



SECRETARÍA ACADÉMICA

DOCTORADO EN EDUCACIÓN

“El consumo de medios audiovisuales y la construcción de imaginarios en adolescencias de escuelas secundarias urbanas: del conocimiento al mito”

Tesis que para obtener el grado de  
Doctor en Educación  
Presenta

José María Nava Preciado

Directora de tesis  
Dra. María Guadalupe Díaz Tepepa

## AGRADECIMIENTOS:

La escuela pública siempre me ha formado, a ella le debo todo, me he abierto camino gracias a sus enseñanzas; por eso no podría dejar en esta travesía, que hoy concluye, dar mi agradecimiento a todo que lo significa y es. ¡Gracias a la escuela pública!

A la Universidad Pedagógica Nacional, por darme la oportunidad de cursar estudios de doctorado de manera no convencional. Esta institución en su corta biografía ha sabido configurar los ideales de la escuela pública.

A la Universidad de Guadalajara, institución a la que le debo muchas cosas, entre otras, parte de mi formación profesional, una oportunidad laboral y motivación para continuar mis estudios de doctorado. Estoy profundamente agradecido.

A mi comité tutorial:

María Guadalupe Díaz Tepepa contribuyó de manera significativa en la realización de este trabajo, el cual amablemente aceptó dirigir. Lupita encarna lo que todo estudiante espera de un director de tesis: contar con la frase adecuada para animar su avance, en todo momento fue paciente y profesional.

Sarah Corona Berkin desde el inicio de mis estudios siempre estuvo cerca, sin importar horarios me recibió en su casa para darme sus valiosas y atinadas recomendaciones; sin sus lecturas cuidadosas esta investigación no hubiera llegado a su etapa final.

A Patricia Medina Melgarejo la conocí en el primer coloquio, pero desde ese momento mostró su profesionalismo en la lectura de este trabajo, en los encuentros coloquiales siempre me manifestó una sonrisa y no faltaron sus sabias recomendaciones.

A Raúl Enrique Anzaldúa Arce, Elizabeth Hernández Alvidrez, Joaquín Hernández González y Aleksandra Jablonska, lectoras y lectores de mi tesis, quienes desde sus propias miradas y experiencias en la investigación, me permitieron darle el toque final a este trabajo. Cada una de sus observaciones fue útil y sirvió para revisar una y otra vez la tesis; sus comentarios fueron de gran aprendizaje.

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	8
Estructura de la tesis .....	10
I. HACIENDO PESQUISAS EPISTEMOLÓGICAS Y METODOLÓGICAS .....	15
1.1 Primer nivel de reflexividad:.....	16
1.1.1 Naturaleza del estudio .....	16
1.1.2 Estudiantes de secundaria en la ZMG .....	19
1.1.3 Elección de las escuelas .....	20
1.1.4 Elección de los adolescentes .....	21
1.1.5 Estrategia .....	23
1.2 Segundo nivel de reflexividad: .....	31
1.3 Tercer nivel de reflexividad:.....	32
II. EL ASUNTO .....	40
Intersecciones entre medios audiovisuales e imaginarios.....	42
Las adolescencias y sus consumos audiovisuales como objeto de estudio...	44
Los consumos audiovisuales: lo común y lo de diario.....	47
El peso de lo que se ve y se escucha .....	49
El porqué y para qué se investiga .....	51
Objetivos de la investigación.....	54
Pregunta de investigación .....	56
Hipótesis .....	59
III. CHAVOS A LA VISTA.....	61
3.1 Las adolescencias: un concepto heraclíteo.....	61
Las adolescencias: un término construido culturalmente .....	65
Las adolescencias están en la secundaria.....	71
Cuasi adolescente cuasi adulto.....	76
3.2 Las adolescencias en los medios audiovisuales .....	80
3.3 Conectados a la tecnología en números .....	83
Entrada gratis.....	85
Subirle al volumen.....	85
Versión videojuegos.....	86
La vida en las carteleras .....	87
Gustos y socialización de las adolescencias en la ZMG .....	87
IV. UNA RECUPERACIÓN DEL ESTUDIO SOBRE LOS CONSUMOS AUDIOVISUALES.....	89
3.1 Los consumos culturales como marcas distintivas en las personas .....	90
Los consumos audiovisuales en México.....	92
Tele miro.....	97
3.2 Un breve repaso al sentido del consumo audiovisual .....	99
El consumo audiovisual como necesidad inmediata .....	99
El consumo como modo activo con relación a la cultura .....	100
Lo que es posible consumir .....	104
V. LAS INVENTIVAS DEL IMAGINARIO SOCIAL.....	108

5.1 Lo que crean los imaginarios .....	108
El papel de lo instituyente.....	112
El símbolo como marca del imaginario .....	117
5.2 Los mitos como vehículo del imaginario social.....	120
5.3 La fuerza de la imaginación.....	126
5.4 Imágenes audiovisuales y virtualidad: el sentido de una nueva realidad .....	129
5.5 Los relatos de las imágenes audiovisuales .....	131
Las imágenes audiovisuales y las adolescencias.....	132
<b>VI. DE LOS IMAGINARIOS ESCOLARES A LOS TIEMPOS DE LOS</b>	
<b>IMAGINARIOS AUDIOVISUALES .....</b>	<b>136</b>
6.1 El nuevo encanto de acercarse al conocimiento .....	137
Del libro a la Internet.....	138
Una lección nueva y fácil.....	146
Una clase creativa con la Internet .....	152
6.2 El nuevo reloj: el tiempo corto y el tiempo largo .....	155
Las clases de los medios audiovisuales se hacen cortas.....	155
6.3 La magia actual del entretenimiento: nuevos recreos .....	165
Me entretengo con los trucos de la televisión.....	167
La radio: una tarea que relaja.....	170
6.4 Construyendo nuestras identidades .....	175
Nosotros somos del grupo “A” .....	176
Con el uniforme de las pantallas .....	182
Las mujeres se sientan en esta fila y los hombres en ésta.....	189
De la identidad por el número de lista a la e-identidad digital.....	192
6.5 Del hoyo en las paredes de los baños al ojo de la pantalla.....	196
6.6 La construcción de la socialización y los nuevos amigos.....	200
Los nuevos compañeros en la Internet.....	201
6.7. Disfrutando a solas o acompañados .....	215
6.8 La cristalización de otras realidades .....	224
Pasemos a la página de la fantasía, lo irreal y lo virtual .....	225
El cine: de butaca en butaca .....	234
La tarea de las imágenes audiovisuales.....	250
6.9 Aquí y ahora: vivir o no vivir con las lecciones de los medios audiovisuales .....	255
La televisión a veces es una mala maestra .....	256
Con el cine... la misma lección .....	259
Qué sí y qué no de las lecciones de los videojuegos .....	261
Bueno... a la radio a veces se le pone atención.....	263
Ahora ¿a quién le gusta la Internet?.....	265
<b>VII. LAS ADOLESCENCIAS, LOS SUEÑOS CON LA PANTALLA.</b>	
<b>RECREACIONES MÍTICAS.....</b>	<b>270</b>
7.1. El mito de la alucinación.....	271
7.2. El credo de las imágenes audiovisuales .....	280
7.3. El mito de la fuerza y el poder.....	288
7.4. La alegría de la caverna .....	293

7.5. El mito narcisista de la pantalla: De las imágenes en la aguas a las imágenes en las pantallas.....	299
7. 6 El misterio de la fascinación en las imágenes de la pantalla.....	303
7.7 La nueva hada madrina.....	307
CONCLUSIONES: ALCANCES Y LÍMITES DEL ESTUDIO.....	316
¿Y la escuela? .....	331
BIBLIOGRAFÍA.....	336
Libros .....	336
Revistas .....	345
Tesis.....	346
Páginas electrónicas .....	346
Ponencias .....	347
Periódicos .....	347
Anexo no. 1 .....	348
Anexo No.2 .....	354
Anexo No.3 .....	357
Anexo No. 4 .....	363

## Índice de ilustraciones

Esquema No 1 El programa de investigación.....	38
Esquema No 2 Conceptos teóricos .....	58
Esquema No 3 Clasificación de los medios audiovisuales .....	106
Esquema No 4 El conocimiento en la Internet y los libros.....	144
Esquema No 5 El imaginario alrededor del conocimiento en la Internet .....	153
Esquema No 6 Significados del tiempo que las adolescencias instituyen alrededor de los medios audiovisuales.....	162
Esquema No 7. Representación gráfica que recupera el cuerpo como símbolo en las identidades .....	184
Esquema No 8 La socialización alrededor del chat.....	204
Esquema No 9 Experiencias socializadoras virtuales .....	212
Esquema No 10 Las razones que los adolescentes argumentan para ver un programa solos o acompañados .....	223
Esquema No 11 El juego de las emociones alrededor de los medios.....	243
Cuadro No. 1 Estudiantes de secundaria en la ZMG .....	19
Cuadro No. 2 Distribución socioeconómica de escuelas secundarias en la ZMG. 20	
Cuadro No. 3 Razones que motivaron la elección de estudiantes de tercer grado de secundaria.....	22
Cuadro No. 4 Operacionalización de los imaginarios sociales: .....	26
Cuadro No. 5 Ejemplo de cómo realicé la codificación para elaborar las redes semánticas en el Atlas/ti.....	34
Cuadro No. 6 Ejemplo de cómo analicé el material empírico y cómo se construyeron las categorías.....	35
Cuadro No. 7 Usuarios de computadora por grupos de edad.....	84
Cuadro No. 8 Grupos de edad que más navegan en la Internet .....	85
Cuadro No. 9 Aparatos en casas de adolescentes.....	87
Cuadro No. 10 Actividades de diversión fuera del hogar en adolescentes .....	88
Cuadro No. 11 Valoraciones sobre la Internet y la escuela.....	142
Cuadro No. 12 Palabras que implican una valoración imaginaria.....	159
Cuadro No. 13 El significado del tiempo y su valoración con los avances técnicos .....	160
Cuadro No. 14 Significados del tiempo que las adolescencias instituyen alrededor de los medios audiovisuales .....	162
Cuadro No. 15 % de hombres y horas semanales al consumo de los medios ....	217
Cuadro No. 16 % de de mujeres y horas semanales al consumo de los medios .....	217
Tabla No. 1 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la Internet ..	147

Tabla No. 2 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la televisión alrededor del entretenimiento .....	168
Tabla No. 3 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la radio alrededor del entretenimiento .....	171
Tabla No. 4 Las posiciones de los adolescentes con relación a la posibilidad de vivir o no con este medio .....	177
Tabla No. 5 La preferencia de los medios audiovisuales cuando los adolescentes están solos .....	216
Tabla No. 6 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan los videojuegos .....	226
Tabla No. 7 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan el cine. ....	238
Tabla No. 8 El consumo de los medios audiovisuales en el tiempo libre de los estudiantes .....	247
Tabla No. 9 Principales razones de por qué a este grupo de adolescentes les resultan atractivos los medios audiovisuales .....	254
Tabla No. 10 Distribución de los alumnos por escuela con relación a la posibilidad de vivir o no vivir sin los videojuegos .....	261
Figura No 1 El proceso de la identidad: lo propio y lo ajeno .....	180
Gráfica No.1 Categorías binarias de la edad .....	77
Gráfica No. 2 Comportamiento difuso de la edad .....	77
Gráfica No. 3 Borrosidad de la edad .....	78
Gráfica No. 4 Representación dicotómica de la edad .....	78
Gráfica No. 5 Conjuntos disjuntos .....	79
Gráfica No. 6 Número de horas a la semana que los adolescentes participantes en el estudio ven televisión. ....	169
Gráfica No. 7 La representación del mundo encarnado en los medios audiovisuales .....	253
Gráfica No. 8 Posición acerca de la televisión .....	259

## INTRODUCCIÓN

El interés por las adolescencias, qué piensan en su intimidad, qué hacen encerrados en sus cuartos, por qué actúan así en la escuela, no son preocupaciones nuevas, pero siempre están vigentes, porque cada generación tiene algunas particularidades propias, lo cual hace pensar que sus formas de ser son siempre novedosas. Así, indagar sobre su rendimiento escolar, su manera de hablar, sus formas de reaccionar, su vulnerabilidad y sus formas de vestir, entre otros problemas, resulta pertinente como objeto de estudio, porque permite conocer más a este grupo de población.

