, sí le encontré sentido al dibujo digo, si desde muy chico dibujaba y ahorita estudio animación pues sí, me gusta mucho, me relaja, me distrae y eso.

Un día con mucho tiempo libre pues, me despierto así bien, bajo, desayuno en tu casa. Lavo porque en casa tenemos cinco perros, no tengo hermanos. Estoy un rato en Facebook, dibujo en la computadora, si no tengo ganas de dibujar leo comics o si no hay algo nuevo voy al cine, salgo a los mercados, a las plazas. Con amistades no salgo mucho, rara vez, sólo con un amigo cuando salgo no me gusta salir en grupo. Siento que no nos hablamos bien cuando salimos en grupo.

Pero cuando salimos en grupo ahorita con los que más salgo son con los compañeros de la universidad. Venimos al centro, les dije que la friki plaza también a ellos, venimos, dos de ellos juegan, ahorita el amigo que te dije que me trajo ya casi no lo veo por el trabajo. Igual salimos al cine, hablamos de Marvel o algún otro evento raro como exposiciones, museos y cosas raras.

No necesariamente debe ser factor de consumo. Bueno por ejemplo ahorita traigo una playera de dinosaurios de Jurassic World entonces, no es que me quede con una sola cosa o que solo porque sea de Marvel lo voy a comprar digo, no estoy traumatado con una sola cosa, me gusta mucho jugar Yu Gi, me gustan ver los animes, leer los comics, ver series, me gusta mucho cómo construyen la historia, los mitos griegos, eso es lo que me atraen, es muy aleatorio, bueno, no tan aleatorio pero sí para que consuma algo debe ser algo con historia y algo que me sea útil.

Es por épocas, pero, un personaje que me gusta mucho, Tony Stark, me gusta mucho Emma Frost de Los Hombres X, no sé Pepper, los dinosaurios. Bueno, es que desde chico me gustaron mucho los dinosaurios, quién sabe si existieron pero se me hace como ese rollo con historia y

de fantasía igual me gustan. Me gusta mucho La Sirenita, tengo un pedo con esa película, no sé es como muy no sé, desde pequeño. No sé realmente qué tenga de verdad, pero es como un imán para la gente del gremio que te gusten las princesas. Pensándolo bien realmente me gusta porque es el personaje que rompió con las princesas que eran sumisas y esperaban que sean rescatadas e incluso que sea más atrevida igual que es del mar me gusta mucho la animación del mar, incluso ella es demasiado sexy en comparación con las demás tiernas y eso. Tenía como dos o tres años cuando la vi por primera vez.

Yo creo que si fue como factor la infancia para que me gustan muchas cosas de las que me gustan ahora, se han sumado y se han quitado vaya, te digo es muy aleatorio pero sí, pues desde chico es lo del dibujo, no tan chiquito los cómics, las películas, los dinosaurios y eso. De Disney me gusta mucho su animación de Los Increíbles, muchas cosas pero en especial La Sirenita es la que más me gusta por eso que te dije.

De series a veces las veo, depende si me pico o no, me gusta Once Upon a Time, Agentes de S.H.I.E.L.D, Malcom el de en medio me la chuté completa y eso porque la pasaban gratis en el cinco igual cuando estaba chiquito, pero así que siga realmente una serie es muy raro o soy muy malo con los horarios y sí me da como flojera estarlas viendo en internet.

Me acuerdo que me llamaba mucho la atención en ese lapso entre la prepa y la secundaria, en ese lapso me llamaron las cartas y pues ya por el anime que pasa en la tele. Antes jugaba te digo con el amigo que venía cada viernes, le dedicaba yo creo unas cuatro horas a jugar, me enseñaron primero vine a ver y luego a comprar y así te digo cada viernes veníamos a jugar.

Algunas veces buscábamos una carta que costaba 25 pesos, es que depende de la carta, por ejemplo yo compraba paquetes que costaban 100 o 90 pesos variaba, generalmente me gustaba comprar cartas cada que salían novedosas así de esas de 20 o 30 tampoco tan exagerado de las de 300 o 500 una carta, compraba te digo de los paquetes como con 10 o 15 de 100 pesos. Ahorita ya no porque te digo que casi no vengo ni veo a mi amigo.

La figura más cara que he comprado ha sido como de 3'000 pesos yo creo mucho dinero y mucho ahorro una figurita de Tony Stark. Están las figuras de acción que son como para los niños las que venden en Walt Mart y eso, luego están las de coleccionistas que están las de Marvel Legends, DC, que son como de siete pulgadas creo que les dicen, las de treinta centímetros imagínate del tamaño de una Barbie pero son replicas de personajes en miniatura de personajes de películas y series. Esas son más caras porque son las más detalladas, son las figuras de coleccionismo que más me gustan igual depende del personaje que esté de moda. Luego siguen las más grandes que esas si no he comprado que van hasta los 5'000, 8'000 pesos que son como estatuas grandes.

Me gusta que las figuras sean detalladas, no que solo las pinten y salgan en serie así como para los niños, por eso me interesa el coleccionismo vaya, hay figuras que por ejemplo en los personajes usan diferentes trajes pero es la misma persona y así solamente los pintas de los colores que vayan saliendo, eso se usa más con las figuras infantiles pero del coleccionismo, sale un nuevo personaje, o con nuevo traje, lo esculpen, lo modelan salen ciertas piezas y las venden, caras pero son más detalladas, más bonitas.

En películas es muy amplio, digo de Marvel es como obvio, la animación. El cine de arte pero del arte de que es como extraño porque las películas que están basadas en libros siento que está ya muy choteado y como que aburre ya cuando leíste la historia. Me gusta mucho Woody Allen cuando acierta, Melancolía me gustó mucho esa película. Vaya el arte pero arte como más extraño, no tanto comercial, de lo comercial me voy más a la animación por eso estoy en esta carrera.

Libros, bueno, aparte de comics me gusta mucho leer porque antes de la animación estudié filosofía. Me gusta mucho los ensayos, todo lo que tenga que ver con psicología sobre figuras arquetípicas o novelas soy como muy malo, me gustan más las compilaciones sobre mitos griegos.

**JUEGO
TERMINADO**