

DEGEEKS, OTAKUS Y OTRAS REALIDADES JUVENILES

■ Fernando Renato Padilla Gómez*

* Estudiante de octavo semestre de Comunicación de la Universidad Iberoamericana León. cebolla_ren@hotmail.com

¹ Serie de animación japonesa creada originalmente como *manga* o *comic* por Ichigo Kurosaki que trata sobre la muerte.

² Banda noruega de *black metal*; el significado de su nombre en noruego es «Fortalezas oscuras».

³ Subgénero del *heavy metal* que se caracteriza por el uso de guitarras con efecto de distorsión, voces como gritos y ritmos rápidos.

⁴ Género entre el *punk* y el *heavy metal*; combinando los *riffs* simples y repetitivos del *punk*, con una

El presente texto es el resumen de una serie de observaciones realizadas entre octubre y noviembre de 2008 en la Plaza de la Tecnología de León, con el fin de encontrar patrones de comportamientos entre los usuarios-consumidores que asisten a dicho lugar. Esta plaza tiene la característica de poblarse de jóvenes que demuestran afición por videojuegos, juegos de cartas, escuchar música de *rock* pesado, ver caricaturas japonesas o todas las anteriores.

Este artículo supone una oportunidad para ver la complejidad de las relaciones entre los jóvenes que asisten al lugar; además de observar las habilidades que desarrollan (inconscientemente) al participar de estos gustos. No podemos dejar de señalar las limitaciones que implican las observaciones realizadas, ya que no bastan para agotar ni analizar con mayor profundidad los fenómenos en general ni los casos en particular.

Poder observar es un regalo diario que a veces no se aprovecha por las carreras típicas de la rutina o bien que no se toma en serio por los prejuicios de quien observa. Imagínense esta ciudad sin jóvenes. ¿Cómo sería el paisaje sin chicos vestidos de maneras «raras» o sin chavos que escuchan música de manera realmente alta en sus audífonos? Vale la pena detenerse en esta marejada que es la ciudad y parar en una isla tropical que sirva como oasis para observar, sin prejuicios y con una total franqueza, esta aventura que implican los jóvenes que habitan en esa isla llamada La Plaza de la Tecnología.

Podemos encontrar desde una chica disfrazada de algún personaje de *Bleach*,¹ hasta chavos que vienen a apoyar a sus amigos que compiten contra otra banda, pero cuyos instrumentos están conectados a una consola de videojuegos; del mismo modo a un grupo de *elfos* que deben rescatar a una princesa *enano* para conseguir la esmeralda sagrada, donde una tarjeta con base tierra vence a una con base fuego. La música de *Dimmu Borgir*² de fondo, sería lo de costumbre.

La Plaza de la Tecnología se encuentra ubicada en la calle 5 de Mayo, en la zona centro de la ciudad de León, Guanajuato, entre Pedro Moreno y el bulevar Adolfo López Mateos. Es un edificio de tres plantas: en la planta baja hay artículos de computación (de ahí el nombre del lugar), pero subiendo al segundo piso es donde el espectáculo se vive y justamente ahí fue donde pude realizar una serie de observaciones cuyas conclusiones derivan en este artículo.

En medio de los enseres de computación que se venden en la Plaza de la Tecnología se encuentra un mundo más vivo y más colorido —a veces más sombrío, pero atractivo— que permite ser uno mismo. Un mundo de cartas de *Magic*, de juegos de rol, de videojuegos, de *black metal*³ y *hardcore*.⁴ Repitiendo el fenómeno dado en otras plazas de la tecnología a lo largo de la República, este espacio más que ser un punto de venta se ha vuelto un *shelter*, una guarida por horas y días para lo que desean conseguir algo más que brochazos de realidad: la posibilidad de revivir y escapar por segundos.

Todo empieza por ir a comprar un juego barato para el PS3 o para el 360 (consolas de videojuegos) o por acompañar a tu cuate que tiene su *deck*. Entonces algo te fascina. Tal vez sea la playera de *Craddle of Filth*,⁵ o tal vez el torneo de *Halo 3*,⁶ incluso encontrar que venden algún *anime* (caricatura japonesa) que alguna vez viste en la tele... y quedas prendido.