Pero ¿qué otros temas son relevantes en este momento con relación a ellos? Uno de los grandes problemas, alrededor de las adolescencias, en los últimos años se relaciona con el gusto que tienen por los medios audiovisuales. Es preocupante, de algún modo, entre otras cosas porque es un consumo cada vez más frecuente, lo cual hace voltear la mirada a esta problemática. Sobre este tema se ha dicho mucho, pero me parece importante conocer la opinión de las adolescencias, no solo para aprender más de este grupo de jóvenes, ya que si son actores fundamentales en la escuela requieren ser escuchados. ¿Qué se logra con esto? Situarnos en sus palabras, en sus imaginarios y en sus emociones, lo cual, además de comprenderlos mejor, tiene algo de encanto y de particular. No es lo mismo, obviamente, meditar sobre las reflexiones que pueden surgir desde nuestra propia experiencia que hacerlo a partir de la suya. Además esta preocupación se vincula con otro interés: los medios audiovisuales presentan otras formas de comprensión de la realidad, a veces contrapuestas, por ejemplo, a como lo hace la escuela. Ellos se enfrentan a dos racionalidades: (1) la referida al orden, la disciplina y el esfuerzo, y (2) la otra relacionada con lo fácil, la fantasía, lo placentero. La escuela encarna lo primero y los medios preferentemente lo



segundo. ¿Pueden ser compatibles? Las opiniones de especialistas, profesores y padres de familia en este punto son encontradas. Pero sí resulta claro, que los avances técnicos en materia de medios audiovisuales no pueden evadirse, por esta razón importa investigar, cómo lo imaginario constituye una categoría apropiada para hacer comprensible la valoración que las adolescencias hacen de estos medios y el significado que guardan con sus interpretaciones del mundo social.

¿Desde qué paradigma se puede abordar un tema como éste? El asunto se puede abordar desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, pero los alcances en este trabajo se restringen a mostrar los imaginarios que se logran instituir a partir de los consumos audiovisuales más comunes en nuestro contexto: cine, radio, televisión, Internet y videojuegos, desde un enfoque interpretativo. Por consiguiente, el estudio pretende colocar en el debate las experiencias de un grupo de adolescencias urbanas en esta problemática, que sin duda despertarán, tal vez, nuevas preocupaciones. La investigación se realizó con cinco grupos de cinco escuelas secundarias de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y para obtener la información se aplicaron dos instrumentos: una entrevista semi-estructurada y el grupo de discusión, por considerar que eran los más adecuados, de acuerdo a los objetivos del trabajo, que en términos generales buscan dar cuenta que la cultura audiovisual constituye una base heurística para comprender por qué estas adolescencias ostentan, conscientemente o inconscientemente, determinados imaginarios que se manifiestan en valoraciones y formas de interpretar la realidad social. Para sustentar mis reflexiones e interpretaciones recurrí, fundamentalmente, a la categoría de imaginarios sociales propuesta por el filósofo Cornelius Castoriadis. Con la finalidad de manejar de manera sencilla los datos obtenidos se utilizó el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), y para construir las redes hermenéuticas fue pertinente acudir a la herramienta Atlas/ti.

Los resultados que aquí propongo desde luego serán valorados y cotejados por otros colegas estudiosos del campo; todavía más, podrán ser cuestionados,

porque ese es uno de los propósitos de toda investigación: ampliar el debate. Por tanto, en el estudio no busco ser apocalíptico ni integrado como dice Eco, U. (2006), en el sentido de tachar el consumo audiovisual desde una postura pesimista ni tampoco verlo como la mejor alternativa de los mundos posibles. El propósito es presentar una serie de reflexiones, con un valor indicativo, que ayudan a comprender cómo nuestras adolescencias están transitando los nuevos tiempos, además dichas reflexiones pueden ser para la escuela un elemento de amplia consideración, para pensar la enseñanza con enfoques razonablemente novedosos. Por otra parte, los resultados del estudio responden a la pregunta básica siguiente: ¿de qué manera, la dimensión imaginaria ayuda a comprender los sentidos y significados que para las adolescencias de escuelas secundarias urbanas tiene el consumo de los medios audiovisuales?

### **Estructura de la tesis**

La presentación del trabajo se ha estructurado *grosso modo* en capítulos. El capítulo I da cuenta de las pesquisas epistemológicas y metodológicas que caracterizan la tesis. Justifica la pertinencia de definir las bases que la sustentan y destaco de forma detallada el programa de investigación que seguí, desde la definición del objeto de estudio hasta la elaboración de las conclusiones poniendo punto final al trabajo. Es un capítulo pertinente para abordar los niveles de reflexividad epistemológicos que implica todo proceso de investigación, en este caso particular, en el ámbito de la educación. Por consiguiente, se estructura en varios puntos como son la naturaleza del estudio, la elección de los sujetos, la estrategia metodológica que se siguió para el trabajo de campo, el análisis de los resultados y la triangulación con los marcos analíticos. En cada uno de estos puntos argumento las razones que me permitieron sustentar por qué son los más pertinentes para mi estudio, cómo se justifican en el programa de investigación y cómo se relacionan con el marco teórico.

En el segundo capítulo discuto la importancia del *asunto*, i.e, mi objeto de estudio. Se escriben los argumentos para abordar el tema, reconociendo los alcances y los límites de un *asunto* que puede ser resbaladizo, pero aún así se justifica, de algún modo, la importancia de la investigación. Sustento una serie de razones que me permiten *problematizar*, alrededor de las adolescencias, sus consumos audiovisuales y la invención, a partir de ello, de una serie de imaginarios que son mostrados a la luz de los resultados del trabajo. El capítulo concluye con la pregunta, los objetivos y las hipótesis orientadoras de la investigación.

El tratamiento y la discusión de los elementos teóricos sobre la categoría de *adolescencias* se presentan en el capítulo III. Aquí se dan a conocer los argumentos que permiten una construcción cultural del término. Las posiciones de algunos teóricos son útiles para construir mi propia conceptualización, de acuerdo a los propósitos del trabajo, pero de manera particular rescato el término a partir de su uso lingüístico cotidiano, porque con base en los cometidos de cualquier estudio es pertinente construir las categorías adecuadas para comprender y caracterizar a los sujetos a partir de sus contextos. De esta forma, el concepto de *adolescencias* es la construcción de una categoría, que escapa a una posición determinista y esencialista conducente a pensar que todos los adolescentes son de una manera, y que no toma en cuenta las concepciones que ellos tienen de sí mismos y los marcos contextuales donde se ubican. Sobre este punto gira la discusión.

En este mismo capítulo examino los diferentes acercamientos que los estudiosos del campo realizan sobre las adolescencias. Es evidente que las investigaciones alrededor de ellos son amplias y valiosas, porque siempre aparecen nuevos asuntos que tratar sobre sus vidas. Por ejemplo, se discuten temas relacionados con su vulnerabilidad, que adquieren diferentes matices según el contexto y el género, o bien sobre sus gustos musicales y la moda, entre otros. Pero también están los trabajos sobre los gérmenes de su ciudadanía y su participación

estudiantil y política, aspectos que permean su construcción ciudadana. Sin embargo, en el apartado del estado de la cuestión me concentro en realizar solo una mirada a factores relacionados con el consumo audiovisual. Este capítulo también presenta un rastreo estadístico sobre los consumos audiovisuales manejados por instituciones como el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y El Instituto Nacional de la Juventud, el cual proyecta la importancia del tema.

En tanto, para mostrar un panorama general sobre los conceptos de consumo y medios audiovisuales se construyó el capítulo IV. De manera específica, el interés se centra, en un primer momento, además de abordar lo que en el estudio entiendo por consumo, en presentar cuáles son los medios audiovisuales más comunes en el contexto donde realizo el trabajo. Así, se cumple el propósito de discutir una de las categorías fundamentales que atraviesan la investigación, sobre todo recuperando algunas tesis de Bourdieu, P. En un segundo momento, se abordan algunos estudios que se han hecho con relación al consumo de los medios audiovisuales, intentando partir de las posiciones clásicas hasta las perspectivas teórico-metodológicas más recientes; sobre todo se busca recuperar los estudios realizados en el contexto inmediato que dan cuenta de las posibilidades por dónde se puede llevar a cabo la indagación sobre el tema de los consumos audiovisuales. Este abordaje se hace en términos generales.

Por su parte, en el capítulo V, correspondiente al marco analítico, se debaten las categorías centrales de la investigación. Presento la perspectiva desde la cual asumo el concepto de imaginarios sociales, así como la relación que guarda con otras categorías como son los mitos y la imaginación. Aquí la perspectiva de Castoriadis, C. es fundamental para la comprensión de estas unidades de análisis. Sin embargo, también recurro a la postura clásica de M. Eliade, para esclarecer la noción de mito, sin que por ello no se aborden otros autores. El propósito central de esta parte del trabajo es reflexionar sobre la importancia heurística que tiene la dimensión de lo imaginario, para hacer posible otras formas de comprensión de la

sociedad en lo general, y de responder algunas interrogantes sobre las adolescencias en lo particular.

El capítulo VI está dedicado a dar cuenta de los resultados obtenidos. Aquí presento la información en forma ordenada y sistematizada, después de realizar los procesos de meditación de cada una de las pruebas empíricas que apliqué. Me permito estructurar el capítulo en temáticas, las cuales pretenden configurar las categorías encontradas después de llevar a cabo el proceso de análisis, comprensión e interpretación. Este trabajo se hizo con base en una construcción inductiva de las categorías que formulé en un primer momento, y que posteriormente triangulé con la teoría. Como producto de este ejercicio me adentro en los imaginarios instituyentes que las adolescencias crean en su contacto con los medios audiovisuales, imaginarios alrededor del conocimiento, las identidades, la socialización, el tiempo, el entretenimiento, la realidad y la actualización de algunos mitos. La información articula elementos de análisis cuantitativos para facilitar, en un primer acercamiento, la comprensión de los datos encontrados con el análisis cualitativo enfocado a un trabajo preferentemente interpretativo. Este tratamiento también responde a la pregunta y a los objetivos de la investigación. Sin duda, este capítulo es el más amplio porque contiene, como ya lo indiqué, la mayor parte de los resultados del estudio.

El capítulo VII tiene como cometido dar a conocer de qué manera los medios audiovisuales reactualizan algunos mitos entre las adolescencias consumidoras, y por tanto en la sociedad. Los mitos, como se discute en el capítulo V, son vehículos del imaginario social, y con base en las narraciones de los adolescentes entrevistados, es factible establecer que las imágenes de las pantallas permiten la posibilidad de reflexionar, en la era del consumo audiovisual, sobre su carácter fundante en la sociedad actual. Esta parte sigue retomando los resultados del trabajo empírico, pero también recorro a los planteamientos teóricos discutidos, para dar un mejor sustento a la configuración de los imaginarios en dichos

adolescentes. El apartado es una continuación del análisis interpretativo, pero por su contenido lo analizo en un capítulo separado. Este punto además es interesante, porque debemos reconocer la fuerza del mito para explicar muchas de las acciones de los sujetos, de las orientaciones y sentidos que le dan al orden social. En este caso particular, nuestros adolescentes encarnan esos sentidos y significados que la sociedad le otorga a su mundo.

Cierro la investigación con las conclusiones. Aquí vierto las últimas discusiones sobre los resultados, pero estableciendo también los límites y alcances del trabajo. En este capítulo interesa dar a conocer mis aprendizajes a lo largo del proceso investigativo, los cuales generan nuevas hipótesis que surgen después de *concluir* el estudio y también dejan abiertas nuevas interrogantes. Finalizo cuestionando el papel de la escuela ante el avance de los medios audiovisuales en nuestro contexto.

## I. HACIENDO PESQUISAS EPISTEMOLÓGICAS Y METODOLÓGICAS

Me parece apropiado en un primer momento dar a conocer en esta tesis la propuesta de trabajo que sustentó el programa de investigación. Para ello recurro a las meditaciones que Kant, I.<sup>1</sup> y, posteriormente, Piaget, J. se formularon con relación a la Epistemología<sup>2</sup>. Para sustentar el trabajo realizado a lo largo del estudio y con el propósito de precisar el enfoque sistemático que se siguió, se ha estructurado la fundamentación epistemológica, teórica y metodológica en tres niveles de reflexividad, entre otras cosas porque una tesis se piensa, se hace un primer diseño, se va al campo, se interpretan datos y luego se vuelve a reconstruir hasta llegar a los resultados.

---

<sup>1</sup> La postura epistemológica kantiana busca escapar, (1) a los planteamientos racionalistas que tomaron fuerza a partir de Descartes y que filósofos como Leibniz y Wolf sustentaban que finalmente el origen del conocimiento se encuentra en la razón. La facultad del conocer, por tanto desconoce el papel de los sentidos en la construcción del conocimiento, porque finalmente es la razón quien dicta lo que es posible conocer o no. (2) Por otra parte, está la tradición empirista sustentada principalmente por Locke y Hume, quienes sostienen que la fuente del conocimiento está en los sentidos, que no existe un saber a priori, sino que todo se construye con base en la experiencia. Frente a esta dicotomía epistemológica heredada, Kant va a considerar que el conocimiento avanza en la medida en que el entendimiento y la sensibilidad se funden para hacer progresar la ciencia. Así, la ciencia no nace independientemente de la razón y de los sentidos sino cuando se conjugan ambos elementos. En la *Crítica de la Razón Pura* es donde sus tesis epistemológicas se expresan de manera muy clara, entre otras cosas, intenta sustentar los límites del conocimiento humano. La categoría de juicios sintéticos a priori de alguna manera resume esta idea de hacer progresar a la ciencia (v. Reale y Antiseri, Tomo II).

<sup>2</sup> La pregunta central a la que aludo es la siguiente: ¿cómo es posible el conocimiento? Esta interrogante nos ubica en una aproximación, donde deben tomarse en cuenta los papeles del sujeto y del objeto en la investigación, así como las referencias de validez en la generación de conocimiento en toda investigación. Por otra parte, cabe anotar que, los planteamientos especulativos de Kant, Piaget decide llevarlos a cabo mediante el experimento con niños, con el propósito de dar cuenta si efectivamente la construcción del conocimiento implica de manera activa la relación sujeto-objeto. Por esta razón considero que Piaget retoma de Kant esa pregunta central. (v. Piaget, J. (1989). *Tratado de lógica y conocimiento científico. Naturaleza y métodos de la Epistemología*. Vol. I. México: Ed. Paidós).

## 1.1 Primer nivel de reflexividad:

Este momento comprende aspectos formales relacionados con la naturaleza del estudio, los contextos, los sujetos y el procedimiento a los que se sujetó el trabajo, sin perder de vista que los elementos que estructuran este primer nivel responden a los objetivos y la pregunta de investigación.

### 1.1.1 Naturaleza del estudio

Toda realidad social por estudiar posee un significado, por eso despierta el interés de un investigador, luego el llamado hecho educativo no existe *per se* sino en cuanto interesa a una persona en el momento que es objeto de elección para estudiarlo. Ya Weber, M.<sup>3</sup> (1976), planteaba que somos nosotros quienes le conferimos valor a la realidad por estudiar, este valor la hace objeto de conocimiento, *ergo* la comprendemos.

Este planteamiento fue el principal argumento para considerar los criterios epistemológicos más pertinentes para darle tratamiento a mi estudio. Tales criterios son los siguientes: (1) según el grado de exactitud que se puede lograr en la investigación, se hizo mediante un acercamiento fundamentalmente

---

<sup>3</sup> Las reflexiones weberianas se enmarcan en las discusiones epistemológicas sobre el estatus científico de la Sociología. Para otorgarle ese estatus, Weber busca complementar la explicación (Erklären) con la comprensión (Verstehen). De esta manera el concepto de comprensión alcanza un estatuto científico que lleva a comprender que las acciones sociales son individuales y diferentes, y precisamente en ello radica la clave del valor científico de la realidad histórico-social. En este encuadre: “El sentido de una acción social, política, económica o religiosa, se *comprende* a partir de los valores en relación a los cuales aquella acción se realiza. El análisis sociológico de la actividad humana se practica en el horizonte hermenéutico generado por la relación existente entre la misma y un valor” [La idea de valor es una ] “categoría epistemológica destinada a subsumir los datos empíricos con el fin de que sean constituidos en objetos de la ciencia histórico-social [...] La valencia hermenéutica de las fórmulas weberianas consiste en poner de manifiesto que toda acción humana está orientada por un valor, donante de sentido y significación en el marco de un horizonte interpretativo” (Gadamer, J. Durand, G. Ricoeur, P. Vattimo, G. Panikkar, R. Aranguren, L., Dussel, E., Trías E. y otros, 2004: 131-133).



comprensivo (*Verstehen*)<sup>4</sup>, ¿por qué? La mirada comprensiva buscó dar cuenta de las representaciones, significaciones, valoraciones y los sentidos que tienen para los sujetos los consumos de los medios audiovisuales. Delgado, J.M. y Gutiérrez (1999), tienen razón al señalar que en este paradigma se trabaja con discursos y estructuras de sentido que quedan descubiertas en cada uno de los sujetos, y conforme se analizan los contextos se van ampliando. (2) Según el estado de conocimiento de los hechos educativos, mi trabajo responde a los criterios de una investigación descriptiva, porque intenta examinar cómo la dimensión imaginaria ayuda a comprender sentidos y significados que las adolescencias de escuelas secundarias urbanas construyen alrededor del consumo de los medios audiovisuales. La mirada crítica sobre la comprensión de las narrativas históricas de Mink, J.S. citado por Ricoeur P. (2001), es de utilidad para precisar mi posición: “explicar un acontecimiento [es] describir sus relaciones intrínsecas con otros acontecimientos y situarlo en su contexto histórico” (p.261). Con este enfoque, no dejo de reconocer que dar cuenta de la construcción de los imaginarios es una tarea contrastante y compleja, porque hay que adentrarse a la subjetividad de las personas y tomar en cuenta factores como el género, las condiciones socioeconómicas, la edad y la escolaridad. En la presente investigación solo consideré las dos primeras, porque los sujetos de estudio cursaban un mismo nivel de escolaridad y su rango de edad era muy similar. Por otra parte, es conveniente aclarar con base en los intereses del trabajo, que el propósito enfatiza solo los consumos audiovisuales, sin embargo estoy consciente de la pertinencia de otros estudios que abordan diferentes enfoques metodológicos y posiciones teóricas diversas, para generar un panorama más completo de la construcción de los imaginarios en las adolescencias.

---

<sup>4</sup> Cabe señalar que la distinción entre una investigación comprensiva y una de carácter explicativa no es absoluta, sin embargo el tipo de pregunta de investigación formulada es la que llega a establecer la diferencia. Pero conviene precisar que en cualquier estudio serio son enfoques complementarios. Gadamer, J. Durand, G. Ricoeur, P. Vattimo, G. Panikkar, R. Aranguren, L., Dussel, E., Trías E. y otros, 2004, plantean que gracias a Weber fue posible escapar a la dicotomía explicación-comprensión, para llegar a establecer que en el caso de los fenómenos sociales: “Lo que se investiga son <<relaciones objetivas>> <<entre hechos individuales>> y <<tipos ideales>> y no <<juicios de valor>> en los que el sujeto exprese preferencias políticas o económicas. La comprensión (*Verstehen*) consiste, precisamente, en la explicación de aquella relación” (p132).

¿Cómo visualicé a mis sujetos de investigación? Los estudiantes de secundaria se conceptualizan desde un paradigma comprensivo, como sujetos inscritos dentro de una sociedad donde existe una constelación de cosmovisiones en todas sus variantes, normas, objetos y valores, *i.e.*, todo un mundo simbólico que orienta el sentido de sus interpretaciones y representaciones de la realidad.

Por consiguiente, la naturaleza del objeto de estudio y los instrumentos aplicados, en la búsqueda de información, exigieron analizar el material empírico desde la complementariedad de dos acercamientos epistemológicos que durante algún tiempo se mostraron como enfrentados<sup>5</sup>. Esta decisión la realicé porque, como señalan Mardones y Ursúa (1999), son perspectivas que no se contraponen, más bien fueron los objetivos de la investigación los que direccionaron el tipo de análisis realizado. Estos dos acercamientos fueron: (1) un análisis cuantitativo de los resultados y (2) un análisis cualitativo. Recurrí a las ventajas de estas dos procedimientos, entre otras razones porque se sabe de las limitaciones epistemológicas surgidas en las investigaciones educativas cuando se reduce la realidad únicamente a una perspectiva (Cook, T.D. y Reichardt, 2000). Con el primero, pretendí confirmar algunas frecuencias observadas mediante un acercamiento a la cuantificación, consciente de que por el tipo de estudio solamente se tenía el propósito de encontrar algunos patrones regulares en el consumo audiovisual de los adolescentes de las diferentes escuelas. Con el segundo busqué una comprensión más profunda para poder construir las categorías interpretables, con base en el dato empírico, y dar cuenta de cómo se instituyen las significaciones imaginarias. Como se observa hay un continuum entre lo cualitativo y lo cuantitativo en el trabajo, *i.e.*, entre el dato y su interpretación y viceversa. Por tanto, la triangulación de estos acercamientos

---

<sup>5</sup> Conviene precisar que actualmente esta dicotomía no tiene vigencia, porque la ciencia progresa en la medida en que logra rescatar las ventajas de los dos paradigmas. Como se sabe, durante algún tiempo se dio un debate importante en las ciencias sociales en lo general y en la educación en lo particular, sobre cuál de los dos paradigmas ofrecía más ventajas en la investigación. Sin embargo, hoy en día, ambos modelos han logrado tender puentes para analizar e interpretar los fenómenos sociales y educativos que se estudian, logrando con esto tener avances significativos.

epistemológicos le dieron rigor al programa de investigación y permitió dar cuenta de los procesos y los resultados encontrados (Cook, T.D. y Reichardt, 2000).

### 1.1.2 Estudiantes de secundaria en la ZMG

Los sujetos de estudio fueron, como ya lo indiqué, estudiantes de escuelas secundarias urbanas de la ZMG. De ahí la pertinencia de presentar en términos generales cómo se encuentra distribuido este grupo de población en la zona. De acuerdo a la información oficial, más reciente, el estado de Jalisco<sup>6</sup>, tiene una población de 370, 483 jóvenes cursando la educación secundaria en 11, 688 grupos distribuidos en 1 680 planteles educativos. Estas cifras contemplan las diferentes modalidades que en su estructura tiene el nivel: secundarias generales, técnicas y telesecundarias. La matrícula es la siguiente: en el primer grado los adolescentes están inscritos en 4, 022 grupos, en segundo grado la inscripción es en 3, 943 grupos y en tercero están formados 3, 723 salones de clase para albergar a los estudiantes.

La matrícula por municipio la presento en el siguiente cuadro:

*Cuadro No. 1 Estudiantes de secundaria en la ZMG*

Municipio	Población	Grupos	No. de escuelas
Guadalajara	92 889	2 519	236
Zapopan	60 140	1 681	172
Tlaquepaque	27 353	668	61
Tonalá	17 606	434	36
Totales	197, 988	5 302	505

FUENTE: SEJ (2005), Estadística Educativa.

De acuerdo al INEGI<sup>7</sup>, en Jalisco del 100% de los adolescentes que tienen entre 13 y 15 años de edad, a la escuela solo asisten el 77%. No existe información de lo que pasa con el resto de los adolescentes, pero de acuerdo al mismo Instituto<sup>8</sup> estas cifras podrían explicar por qué Jalisco ocupa el lugar 23 a nivel nacional en tasa de matrícula.

<sup>6</sup> Estadística educativa 2005. Gobierno de Jalisco. Secretaría de Educación Jalisco.

<sup>7</sup> INEGI. Censo de Población y Vivienda, 2005.

<sup>8</sup> INEGI. Indicadores educativos seleccionados por ciclo educativo, 2004/2005. FUENTE: PR. Quinto informe de gobierno, 2005.

### 1.1.3 Elección de las escuelas

Con los datos sobre las condiciones socioeconómicas de la AGEB<sup>9</sup> urbana de la ZMG, procedí a ubicar las diferentes colonias con base en la clasificación por índice de desarrollo que el INEGI realiza en sus estudios demográficos. En este estudio fue útil recurrir a este criterio, al no encontrar otros indicadores pertinentes para la selección de escuelas: Alto superior, Alto inferior, Medio superior, Medio inferior, Bajo superior, Bajo inferior, Marginado superior y Marginado inferior.

Posteriormente se ubicaron las secundarias por colonias considerando dicha clasificación. Se procedió, entonces, a solicitar a las autoridades del nivel educativo su autorización para realizar el estudio en cinco escuelas. Se les presentó una lista de las colonias con el nombre de las secundarias, esperando que ellas determinaran las instituciones donde era posible concretar el trabajo de campo. Desde luego, lo importante era que las escuelas autorizadas correspondieran a cinco de las zonas de desarrollo socioeconómicas previamente clasificadas, *i.e.*, que obedecieran a niveles económicos diferentes. Es importante aclarar que en las zonas económicas de alto desarrollo no existen planteles públicos.

Las instituciones educativas donde se desarrolló finalmente el trabajo fueron las siguientes:

*Cuadro No. 2 Distribución socioeconómica de escuelas secundarias en la ZMG*

Zona geográfica y económica (AGEB)	Secundaria	No. de estudiantes	H	M
Marginada inferior	1.Esc. Sec. No. 88	24	18	13
Bajo inferior	2. Esc. Sec. No. 40	31	17	9
Baja superior	3. Esc. Sec. No. 87	27	13	14
Media inferior	4. Esc. Sec. No. 71	27	12	15
Media Superior	5. Esc. Sec. No. 44	26	16	8

<sup>9</sup> Área geoestadística básica , que viene a ser la unidad básica del Marco Geoestadístico Nacional que el INEGI utiliza para recabar información demográfica del país.