Aunque el propósito fundamental es el lucro, a veces parece quedar desdibujado ante las imágenes que fluyen ante nosotros: el chico que vende cine de arte, que ha visto todas las películas y habla como un experto (y lo es) sobre Kurosawa o Fellini;



Foto: Ricardo Chávez

el que vende discos o playeras de bandas de *rock* y que viste con alguna parecida a las que vende, escuchando la música con la que comercia, pudiendo presumir uno o dos tatuajes y un *piercing* que sólo comenta y que no muestra por pudor. La joven que trabaja en el puesto de *anime* que lo ha visto todo y hace recomendaciones; ella sabe en que capítulo lloró por primera vez *Shiryu* de los *Caballeros del Zodiaco* o *Saint Seiya*⁷ —como es debido llamarlo por su nombre en japonés— y que además tiene su propia teoría sobre *Rei Ayanami*, de *Neon Genesis Evangelion*.⁸

La primera impresión puede causar conflictos al notar tantos *geeks* (fans de comics y computación); *freakys* (fans de ciencia ficción en general), y *otakus* (fans de *anime* y *manga*, es decir, *comics* japoneses)

instrumentación mayor; típica del *heavy*.

³ Banda inglesa de *heavy metal* que se caracteriza por combinar diferentes subgéneros del *heavy*.

⁶ Videojuego desarrollado por Bungie y Microsoft. Juego de acción en un mundo de ciencia ficción, donde el objetivo principal es disparar a los enemigos.

⁷ *Saint Seiya* es un *manga*, luego *anime* creado por Masami Kurumada, una de las series más populares mundialmente.

juntos. «Están chavos y se les hace fácil» diría alguien; «tienen problemas en sus casas» diría otro, pero esto no es por mucho la realidad. Ellos van a este lugar por sus gustos y porque en ese espacio los pueden vivir tranquilamente y en compañía de otros que comparten alguna afición. Es tener un tesoro y descubrir que el otro lo tiene con ellos. El otro no sólo es mi amigo de la «secu», también es un «niño fresita» al que «ahora resulta» le gustan estas cosas.

Para facilitar mi observación pensé en hacer categorías. ¿Cómo dividirlos? Aunque las posibilidades de crear categorías eran bastas surgió la posibilidad de, al ser un lugar de consumo, especializar mi mirada en los grupos de consumidores, partiendo del supuesto que los que consumían ciertas cosas tendrían ciertos patrones comunes. Y tal vez encontrar patrones comunes entre los que consumían artículos japoneses, videojuegos, cartas o rock.

En general se podía hablar de grupos bien formados y definidos de consumidores con gustos particulares. Podemos hablar de compradores de lo relacionado con la animación y el *comic* japonés; otro grupo lo formarían los que consumen música y artículos relacionados (playeras, cintos, carteras, etc.) con el género *rock*; otro grupo más son los que se dedicaban al consumo de juegos de cartas y juegos de rol; un grupo más grande son los que conseguían videojuegos y, finalmente, un grupo reducido de gente que iba a comprar películas.

El *manga* y *anime* japonés surgió como tal entre los años cincuenta y sesenta productos del genio de Tezuka Osamu. A finales de los setenta se expandió con éxito alrededor del mundo y en la década que siguió se volvió parte del consumo de caricaturas de niños y grandes en América. Desde

hace unos 15 o 20 años Latinoamérica ha sido una de las más fieles seguidoras de la animación y la historieta nipona, de modo que hasta la fecha llama a más seguidores. Algunos se disfrazarán como los personajes en concursos llamados *cosplay*, que son la sensación de las convenciones (que las hay y muchas y en variados lugares del país). Todos ellos parecen enciclopedias sobre series, personajes, historias, capítulos, especiales, autores, compañías de animación, musicalizadores, artistas de doblaje; todo el mundo del *anime* hecho anecdotario entre especialistas-consumidores.

Aunque el *rock* como tal ha visto una seria baja en sus ventas (debido a la piratería y a las descargas por internet) esos mismos lugares ilegales han provocado una nueva ola de interés hacia el género. Con el surgimiento de nuevos subgéneros como el *death metal*,⁹ el *hardcore* y el *emo*¹⁰ las nuevas generaciones han encontrado nuevos ídolos en estas bandas caracterizadas por letras fatalistas, sobresexuadas y no muy bien logradas musicalmente (el *hardcore* se caracteriza por que los vocalistas asemejan a la hora de cantar gritos guturales mientras pronuncian la letra). Aun así y con la «onda retro», estos grupos han compartido el interés de las nuevas generaciones con bandas clásicas como *The Beatles*, *The Doors*, *Led Zeppelin*, *Black Sabbath*¹¹ y otras, en parte por el consumo de videojuegos musicales que utilizan música de estas agrupaciones.