Las razones por las cuales procedí con base en este criterio se apoyan, entre otros argumentos, en una idea de Udelson, P. (1994), apropiada desde mi punto de vista para el trabajo:

More sophisticated analyses allow the lists generated by individuals or groups to be compared with one another, either in terms of internal variation or variation from one to another. Free listing information can also be looked at in relationship to key social variables, such as gender, socioeconomic or educational differences of informants.

#### **1.1.4 Elección de los adolescentes**

Con base en los objetivos del estudio se trabajó con cinco escuelas públicas. La elección de este número respondió a los criterios de los estudios no probabilísticos (Cohen y Manion, 2002; Cea. A., 2001). Las razones de elegir cinco escuelas obedeció a lo siguiente: me interesó conocer de qué manera la dimensión imaginaria ayuda a comprender los sentidos y significados que las adolescencias de contextos urbanos construyen alrededor de los medios audiovisuales, pero también importaba revisar, hasta dónde se pueden dar diferencias en los distintos grupos de estudiantes de secundaria de la ZMG, considerando fundamentalmente el nivel socioeconómico de origen. Con base en los anteriores argumentos, y dentro de la tipología que se establece en este tipo de muestreo opté por un *muestreo intencional*. La consideración de Cohen y Manion 2002, me sirvió para este propósito: “En el muestreo intencional el investigador selecciona a mano los casos que serán incluidos en su muestra sobre la base de su propio juicio en cuanto a su tipicidad” (p.138). Por esta razón, la idea de cinco grupos urbanos, se debió entre otras razones porque lo consideré pertinente a los objetivos de la investigación.

Una vez elegidas las escuelas, se seleccionaron cinco grupos de tercer año del grupo “A”. Elegí jóvenes de este grado: (a) porque estaban en la plenitud de las adolescencias, lo cual les permite emitir juicios de acuerdo a los propósitos de la

investigación y (b) porque justamente este grupo de adolescentes de tercero habían nacido, en términos aproximados en 1993, año en que se creó el dominio .com.mx, es decir, sus biografías están involucradas en la fecha en que nuestro país se incorpora a la época digital; además de cumplir con las seis razones señaladas en el cuadro No. 3. Pensé en la sección “A”, porque todas las secundarias tienen al menos un grupo de tercer año. De esta forma los grupos de ese grado escolar cumplían los criterios que motivaron la investigación,<sup>10</sup> pero no dejo de reconocer las limitantes de este proceder, porque obedece a criterios no probabilísticos.

En una segunda cuestión, también me parecieron acertadas las recomendaciones que hacen Goetz, J. y LeCompte, M. (1998), al momento de elegir los sujetos con los cuales se trabaja en un estudio; por eso se eligieron adolescentes de escuelas secundarias, este criterio se hizo con base en una serie de razones que presento a continuación:

*Cuadro No. 3 Razones que motivaron la elección de estudiantes de tercer grado de secundaria.*

Razón A	Razón B	Razón C	Razón D	Razón E	Razón F
En esta edad se observan importantes cambios cognitivos, actitudinales, estéticos y éticos que determinan su visión del mundo y porque están abiertamente en la búsqueda de modelos con los cuales identificarse.	En el sector educativo ha surgido un interés por conocerlos mejor.	Se ha incrementado o la problemática social alrededor de ellos.	Constituyen uno de los grupos de edad más expuestos al consumo de la cultura audiovisual.	Las adolescencias serán en un futuro mediato los artífices de nuestra sociedad, de ahí la preocupación que debemos tener por conocerlos en esta etapa de su vida.	Los adolescentes tienen la capacidad para hacer una interpretación coherente de las imágenes que ven en las pantallas.

<sup>10</sup> Una experiencia de Goetz, J. y LeCompte, M. (1998) ayudan a justificar bajo que condiciones fue posible mi selección basada en este tipo de criterios, porque el investigador puede por ejemplo: “...dividir la población de alumnos de una escuela secundaria en grupos según el curso, el sexo y la raza. A continuación, procede a la obtención de un número arbitrario de participantes de cada categoría (...). Si a dichos grupos les corresponden porcentajes distintos de la población, puede ponderar las cuotas para reflejarlo. La selección por cuotas proporciona un subconjunto que se asemeja a la población general. No ofrece la misma precisión que el muestreo aleatorio o el sistemático, pero las unidades seleccionadas corresponde a las dimensiones relevantes que caracterizan la población”. (p.98)

Estas seis razones, asociadas entre sí, justifican el interés particular por este tipo de población, aclarando que por motivos prácticos las adolescencias con quienes hice el trabajo de campo, eran estudiantes del tercer año del nivel de secundarias urbanas en la modalidad escolarizada.

### **1.1.5 Estrategia**

*Descripción lógica de la investigación.* Como sabemos cualquier tipo de investigación educativa tiene una lógica. En este caso particular el proceso de construcción fue el siguiente:

(1) Una primera tarea consistió en problematizar acerca del objeto de estudio. Este trabajo preparatorio se caracterizó por una serie de interrogantes organizadas que tuvieron como propósito develar el asunto en cuestión. El juego organizado de interrogantes sobre el tema, también tuvo como propósito argumentar la importancia del objeto de estudio, presentarlo como un problema, considerando su peso e interés en el ámbito educativo. Este proceder llevó a una primera formulación de la pregunta de investigación.

(2) Todo trabajo de investigación requiere contar con bagaje teórico previo sobre el objeto de estudio. Por esta razón fue necesario realizar la lectura de fuentes bibliográficas que permitieron tener una precisión conceptual de las principales categorías utilizadas dentro del trabajo: imaginarios sociales, consumos audiovisuales y adolescencias. Una vez analizadas estas categorías vino mi proceso de apropiación, el cual se pudo ir contrastando con las prenociones que originaron mi interés por el tema. En esta segunda tarea fue importante delimitar cuáles eran las fuentes primarias y cuáles las secundarias.

(3) Enseguida regresé a la problematización del objeto de estudio para hacer los ajustes pertinentes, tomando como base el acercamiento a la teoría realizada. Este momento permitió revisar las preguntas de investigación y los objetivos con el

fin de precisarlos. Este ir y venir fue posible porque respondía al modelo que se sujetó el estudio.

(4) Posteriormente, y respondiendo a los criterios de toda investigación educativa, hice una pesquisa documental con el fin de conocer qué investigaciones se han realizado sobre las adolescencias, considerando aquí dos aspectos: primero los estudios con referencia a la problemática que vive este grupo y, segundo, los relacionados sobre el tema de los consumos audiovisuales.

(5) La discusión de los aportes teóricos sobre el tema, analizando argumentos, contrastando puntos de vista entre los autores, y más tarde su enriquecimiento, merced al material empírico encontrado, permitieron construir mis posiciones teóricas con referencia al tema objeto de la investigación. En este proceso me apoyé en los argumentos de Galindo, L. (1998). Él dice que la teoría es ese marco configurado sobre el objeto de estudio que brinda elementos para saber qué comparte una comunidad sobre ese punto. Pero además la teoría es:

... el conjunto de supuestos valorativos, ontológicos y epistemológicos-metodológicos que orientan el trabajo de una comunidad académica particular y que le permiten producir investigaciones concretas, algunas de las cuales actúan como “casos ejemplares” (Gándara, M. 1994: 74).

De esta manera, continuando con las ideas de Galindo, L (1998), la teoría sobre un campo particular logra generar un conjunto de conocimiento base para estudios posteriores.

En este punto, también me pareció acertada la posición de Geertz, C. (1991), sobre el papel de la teoría, porque sustenta que es un entramado conceptual que ayuda a explicar una realidad futura. Infiero del argumento lo siguiente: se analiza una realidad al momento de estudiarla, pero enseguida viene la comprensión, pero desde otra óptica, ya no es igual porque tiene un nuevo estatus epistemológico, *i.e.*, se hace progresar a la teoría y se presenta a la discusión con nuevos matices.



(6) Posteriormente, diseñé los instrumentos de trabajo para enseguida ponerme en contacto con las adolescencias que formaron parte de la muestra de estudio y recuperar la información<sup>11</sup>. Así, para formular esta parte se realizaron lecturas sobre textos de contenidos metodológicos que argumentan la manera en cómo se realizan diferentes tipos de estudio y cómo se diseñan los instrumentos, entre otros elementos importantes a considerar en una investigación rigurosa. Estas lecturas también obedecieron a la pertinencia de valorar los dos instrumentos que en su momento se aplicaron y que respondieron a la naturaleza del trabajo.

(7) El estudio exigió claridad sobre cómo llevar a cabo la *operacionalización* de los conceptos presentes en mi pregunta de investigación. Por consiguiente, es importante precisar que los conceptos teóricos ayudaron a concretar las diferentes preguntas de la entrevista semiestructurada y el guión para el grupo de discusión. Los niveles de medición de cada pregunta, en el caso de la entrevista, fueron fundamentalmente cualitativas porque no denotan cantidades, busqué que las respuestas expresaran una cualidad, *i.e.*, las variables están dentro de una tipología de carácter nominal, tal y como lo sugiere Cea D'ancona, A. (2001), al ser un planteamiento metodológicamente atinado para los propósitos de mi trabajo, sobre todo porque ella sugiere que las categorías por más abstractas que sean es posible 'medirlas' en niveles de exhaustividad y exclusividad .

La *operacionalización* de los imaginarios<sup>12</sup> los presento en el siguiente cuadro:

---

<sup>11</sup> Es importante hacer la aclaración que estoy presentando los elementos que estructuran el programa de investigación siguiendo cierto orden. Sin embargo, estos elementos tuvieron un proceso de construcción epistemológico en paralelo, porque conforme se adentraba a la reflexión del material empírico se enriquecían los diferentes apartados, y la aproximación a la teoría para analizar la información dimensionaba los datos encontrados.

<sup>12</sup> Los imaginarios sociales no pueden ser sujetos a una medición, sin embargo como estamos en el entorno metodológico, donde se requiere precisar cada uno de los pasos seguidos en el programas de investigación hago este tipo de precisiones.

*Cuadro No. 4 Operacionalización de los imaginarios sociales:*

Se encarnan los imaginarios sociales en discursos y objetos reales o simbólicos	Consumos audiovisuales
Conocimientos Identidad Socialización Temporalidad Entretenimiento Mitos	Cine Radio Televisión Internet Videos

(8) Descripción de la aplicación de los instrumentos. Con base en los objetivos del estudio consideré pertinente aplicar el procedimiento siguiente: i) para conocer realmente cuáles eran medios audiovisuales de consumo por parte de las adolescencias, apliqué a dos grupos de estudiantes de secundaria la técnica del listado libre<sup>13</sup>. Lo consideré razonable porque había que partir de la experiencia de los propios adolescentes y no de una determinación apriorística. De esta manera descubrí que los medios audiovisuales de mayor consumo eran la televisión, el cine, el video, la Internet y la radio, así como las causas por las cuales se inclinaban por ellos. ii) Con esos datos y con el bagaje teórico se elaboró un guión de entrevista semiestructurada, con preguntas específicas, que buscó rescatar la experiencia sobre el consumo de los medios audiovisuales<sup>14</sup>. De esta forma la entrevista semiestructurada (v. anexo No. 1) constituyó el primer instrumento de la investigación. Las razones para inclinarme por este instrumento obedecieron, entre otras cosas, a que la entrevista era pertinente para recabar información sobre la experiencia que tienen los adolescentes con relación a sus consumos audiovisuales de acuerdo a su contexto, y consideré, después de analizar otras herramientas y de aplicar la técnica de listado libre, que era el instrumento más

<sup>13</sup> La técnica del *listado libre*, (free listing), (Borgatti, S. 2005), es una estrategia de investigación que en este caso particular consistió en provocar los consumos correspondientes a un dominio cultural determinado en un grupo de adolescentes. Es importante aclarar que este procedimiento pretende solamente descubrir qué tanto y por qué consumen determinados bienes audiovisuales; es un primer acercamiento. Para obtener esta información se aplicó una entrevista estructurada (que es la herramienta propuesta por esta técnica) a los adolescentes, donde se pidió su opinión sobre los bienes audiovisuales. Sobre todo interesaba saberlo con la finalidad de definir la relevancia del consumo, así como la correlación entre las preguntas.

<sup>14</sup> Me pareció apropiado este tipo de entrevista, porque el objetivo en el estudio era rescatar la experiencia que los adolescentes manejan acerca de los medios y sus significados, por esta razón se elaboraron preguntas semiestructuradas sobre puntos concretos. (v. Flick, U. 2007).

adecuado para los objetivos del estudio. Cuando logré tener el guión acabado, decidí aplicarlo a un grupo de 36 estudiantes para evaluar la condición de validez de las preguntas. Una vez afinado el instrumento se llevó a cabo su aplicación en las escuelas seleccionadas, buscando que estuvieran representados los adolescentes de diversos estratos socioeconómicos, porque el propósito era considerarlos como parte del grupo social al que pertenecen más que reducirlos a una particularidad, (Cea, D´ancona, A. 2001). La entrevista, se aplicó en grupos, cara a cara, pretendiendo que al momento de administrarlo se respondieran las dudas de cada interrogante y aclarar las cuestiones no comprendidas, esto con el propósito de evitar la ausencia de respuestas en algunas de ellas. Además las preguntas tuvieron como antecedente la información teórica trabajada. De acuerdo con Cea, el grado de fiabilidad de la técnica se incrementa en la medida en que la formulación de las preguntas es precisa. Con base en ello realicé varios ejercicios hasta lograr el máximo grado de claridad. Las preguntas admitían varias respuestas -pregunta múltiple- por eso procuré que contestarán una por una, y recurrí a tarjetas donde se mostraban gráficamente los medios audiovisuales para una mejor elección de sus opciones (Flick, U. 2007)<sup>15</sup>.

Por otra parte se creyó conveniente que las preguntas de la entrevista fueron de dos tipos: ítems fijos alternativos e ítems abiertos, siguiendo la propuesta de Cohen y Manion, (2002). Entre otras razones, porque con el segundo tipo de preguntas se buscó escapar a las desventajas observadas en las primeras. En cuanto al tipo de cuestionamientos se redactaron preguntas directas e indirectas, el argumento obedeció a que fueran preferentemente específicas y no generales. Se formularon, también, cuestiones que requerían respuestas por lista de comprobación de las y los entrevistados, de esta forma los adolescentes pudieron elegir de las alternativas presentadas. Solo se les presentó una respuesta por rango donde ellos ordenaban de acuerdo a su criterio. Consideré pertinente aplicar el instrumento de manera grupal y se pidió que fueran los estudiantes quienes

---

<sup>15</sup> Flick, U. (2007), menciona que en las entrevistas semiestructuradas, el entrevistador puede valerse de materiales gráficos que ayuden a los entrevistados a tener más claridad sobre una situación específica (p.91).

registraran sus respuestas. Cabe señalar que la primera aplicación se realizó el 02 de noviembre y la quinta el 27 del mismo mes de 2007, porque fueron las fechas autorizadas por las autoridades educativas. Los resultados de la entrevista sirvieron para abrir, posteriormente, discusiones en grupos. Otro argumento de por qué la entrevista semiestructurada, fue porque a través de este instrumento se buscó que las preguntas formuladas tuvieran un papel provocador, esto es, se pretendió que los entrevistados generaran posiciones sobre el tema de estudio para aprovecharlas en el grupo de discusión. Con el propósito de analizar los datos recurrí a una herramienta de fácil manejo como fue el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)<sup>16</sup> (v. anexo No. 2). Las posibilidades de manejo de análisis de la información con este paquete son amplias, sin embargo, con base en los requerimientos del trabajo, consideré adecuado solamente utilizarlo para organizar y clasificar los datos obtenidos, de manera descriptiva<sup>17</sup>, en cada una de las respuestas de los cinco grupos por género, y enseguida elaborar las tablas que se presentan en el capítulo VI, para posteriormente realizar el proceso de análisis e interpretación de los resultados.

Las siguientes interrogantes fueron un eje importante para un primer análisis, desde luego conforme se fue generando la información, producto de la entrevista semiestructurada, se fueron definiendo de manera más precisa:

¿Qué significaciones imaginarias fueron emergiendo en un primer examen?

¿Cuáles unidades de análisis se empezaron a construir una vez que se analizó el trabajo empírico?

¿Se empezaron a observar diferencias significativas por género?

¿Se empezaron a observar diferencias significativas tomando en cuenta su condición socioeconómica?

---

<sup>16</sup> Este programa estadístico me fue útil, porque permitió la recodificación de las preguntas y registros de acuerdo a cada una de las respuestas que surgieron en la entrevista y establecer las primeras unidades de análisis.

<sup>17</sup> Conviene precisar, como ya se explicó, que este proceso buscó solamente presentar los datos obtenidos y describir las frecuencias y proporciones de las respuestas de manera sencilla, considerando las respuestas de los adolescentes entrevistados y su distribución por género y por escuelas.

¿Qué medio audiovisual específico se citaba con mayor frecuencia en cada pregunta?

¿Qué medios audiovisuales en general se citaron con mayor frecuencia?

¿Cómo se estaban relacionando los resultados con las hipótesis?

¿Qué información fue pertinente profundizar en los grupos de discusión?

Al tener en cuenta las limitaciones de la técnica anterior, dado que sólo provoca una primera información sobre el consumo de determinados bienes audiovisuales, apliqué, en un segundo momento del trabajo de campo, la técnica del *grupo de discusión*<sup>18</sup> (v. anexo No.3), porque el propósito era *validar* los datos obtenidos en la entrevista semiestructurada y ampliar la información, profundizando en aquellos puntos que, desde el primer análisis, era plausible hacerlo permitiendo precisar mis hipótesis,<sup>19</sup> desde el consenso de los participantes se buscaba también el acercamiento a un enfoque más cualitativo de los datos obtenidos en la entrevista; además de permitir el contraste de los puntos de vista de hombres y mujeres porque era el indicador que presentaba diferencias significativas.

Bajo estas reflexiones los estudiantes que participaron en este grupo fueron aquéllos que reunieron las siguientes características: Primero, fueron del mismo

---

<sup>18</sup>. El grupo de discusión es una técnica de trabajo en el cual las preguntas son abiertas y referidas a un tema específico. Con base en los resultados de entrevista semiestructurada me permití elaborar un guión de preguntas que fueran el eje de la discusión, las cuales desde luego en la dinámica no siguieron un orden y surgieron algunas otras. El guión lo llevé estudiado para facilitar la dinámica. Por cuestiones prácticas presento la naturaleza de las preguntas, para que el lector tenga un referente sobre qué se discutió con los adolescentes. Pero reitero que la estrategia se apegó a los lineamientos de esta metodología de trabajo.

<sup>19</sup> Una idea de Suárez, M. (2005), permite clarificar las ventajas de aplicar esta técnica: "...es importante que quede claro que el tipo de información que obtenemos mediante el grupo de discusión pues, frente a otras técnicas, nos aporta aspectos internos del problema que se explora (actitudes, percepciones, sentimientos, opresiones...) desde una visión compartida a nivel grupal. Por tanto es información que se caracteriza por la riqueza de elementos que contiene debido, sobre todo, a que las hablas individuales quedan superadas en el propio grupo.(p.25) El pronunciamiento de Delgado J.M. y Gutiérrez (1999), también es acorde con las ventajas que observé en el grupo de discusión para recurrir a él:"En la situación discursiva que el grupo de discusión crea, las hablas individuales tratan de acoplarse entre sí al sentido (social). Es tan sólo tomándolo de este modo, como cabe hablar de que el grupo opera en el terreno del consenso. Consenso, por cuanto el sentido es el lugar mismo de la convergencia de los individuos particulares en una topología imaginaria de carácter colectivo" (p. 291)

grupo donde se aplicó la entrevista semiestructurada. Segundo, tuvieron disposición de participar de manera voluntaria. El primer grupo de discusión se realizó el 11 de abril de 2008 y el cuarto el 18 de junio del mismo año (v. anexo No.4). Este proceso se llevó así, porque la finalidad era ir retroalimentando la información que daban los participantes e ir precisando los puntos de vista en cada grupo. Con estos cuatro grupos de discusión se obtuvo la información adecuada para cerrar el trabajo de campo.

El protocolo fue el siguiente:

- a) Se acudió a los grupos donde se aplicó la entrevista semiestructurada y se eligieron ocho jóvenes en promedio para la conformación del grupo de discusión.
- b) Los grupos de discusión se integraron por hombres y mujeres que cumplieron con los requisitos ya señalados. En total se formaron cuatro grupos de discusión.
- c) Se les explicaron las metas a lograr con su participación y de los propósitos a conseguir en los grupos de discusión.

Para llevar adelante los grupos de discusión me hice acompañar de dos estudiantes de la Licenciatura en Filosofía de la Universidad de Guadalajara, con cierta disposición y cualidades para observar, que tenían como papel registrar aquellas actitudes favorecedoras o no en el debate, sus registros posteriormente eran tomados en cuenta en los subsiguientes grupos de discusión y sirvieron también para enmendar errores en la dinámica.

En el proceso metodológico consideré importante el punto de vista de Bohnsack, R. (2004)<sup>20</sup> en el sentido de crear las condiciones para que el ambiente grupal

---

<sup>20</sup> Bohnsack, R. (2004) sugiere lo siguiente: "In conducting group de discussions, as with all reconstructive procedures, a basic methodological principle is followed, according to which the investigator must create the right conditions for the particular case – that is, the group – to unfold its own structural identity as part of a process (p. 219)

permitiera recuperar las experiencias de los adolescentes con los medios audiovisuales, -y reconstruir un discurso *común* en torno a la información, producto de la entrevista semiestructurada. En este trabajo grupal se provocó la participación de los alumnos de acuerdo a la dinámica que ellos mismos fueron construyendo. Esto implicó, nuevamente, tomar en cuenta algunas recomendaciones sugeridas por Bonhsack, R.<sup>21</sup> para lograrlo.

## **1.2 Segundo nivel de reflexividad:**

En este nivel inscribo el trabajo *práctico*, *i.e.*, la producción de los resultados obtenidos en los encuentros con la población-foco de la investigación. Aquí se consideró apropiado analizar a las personas no desde una perspectiva teórica sino sujetos concretos abordados en una relación frente a frente, entre otras cosas porque era necesario establecer reflexiones a partir sus planteamientos, de sus configuraciones de sentido, lenguajes y experiencias como resultado del trabajo de campo. Esto lo justifico porque trabajar con el dato empírico fue una tarea que exigió un ejercicio epistemológico de mayor alcance y compromiso, que llevó a interiorizar, explicar y comprender lo dicho por las adolescencias recurriendo a sus narraciones y contrastando lo que dice la teoría. Por tanto, este nivel epistemológico requiere de la participación y no sólo de observación, se ocupa el dato pero interpretado y comprendido, *i.e.*, ir de lo interior a lo exterior y de lo exterior a lo interior. El propósito fue conocer los motivos de los adolescentes, de entender que no se buscaba objetivar lo que viven, sino *decir lo de ellos*, comprenderlo e interpretarlo. Por otro lado, cuando se inició el proceso de análisis e identificación del material empírico de las entrevistas semiestructuradas de las cinco escuelas, surgieron algunas pistas que hicieron darme cuenta que al hacer la comparación no se presentaban diferencias significativas considerando la variable socioeconómica, donde se encuentran ubicadas las escuelas

---

<sup>21</sup> Los puntos que en este sentido consideré útiles fueron, entre otros, los siguientes: (1) The entire group is the addressee of interventions; (2) Suggestion of topics, rather than prescription of propositions; (4) No intervention in the allocation of turns; (5) Generation of detailed representations. (pp.219-220)

secundarias. Esta primera codificación me hizo modificar un primer supuesto relacionado con dicha variable, y permitió focalizar aspectos relacionados con el género, porque en este caso sí se observaban diferencias al relacionar los datos. Por esta razón, en las deliberaciones de los grupos de discusión se buscó profundizar la fuerza que tienen los medios audiovisuales, dando énfasis a las voces diferenciadas entre ellos y ellas.

### **1.3 Tercer nivel de reflexividad:**

Después de los dos niveles anteriores vino el momento de procesar la información encontrada. En una etapa preliminar se articularon relaciones y porcentajes por género, ubicación geográfica y nivel socioeconómico para encontrar diferencias significativas en caso de haberlas. Por consiguiente, estos datos sirvieron para hacer los primeros análisis interpretativos que, ya ordenados, pudieron construir los primeros conceptos, y relaciones entre ellos, acerca de lo que fundan los imaginarios alrededor del consumo audiovisual. Posteriormente y analizando esa primera codificación, se llevaron adelante los grupos de discusión con el propósito de validar o refutar las primeras hipótesis y de ampliar la información en aquellos puntos que desde los objetivos de mi investigación consideré pertinente profundizar. Los resultados de la entrevista, que fueron una primera etapa de interpretación, vinieron a ser validados o refutados con la información de los grupos de discusión. Los resultados del cruce entre la entrevista y los grupos fueron sometidos a un nuevo análisis interpretativo que permitió contrastar los supuestos de partida, reafirmar la construcción de unidades de análisis y posteriormente categorías<sup>22</sup> (v. cuadros No. 5 y 6), identificar hallazgos y hacer las reflexiones y comprensiones finales para responder a los objetivos del estudio. El propósito era dar cuenta de las significaciones imaginarias instituidas por los adolescentes alrededor de los medios audiovisuales y ser comprendidas en el marco de su contexto; de esta manera se fue dando el desplazamiento de la

---

<sup>22</sup> Las categorías, siguiendo el planteamiento de Cea, D'ancona, A. (2001), se refieren a una denominación genérica que incluye unidades de contenido similar. En este sentido intenté que su construcción obedeciera a los elementos por esta autora señalados: exhaustividad, exclusividad y precisión.



comprensión del material textual hacia la construcción de conceptos genéricos conocidos como categorías. Este momento en el proceso de investigación Galindo, L (1998)<sup>23</sup> lo llama la trayectoria de la síntesis del campo-objeto.