Los videojuegos desde hace casi 30 años han estado presentes en la actividad de los jóvenes en el mundo, pero la idea de poder jugar contra personas del otro lado del globo vía internet, o los concursos en lugares como la Plaza, los han llevado a un nivel de competencia inimaginable y a una percepción de la realidad y un manejo motriz diferente. Mientras que otras generaciones

⁸ *Anime* de culto japonés que se ha colocado entre las más populares a nivel mundial.

La serie trabaja como una franquicia creada por un grupo de artistas de los estudios Gainax.

⁹ Subgénero parecido al *black metal*, donde se agregan sonidos guturales a la voz del cantante y cambios de ritmos.

¹⁰ Subgénero del *rock*, caracterizado por una musicalización melodiosa y letras expresivas de los sentimientos. Tiene su origen en la combinación del *hardcore*, el *indy* y el *grunge*.

¹¹ Las cuatro son bandas de rock de los años sesenta y setenta.

utilizábamos una cruceta para mover a nuestro personaje virtual hacia atrás y hacia delante y con un botón hacerlo brincar; las nuevas generaciones utilizan una palanca para mover al personaje, otra para designar hacia donde debe mirar, un botón para disparar, otro para recargar el arma, uno más para ver su arsenal de pistolas y un botón para acercar la mira de su rifle. En cambio otros juegos requieren una coordinación motriz más delicada al asemejar el uso de instrumentos musicales como la batería, la guitarra o el bajo. Estas dos modalidades de videojuegos y en especial los musicales (*Guitar hero* y *Rock band*) son material para concursos que realmente llenan la Plaza y provocan porras y la admiración de los espectadores hacia los experimentados videojugadores que llevan a estos concursos las evidencias de su empeño y dedicación a los juegos.

Por su parte el *Magic*, un juego de cartas donde los naipes representan personajes con ciertas características, poderes y debilidades, se basa en el enfrentamiento con otras cartas del *deck* («mazo») enemigo; como este juego se desarrollan otros similares como *Mitos y leyendas*, *Pokémon* y *Yu-Gi-Oh!*

Así como para los torneos de videojuegos, también la Plaza es la sede de concursos de este tipo de cartas en las que existen apuestas y aficionados suficientes como para que se tenga que organizar días y horarios para las distintas categorías de juegos.

Hasta este punto parece que es sencillo designar por el rubro de consumo a los participantes de la Plaza. Pero no, no es así de sencillo. Y es que quienes compran *anime*, también juegan *Rock band* y escuchan *Bringme the horizon*;¹² otros más parecerían

retros por su corte de pelo a la usanza *Beatles* y por tararear *Riders on the storm*, de *The Doors*, pero que también se inscriben para competir en el torneo de *Halo* y se detiene a ver un duelo de *Pokémon*. La chica que viste de negro, se pinta ojeras y en su *i-pod* escucha *Paramore*,¹³ bien puede hablarte sobre el libro de *Crepúsculo* o sobre una película de Kieslowski.

Así, este lugar no es en verdad un catálogo de especímenes raros, se trata pues de un espacio de diversidad, donde podemos observar personas realmente conocedoras y hábiles de las disciplinas que han desarrollado. Una habilidad manual en el videojugador; una visión estratégica en los duelistas de cartas; el desarrollo de memoria en los que compran *anime* y *manga*. Cultura y oído musical en muchos de ellos. Así pues, pensar en estos espacios como lugares de distracción únicamente, es restringirlos por no comprender de qué se tratan en realidad estas actividades.

No quiero asegurar que los que van a este lugar son conscientes de lo que en ellos sucede en cuanto a interacción, desarrollo de habilidades, empatía, etcétera.

La Plaza de la Tecnología León es realmente un espacio de dispersión y un lugar para crear nuevos grupos de convivencia, donde no se pueden dejar de observar los nuevos mundos en los que estos jóvenes entran; no podemos dejar de reconocer y empezar a entender el mérito que tienen al desarrollar con esmero y alegría sus prácticas de ocio. ■

Todos ellos parecen enciclopedias sobre series, personajes, historias, capítulos, especiales, autores, compañías de animación, musicalizadores

¹² Banda inglesa formada en 2004 que combina un *heavy metal* extremo con el *hardcore*.

¹³ Banda de *rock* originaria de Michigan, formada en 2004 caracterizada por tocar un *punk* suave y un *emo* alegre; así como por la belleza de su vocalista Hayley Williams.