De manera más detallada los resultados de los grupos de discusión se ordenaron con base en un programa de investigación cualitativa. Específicamente utilicé la herramienta Atlas/ti. Como se sabe, el Atlas/ti es un programa de análisis cualitativo de datos con una aplicación reciente, en el campo de la educación, sin que pueda ser reducido a una explicación meramente cuantitativa. Esta herramienta se utilizó una vez que se dio el proceso de codificación del material textual, establecí las relaciones entre códigos, posteriormente en conceptos y luego la construcción de la categoría (Flick, U. 2007). Una vez realizado este proceso de interpretación recurrí al Atlas/ti para graficar este procedimiento. Este paso permitió también recuperar la información generada en las entrevistas semiestructuradas y establecer las relaciones entre los conceptos más importantes de las diversas narraciones y hacer explícitas las categorías que se exponen en el capítulo VI: “De los imaginarios escolares a los tiempos de los imaginarios audiovisuales”, y el capítulo VII: “Las adolescencias, los sueños con la pantalla. Recreaciones míticas”, así como apoyar mis reflexiones finales. El programa Atlas/ti ayudó a tejer de manera gráfica redes de conceptos a partir de la información que surgió cuando en los grupos de discusión los participantes deliberaban las preguntas formuladas. El objetivo de las redes fue asociar y establecer relaciones en *unidades hermenéuticas* a partir, de la codificación de las respuestas que permitieron profundizar en cómo lo imaginario nos ayuda a comprender los sentidos y significados que las adolescencias construyen alrededor de los medios audiovisuales. El proceso fue el siguiente:

---

<sup>23</sup> Esta tarea implica seleccionar y combinar información de manera tal que significados denotativos se conformen connotativos. Este tránsito requiere de un sujeto que interprete la información para ponerla en la forma de un nivel superior de sentido. Configurar campo de organización implica decisiones sobre significados jerarquizados, y también creatividad en la elaboración de significados que permitan agrupar lo múltiple en lo único (Galindo, L. 1998:101)

Cuadro No. 5 Ejemplo de cómo realicé la codificación para elaborar las redes semánticas en el Atlas/ti.

Expresiones de las adolescencias con relación a la Internet y la información	Códigos línea por línea
<p>Es un medio de fácil acceso, puedo encontrar más fácil lo que busco.                      Con él se busca y luego... luego tienes la información más importante.                      Es más completa la información, y hay muchas más adiciones para buscar la información, hay muchos sitios para buscar en la web, para buscar todo sobre eso.                      Ahí viene mucha información y te da todos los datos que necesitas                      Y porque según yo, este... que está más al alcance de todos</p>	<p>No encuentran impedimentos.                       Idea favorable hacia la búsqueda                      Acercamiento a información diversa.                       Información completa                      Acceso para todos</p>
<p>Tenemos libros y podemos buscar y encontramos, pero a lo mejor no tan precisa y rápida la... información como en Internet... la verdad.                      Bueno...entre más nuevo mejor.                      La información está más actualizada                      Porque es muy fácil, rápido y confiable buscarlo en Internet.</p>	<p>Oposición entre libros e Internet                       Valoración de lo nuevo                      Información al día                      Calificativos acerca de la información que se obtiene.</p>

En resumen, con base en los testimonios de los grupos de discusión, en un primer momento busqué ordenar la información pero estableciendo relaciones de sentido, *i.e.*, formulando unidades de análisis elementales, haciendo preguntas al material textual, sobre todo interrogantes con relación a patrones como la intensidad de las afirmaciones o negaciones, aspectos que mencionaban o dejaban de hacerlo y las intenciones, que son preguntas básicas sugeridas por Flick, U. (2007), cuando se lleva a cabo el proceso de codificación de los datos. A manera de ejemplo están interrogantes como las siguientes: ¿cómo valoran la información que encuentran en la Internet? ¿Para qué la utilizan? ¿A qué calificativos recurren para referirse a dicha información? ¿Con que referentes la llegan a comparar? Este proceso me permitió también contrastar y establecer vinculación con las codificaciones realizadas en la entrevista, y triangular los análisis de los dos instrumentos aplicados para generar interpretaciones más enriquecedoras. En un segundo momento la teoría jugó un papel importante, porque favoreció una nueva dimensión analítica de lo encontrado, facilitando la selección de conceptos y sus relaciones, para posteriormente construir las categorías finales de acuerdo con los

objetivos de la investigación (v. cuadro siguiente). Este procedimiento lo consideré conveniente porque mi propósito era construir un sistema de comprensión, para destacar que la construcción de algunos imaginarios en las adolescencias se puede estudiar en el marco de su contacto con las pantallas. El proceso llevó finalmente a un ejercicio interpretativo que iba de la inducción a la deducción, y viceversa, para dar una visión amplia sobre mis hipótesis de trabajo.

*Cuadro No. 6 Ejemplo de cómo analicé el material empírico y cómo se construyeron las categorías*

<b>Códigos construidos</b>	<b>Construcción de conceptos</b>	<b>Categoría</b>	<b>Argumento para construir la categoría</b>
No encuentran impedimentos. Idea favorable hacia la búsqueda. Información completa. Acceso para todos	Conocimiento fácil y rápido	Conocimiento	Sus expresiones hacen mención de la manera en cómo la Internet está generando formas de acercarse a la información, que para las adolescencias son inéditas, y que en el plano de lo imaginario le atribuyen cualidades opuestas a las formas tradicionales de hacerlo, lo cual les permite crear nuevas maneras de pensar cómo se puede llegar a conocer.
Calificativos acerca de la información obtenida. Acercamiento a información diversa Valoración de lo nuevo Información al día	Conocimiento nuevo y creativo		
Oposición entre libros e Internet	Del libro a la Internet		

La interpretación del material empírico me permitió la construcción de las siguientes categorías en el capítulo VI:

- i) *El nuevo encanto de acercarse al conocimiento*, que contempla subcategorías como: del libro a la Internet; una lección nueva y fácil y una clase creativa con la Internet.
- ii) *Construyendo nuestras identidades*, que agrupa las subcategorías: nosotros somos del grupo "A"; con el uniforme de las pantallas; las mujeres se sientan en esta fila y los hombres en ésta, de la identidad por número de lista a la e-identidad digital.

- iii) *La construcción de la socialización y los nuevos amigos*, en este caso solo dos elementos forman parte de esta categoría: los nuevos compañeros de la Internet y el e-amigo temporal.
- iv) *La cristalización de otras realidades*, que da cuenta de las siguientes subcategorías: pasemos a la página de la fantasía, lo irreal y lo virtual; el cine: de butaca en butaca; las imágenes de los medios versus las emociones en la escuela y la tarea de las imágenes audiovisuales.
- v) *La magia actual del entretenimiento: nuevos recreos*, conformada por subcategorías como: me entretengo con los trucos de la televisión, la radio: una tarea que relaja y nos pasamos un rato con los videojuegos y la Internet.
- vi) *El nuevo reloj: el tiempo corto y el tiempo largo*, que contiene solo la siguiente subcategoría: las clases de los medios se hacen cortas.
- vii) *Disfrutando a solas o acompañados*, donde se construyó la subcategoría: ¿solos o en equipo?
- viii) *Del hoyo en las paredes de los baños al ojo de la pantalla*.
- ix) *Aquí y ahora: vivir o no vivir con las lecciones de los medios*, que la conforman las siguientes subcategorías: La televisión a veces es mala maestra, con el cine...la misma lección, qué sí y qué no de las lecciones de los videojuegos, bueno...a la radio a veces se le pone atención, ahora ¿a quién le gusta la Internet?

Mientras que el análisis de las respuestas de los adolescentes me permitieron identificar para el capítulo VII, las siguientes categorías:

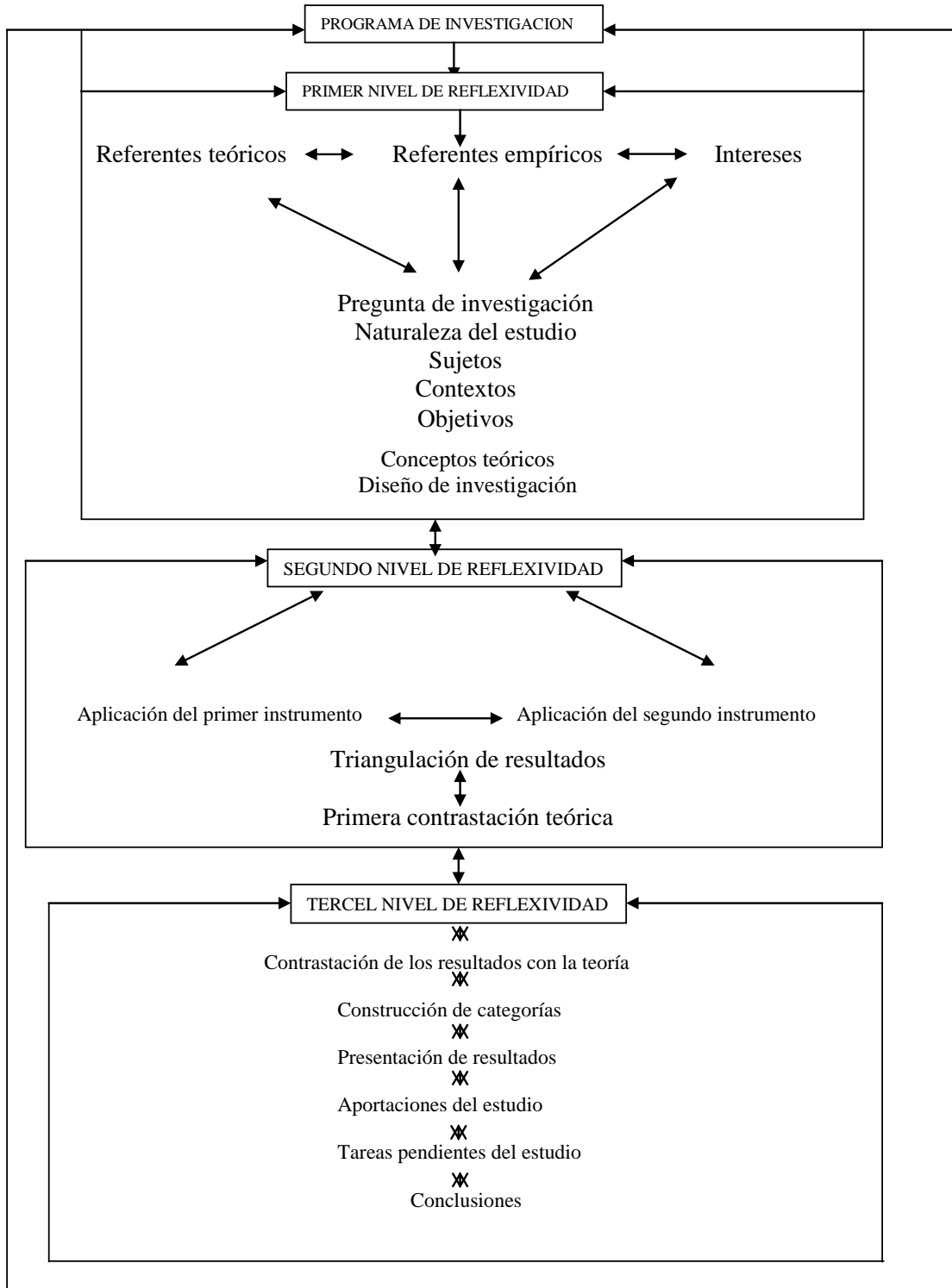
- i) *El mito de la alucinación.*
- ii) *El credo de la imagen.*
- iii) *El mito de la fuerza y el poder.*
- iv) *La alegoría de la caverna.*
- v) *El mito narcisista de la pantalla: de las imágenes en las aguas a las imágenes en las pantallas*

- vi) *El misterio de la fascinación en las imágenes de la pantalla*
- vii) *La nueva hada madrina.*

Finalmente esta estrategia metodológica y epistemológica consideró una serie de interrogantes conforme se hacía el examen del material empírico y su interpretación: ¿qué encuentro en los resultados y qué dice la teoría? ¿Se obtiene algún hallazgo? ¿Qué información nueva aporto al campo de la discusión sobre las adolescencias y sus imaginarios? ¿Descubrí algo no esperado? ¿Aparecen diferencias entre mujeres y hombres adolescentes? ¿Qué tanto las diferencias socioeconómicas constituyen un factor para determinar los consumos audiovisuales? ¿Qué aportes se puedan dar en cuanto a mi metodología? ¿Qué aspectos no logré abordar en el estudio? ¿Cuáles fueron las dificultades más significativas que encontré? ¿Qué queda pendiente?

El sustento epistemológico seguido en el programa de investigación se grafica en el siguiente esquema.

Esquema No 1 El programa de investigación



Como se constató en este capítulo una primera intención fue revelar los criterios epistemológicos, teóricos y metodológicos que acompañaron mi proceso de investigación. La segunda fue dar cuenta de lo realizado, desde las intuiciones epistemológicas hasta una sistematización de la experiencia conforme se realizó el trabajo de campo y se dio la triangulación entre los datos empíricos y la teoría. En la presente tesis esto fue básico para poder llegar al capítulo de los resultados, porque antes de entrar al proceso interpretativo, era pertinente situar las pesquisas, de manera precisa de cada una etapas vividas a lo largo del programa de investigación y de mostrar las reflexiones internas surgidas en este proceso.

## II. EL ASUNTO

El tema de la cultura audiovisual<sup>24</sup> reviste gran importancia en nuestro contexto porque responde a las preguntas que la sociedad realiza en el marco de nuestro sistema cultural (Baudrillard, J. 2004). Entre otras cosas, el proyecto cultural actual no puede estar al margen de los medios audiovisuales, porque se han convertido en parte de nuestra vida cotidiana configurando nuevos imaginarios que permiten encontrarle sentido a la realidad social (Pérez, T. 2003).

Dentro de este marco de referencia adquiere importancia una de las dimensiones de la cultura audiovisual: su consumo. Este asunto no puede pasar inadvertido, sobre todo cuando la población joven es la principal consumidora; esto obliga, por tanto, a realizar un análisis epistemológico y metodológico sobre el peso que tienen en la razón de vivir de los adolescentes y los jóvenes, porque hay elementos nuevos por discutir. La pantalla provoca en los espectadores un enfoque distinto del consumo, como lo señala Appadurai, A. (2001). Desde mis propios planteamientos, son nuevas formas de cómo estos consumidores se presentan ante el mundo, porque se convierte en un elemento clave para la configuración de sus significaciones imaginarias. La comprensión de la realidad social, su interpretación y representación no está al margen de este consumo, porque con base en él los jóvenes consumidores se apoyan para nombrar los objetos reales o simbólicos del contexto. Esta reflexión nos ubica en el asunto crucial de la presente investigación: analizar de qué manera lo imaginario ayuda a comprender los sentidos y significados que los adolescentes construyen a partir del consumo de los medios audiovisuales. El punto de partida es que este tipo de consumo resignifica e instituye una serie de imaginarios presentes en el colectivo

---

<sup>24</sup> En el presente estudio me permito utilizar los conceptos, cultura audiovisual (consumo audiovisual) y video-cultura como términos sinónimos, para referirme al consumo de cualquier imagen visual y auditiva proyectada en medios como la televisión, el cine, la radio, los videojuegos y la Internet, porque son los medios que más consumen las adolescencias en el contexto donde se realizó el estudio.



social, pero con más peso en aquellas personas que están en las etapas de la adolescencia y la juventud.

En esta perspectiva es determinante el planteamiento de Castoriadis, C. (1998a), porque señala que vivimos en un mundo lleno de símbolos y a partir de ellos nos podemos dar cuenta de las significaciones imaginarias prevaletentes en una sociedad determinada. Ampliando esa idea, puedo señalar que nuestra permanencia o contacto con el mundo no es posible sin lo imaginario, ¿por qué? porque con él nos ubicamos en la realidad, viene a ser *el qué y el hacia dónde*. Pero esto no implica, como lo señala Castoriadis, C. que se debe reducir nuestra interpretación y representación del mundo sólo al orden imaginario, tan sólo es importante reconocer su énfasis en una sociedad donde la explicación racional no es suficiente para comprender y darle sentido a lo histórico-social.

Para Castoriadis, C. (1998a), lo imaginario se puede explicar recurriendo a los símbolos. Esta postura se comprende porque la experiencia indica que toda persona vive consumiendo los bienes simbólicos de la cultura de su grupo; pero esta afirmación conviene matizarla, porque desde cualquier perspectiva de análisis no todos los sujetos por el solo hecho de pertenecer a un colectivo pueden acceder a éstos. A través de los consumos se dan diferentes posibilidades de acceso a dichos bienes o productos<sup>25</sup>, entre otras razones, los móviles se pueden aclarar por factores como el género, la inscripción social, la escolaridad y la ubicación geográfica, (Bourdieu, P. 2003). Por otra parte, los productos son de diferente naturaleza, lo que se consume de ellos obedece, por quienes lo hacen, a un cometido particular, consciente o inconsciente, como dice Bourdieu, P. De esta manera el consumo de la producción simbólica entretiene dos cosas: (1) el tipo de bienes culturales y (2) el sujeto que los consume. Sobre esta base se puede señalar que la naturaleza y los tipos de bienes son diversos e históricamente también se pueden encontrar variaciones en su producción. Por ejemplo, podemos

---

<sup>25</sup> En virtud de que no encuentro diferencias significativas entre los términos bienes y productos los utilizaré de manera sinónima en este trabajo; esto con la intención de que la lectura para el lector sea más fácil.

señalar que en la actualidad existe un interés por los bienes culturales conocidos en nuestro contexto como bienes audiovisuales.<sup>26</sup> (Barbero y Rey, 1999; Maldonado, T. 1999; Orozco, G. 2007)

### **Intersecciones entre medios audiovisuales e imaginarios**

La influencia de la cultura audiovisual en nuestra sociedad es de gran peso en todos los ámbitos, incluyendo el educativo (Morduchowicz, R. 2003). Este planteamiento es decisivo porque soporta, entre otras cosas, el mundo del conocimiento y nuevas formas de socialización, (Baudrillard, J. 2004), pero además es tan cotidiana que hoy es *anormal* no estar vinculado con dicha cultura. Vivimos apostando a su desarrollo, a tal grado que puedo afirmar que lo imaginario de la sociedad se traza en la intersección de su consumo y las significaciones que encarnan.

Así, sobre la base de las anteriores reflexiones se plantea la siguiente hipótesis: en la medida que la cultura audiovisual se vuelve cotidiana, en tanto que encarna nuevas significaciones imaginarias, en esa misma medida se originan una serie de transformaciones en los integrantes de la sociedad, sobre todo quienes por cuestiones generacionales han nacido vinculados a ella<sup>27</sup>. En estas condiciones es posible admitir que en el plano de lo imaginario es donde los adolescentes le confieren significados a las imágenes de los medios audiovisuales, porque no lo encuentran en el mundo real. El relato que ahora se vive ya no se cuenta o se lee, sino que se escucha y se ve; y es posible “ver y escuchar cualquier cosa”<sup>28</sup>, los medios audiovisuales permiten ‘todo’, porque todo queda a la vista de todos sin importar edades, religiones o género. Aquí se parte de la premisa que los

---

<sup>26</sup> Los bienes audiovisuales en mi opinión forman parte de un concepto más amplio: los bienes culturales, y en el presente trabajo me refiero a los bienes audiovisuales como son la televisión, el cine, la radio, los videojuegos y la Internet, y cuando hablo de imágenes audiovisuales es para referirme a lo que estos medios proyectan.

<sup>27</sup> Una generación se reconoce por ciertas producciones y consumos simbólicos, que se manifiestan en modelos de comportamiento, en los cuales se articulan las conductas de todos aquellos que se identifican con esos símbolos con la suficiente fuerza. (V. Eco, U. 2006)

<sup>28</sup> Respuesta de un estudiante al momento de aplicar el monitoreo de la técnica del listado libre.

adolescentes entrevistados evocan: “Todo se puede ver y todo se puede escuchar”.

Desde luego, cierto tipo de imágenes audiovisuales se prefieren, con relación a otras, porque despiertan emociones, valores, estilos de vida, gustos y son soporte en la constitución de lo cotidiano. Además se encargan de reforzar dichas significaciones existentes en los espacios sociales por donde transitan los grupos, como sería el caso de los adolescentes consumidores. Cada medio audiovisual en nuestro contexto presenta y utiliza, por ejemplo, imágenes diferentes, pero depende de cada consumidor y de su posición, su inclinación por el mismo.

¿Qué papel juega la dimensión imaginaria sobre lo que significan estos consumos audiovisuales? La cultura audiovisual encarna formas de significación, *i.e.*, modos de interpretar y representarse el mundo, de darle sentido, porque posibilitan la elección de un medio sobre otro; esto permite afirmar que refuerzan la invención de los imaginarios de un colectivo. Por esta razón se puede considerar a los consumos audiovisuales como horizontes de significados que se traducen en modos de vida. Tenemos el razonamiento siguiente: lo imaginario ayuda a explicar, en parte, el peso que tienen los medios audiovisuales y su consumo, más concretamente: dichos consumos producen significaciones que dan cuenta de la construcción de los imaginarios en la sociedad. Por otra parte, las prácticas consumistas también permiten conocer a quienes lo hacen, ya sea por los bienes que consumen o dejan de consumir.

El caso de la cultura audiovisual en las adolescencias es paradigmático, porque este grupo es uno de los principales consumidores. En esto hay distinciones, como ya lo mencioné, explicadas por las edades, el género y las condiciones socioeconómicas. No es lo mismo, por ejemplo, situar el análisis en adolescencias que en grupos de mayor edad, o bien en adolescentes que viven en zonas urbanas o rurales. De manera particular los adolescentes son quienes han nacido en el mundo de *los media*, de las imágenes, y como sostiene De Martín, R. (2006),

les permite vivir en una nueva era. Esto significa que ellos transitan una nueva realidad que es influida por estos medios.

Por tanto, la originalidad de las adolescencias, su radicalidad y sus complejidades, pueden comprenderse y explicarse mejor analizando factores fundamentales en el ámbito de sus vivencias cotidianas como es la cultura audiovisual. Comparto la postura de Rodríguez, M. (2005), cuando asegura que sus maneras de ser, no son otra cosa más que sus sentimientos, creencias y valores creados a partir de experiencias con el contexto sociocultural y que por eso mismo nos ayudan a entender su contingencia.

### **Las adolescencias y sus consumos audiovisuales como objeto de estudio**

Los jóvenes constituyen un sector consumidor, importante, de la cultura audiovisual. Sin embargo, considerando los objetivos del presente trabajo, destaco el interés de manera particular por las adolescencias, específicamente en aquellas que cursan sus estudios de secundaria. ¿Por qué un estudio con este grupo? Esta interrogante tiene una respuesta creciente en nuestro medio educativo y social: existe una preocupación por conocer mejor a los adolescentes de las escuelas secundarias por tres razones: (1) los profesores y directivos reconocen con mayor interés que son personas en el sentido moral del término, (2) cada vez se vuelve más frecuente aceptar que, desde sus propios imaginarios configuran muchas de las cosas observadas en las aulas, (3) se reconoce que su familiaridad con la cultura audiovisual les permiten apropiarse de ciertos patrones conductuales, de *gustos* y estilos de vida expresados en los salones de clase, marcando de alguna manera las dinámicas institucionales.

Por otra parte, se conjugan una serie de factores cuestionando el servicio educativo que se les ofrece, porque se observan, *e. g.*, alarmantes niveles de reprobación y abandono escolar. (v. Ceneval, 2006; González O. 2006; El Informador, 2006, agosto 6). Estas situaciones hacen voltear la mirada hacia ellos. Se hacen más visibles y *al preocupar más* se vuelven objeto de estudio, porque

con sus propios valores y formas de interpretar el contexto donde viven, por sus propias historias y creencias, por sus temporalidades, sentimientos de pertenencia y socialización, así como por las experiencias que manifiestan a partir del consumo audiovisual, nos reiteran quiénes son y cuestionan los imaginarios instituidos a su alrededor.

Las adolescencias de secundaria están envueltas en dificultades propias de su desarrollo cognitivo y emocional, que confluyen con otras de carácter social a las cuales muchas veces son vulnerables, tal vez como ningún otro sector de la población, *e.g.*, se ven inmersos en dificultades de drogadicción, soledad, consumismo y prácticas sexuales tempranas, *i. e.* en una serie de experiencias que sin protocolos transcurren en su vida diaria, dejando marcas en lo que será su vida futura ( Donas, B. 2001).

Dentro de su exposición, a este escenario de la vida social, está el mundo de las imágenes producidas por los bienes audiovisuales. Nuestros adolescentes están expuestos a los consumos audiovisuales configurando el porqué de sus significaciones, interpretaciones y representaciones de las cosas. Vuelvo a destacar el consumo audiovisual, porque al volverse una práctica diaria necesariamente debe influir en la construcción de su realidad. A través de estas imágenes se *conectan* o *desconectan* del mundo, por eso puedo asegurar, a manera de hipótesis, que dichas imágenes son el centro de acción de cómo las adolescencias, particularmente las urbanas, se presentan al mundo y cómo se comprende su configuración gracias a lo imaginario.

En esta era de las imágenes audiovisuales, puedo afirmar, *a limine*, que los adolescentes invierten muchas horas frente a las pantallas, lo cual nos obliga a pensarlos desde estos medios simbólicos generando, entre otras cosas, nuevos valores, normas y lenguajes. Barbero, M. y Ochoa, A. (2005), sostienen que la fuerza de la televisión constituye uno de los dispositivos más sofisticados para moldear conductas y gustos populares. Mientras Sartori, G. (2005) argumenta que

la Internet, al trascender los espacios físicos, permite un ritmo temporal que va más allá de las imágenes audiovisuales proyectadas por otros medios como puede ser la televisión. Con esas significaciones que construyen a partir del consumo, nuestros adolescentes van a la escuela, a enfrentarse a una visión distinta que busca enseñar lo diferente, lo otro, lo opuesto a lo que moldean los demás escenarios, como lo subraya Morduchowicz, R. (2003).

De ahí la justificación por conocer, en parte, el contexto simbólico donde se desenvuelven, donde consumen otros bienes simbólicos diferentes a los escolares -ese contexto que para Lotman, U. (1992) no es otra cosa que un modelo *organizante*- ¿por qué? porque organiza el mundo alrededor de su vida cotidiana. A partir de estas reflexiones se puede comprender qué tan importante es el consumo audiovisual y su influencia en los otros espacios por donde las adolescencias transitan, como la escuela por ejemplo, donde tal vez su acercamiento a este consumo es menor. Por esta razón, en este estudio (1) considero como imperativo acercarme al mundo del consumo de los medios audiovisuales, donde hacen posible su existencia cotidiana y (2) por eso cobra fuerza la interrogante: ¿de qué manera la experiencia del consumo audiovisual, a los que están expuestos, instituye otras formas de percibir la realidad social en la dimensión imaginaria?

Pero, ¿cuál es el peso de estos consumos? Un adolescente consumidor se imagina a sí mismo y a los demás, comparte representaciones del mundo, sobre todo constituyen un vehículo importante de sus modelos éticos, *i.e.*, de sus conductas prácticas. Por esta razón otra hipótesis es que la respuesta de un X adolescente hoy en día al parecer no está al margen de sus consumos audiovisuales. Pero además, al aula asisten jóvenes que no se pueden despojar de lo consumido en sus espacios extraescolares, de ahí la importancia de explicar y comprender el peso que tienen.

Por esta razón, observar a las adolescencias, inmersos en prácticas de consumo, como son las imágenes audiovisuales, permite plantear cuestiones referidas a su singularidad, o bien al colectivo: (1) ¿Qué significaciones imaginarias provocan o refuerzan? (2) ¿Cómo valoran las imágenes producidas por dichos medios? (3) ¿Cuáles bienes audiovisuales consumen con más frecuencia? El consumo los constituye como sujetos sociales, les da identidad y los diferencia de otros grupos de población; lo cual supone un aspecto de permanencia relativa o de continuidad de esa mismidad. El concepto o la experiencia que supone esa mismidad expresa un autoconcepto, una autoidentificación de carácter histórico social.

De acuerdo a los objetivos de este trabajo importa conocer cómo a partir de lo imaginario, van a darle sentido a lo que hacen en el contexto de sus propias circunstancias, de su contacto con los bienes audiovisuales, descubriendo que las imágenes lo rodean todo, y a veces no queda otro recurso que elegir su consumo, pero ¿cómo eligen estos medios? ¿Para qué los eligen? ¿En qué condiciones lo hacen? Son preguntas cuyas respuestas están a cargo de ellos mismos; lo importante es descubrirlas para ver qué tanto determinan sus sentidos y significados acerca de la realidad y de su vida.

### **Los consumos audiovisuales: lo común y lo de diario**

Los bienes simbólicos de la cultura como objeto de estudio son algo complejo, como lo afirma Geertz, C. (1991), esto obliga a realizar un recorte en el presente trabajo. El interés se dirige a la apropiación de la cultura, para ello me valgo del término *consumo* que ayuda a darle precisión a la investigación. Me interesa analizar qué consumen las adolescencias de la cultura audiovisual que se muestra en medios como la televisión, el cine, la radio, los videojuegos y la Internet. Por consiguiente, me ubico en una perspectiva activa de la cultura, siguiendo a Rosaldo, R. (1991), porque hago referencia al uso práctico, diario, de lo producido por la sociedad y consumido por los adolescentes.

Lo anterior sirve para precisar, también, que al hablar de consumos audiovisuales hago mención de los bienes producidos en el contexto donde viven los adolescentes; reconociendo que en su vida cotidiana los deconstruyen y reconstruyen, los incorporan a su mundo interior, a sus esquemas representativos y esquemáticos. Saber dónde se encuentran, cómo se relacionan y reconocen con los medios audiovisuales; cómo se aproximan a ellos, cuáles son sus preferencias o inclinaciones; *i.e.*, hacia aquellos bienes a los cuales tienen acceso, o bien son más gustados, según su contexto. El asunto provoca otra pregunta: ¿todos los alumnos de un determinado contexto geográfico y social tienen las mismas oportunidades de acceso a la cultura audiovisual<sup>29</sup>, sin importar el lugar donde radican? La relación entre variables como la de edad, origen social y sexo resulta compleja, porque atiende la biografía de los estudiantes, por eso el estudio arroja elementos comprensivos para responder a dicha interrogante.

En la actualidad, las adolescencias no pueden estar al margen del consumo de las imágenes audiovisuales, entran a su vida como un factor de entretenimiento pero también como medio informativo. En él encuentran lo que otros bienes culturales, como los libros, no permiten con tanta facilidad y sin tanto costo, “ahí encuentras de todo”<sup>30</sup>, comentan. Esto lo ilustra de manera importante su consumo; para algunos adolescentes, por ejemplo, no es fácil estudiar y divertirse sin la Internet (De Martín, R. 2006). Los medios son una solución para los problemas de cómo pasársela mejor y cómo cumplir sus responsabilidades como estudiantes. Antes, un adolescente tenía que compartir con otros la búsqueda de la información en una biblioteca, hoy con el uso de la Internet las posibilidades de encontrarla son infinitas y no requiere de un espacio físico particular para ello, (Morduchowicz, R. 2003). Pero además puede hacerlo sólo desde su casa o un *cyber-café*, no necesita compañía ni la ayuda de nadie.

---

<sup>29</sup> Antes de continuar, es pertinente aclarar que el término consumo audiovisual se refiere al conjunto de redes y mensajes que envían y reciben medios como la radio, la televisión, el video, el Internet y el cine, entre otros posibles medios como señala García, C. (2005)

<sup>30</sup> Respuesta de un estudiante al momento de aplicar la entrevista semi-estructurada.



No podemos dejar de reconocer que la dinámica de la cultura audiovisual permite a los adolescentes un acceso sin control, no es fácil encontrar maneras de detenerlos en su consumo, ven y escuchan lo que el adulto no quiere. Lo anterior se combina con otro factor: ellos son los expertos en el manejo y uso de los medios audiovisuales, por tanto, en muchas ocasiones una persona adulta carece de estrategias para impedir el consumo o cuando menos detener el uso *irracional*, si se permite el uso de este término. Esto lleva a meditar sobre qué imaginarios construyen, cómo se significa, *e.g.*, la escuela, si es vista como la *otra realidad*, que abiertamente a veces se opone a la cultura audiovisual, (Morduchowicz, R. 2003; Condry J. 2006). Uno de los puntos en este estudio es dar cuenta, de manera muy general, cómo los adolescentes consumidores establecen las posibles diferencias de dos mundos: (1) uno que permanentemente señala normas, limita conductas y actitudes, y relata dificultades en los logros de las personas, y (2) el otro, que permite ver los acontecimientos de modo diferente, donde las cosas están a la mano y no hay límites, tan sólo basta con apretar un botón y ver. Por esta razón, se observa un impacto emocional distinto. Los adolescentes estructuran su interpretación y sus juicios de la realidad a partir del acercamiento con el mundo organizante de la cultura audiovisual, pero el interés está en saber cómo juegan con esos medios. Si el consumo de lo audiovisual da continuidad al imaginario instituido, o bien dislocan e instituyen otras formas de imaginarse la realidad merced a la pantalla.

### **El peso de lo que se ve y se escucha**

Como se ha venido argumentando las adolescencias consumidoras están insertas en una cultura donde lo que se *ve* y lo que se *escucha* encarnan su imaginario social. Si se acepta esta premisa, entonces puedo afirmar la importancia de las imágenes audiovisuales en su mundo. Esto tiene consecuencias ontológicas y epistemológicas importantes porque la realidad cambia de acuerdo a la experiencia que van construyendo a su alrededor, logran nuevas formas de situarse en ella, Pérez, T. (2003) nos dice lo siguiente: “Quizá haya que ir algo a contrapelo de la potente cultura de la imagen que nuestra sociedad está

incubando para reconstruir en ella el sentido de nuestras travesías existenciales” (p.13).

La imagen seduce dice Rojas, M. (2006), invita a interpretarla según donde estemos ubicados, porque se presenta a todos por igual. En este orden de ideas Sartori, G. (2005), va más lejos al señalar que el hombre deja de ser un animal simbólico para pasar a ser un *animal vidente*; i.e., las imágenes audiovisuales explican la realidad, dan cuenta de sus pensamientos, configuran los juicios y ayudan a la construcción de su memoria colectiva e individual. Con base en esta idea de Sartori, G. podemos inferir que la interpretación y representación de la realidad puede quedar sujeta a las imágenes audiovisuales. No pretendo aventurarme pero del pesimismo de este teórico de las ciencias sociales se infiere lo siguiente: *veo luego soy*.

Por otra parte, el consumo audiovisual se consolida conforme la Internet se vuelve de uso común entre las adolescencias. El manejo de la realidad virtual, la posibilidad que brinda a los usuarios de transitar por diversas dimensiones de la realidad lleva a considerar que estamos pasando de la noción de hombre vidente a la de *hombre virtual*. Estos cambios, hablan de una *cultura del ciber* (Alonso, A. y Arzo, I. 2002), de una nueva comunidad generacional (Maas, G. 2005). En este sentido cuando teóricos como Pérez, A. (2003); Maas, G. 2005; Rodríguez, M (2005); De Martin, R. (2006), entre otros, argumentan que nuestros jóvenes están inmersos en el mundo de la virtualidad, se puede hablar de *adolescencias virtuales*. Entre otras razones, porque la permanencia de varias horas al día en el juego de la narrativa audiovisual, genera en ellos distintas estructuras simbólicas que se muestran en la interpretación de la realidad.

Con la cultura de estas imágenes las adolescencias transitan por los contextos familiares y escolares, se identifican con sus pares a partir de lo que ven y oyen; se puede afirmar que sus formatos de socialización se construyen imaginariamente con estos referentes, porque los procesos de comunicación se

dan principalmente siguiendo la trama de la imagen vista por ellos. Con base en esto, se puede señalar, también, que la memoria colectiva de estos adolescentes se construye, día a día, a partir de los flujos de imágenes provistas por la pantalla. Sin embargo, el desarrollo de esta memoria audiovisual no es homogéneo en las adolescencias, porque influyen factores como su historia personal y su acceso a los medios; en su consumo no intervienen otros elementos mediadores, nos dice Sartori, G. en una visión un tanto provocativa: "... la imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; como yo he dicho, se ve y es suficiente" (2005:39)

Esto se vincula con otra condición: los adolescentes están en una etapa de su vida donde buscan invertir su tiempo libre en aquello que vale en y por lo placentero. Desde esta argumentación las imágenes se convierten en recursos donde esto es posible. Conviene hacer esta precisión porque observo una relación importante entre el consumo de los medios audiovisuales como entretenimiento y la disposición de tiempo libre. Entre otras cosas lo placentero se da precisamente porque las imágenes de la pantalla explotan fundamentalmente lo visual y lo auditivo, gracias a la combinación de los colores, su rapidez y sus matices, así como por el tipo de montajes, constituyendo el soporte de una serie de emociones. La gran flexibilidad de la pantalla y las posibilidades de información y diversión ofrecidas a través de imágenes se amplía en grandes proporciones, ya que siempre es posible enfocar y representar la realidad de manera distinta, aunque sea en el plano de lo imaginario.

### **El porqué y para qué se investiga**

Como se ha venido explicando existe una preocupación permanente por conocer mejor las adolescencias de secundarias, pero también es una aventura, porque permite entrar a un mundo donde las reglas y los valores tienen otro sentido. Los

adolescentes, desde lo imaginario del adulto<sup>31</sup>, son vistos como personas que *todavía no son*, un todavía que al no ser plenamente requiere ser reencauzado para que llegue a su plena realización. Ese *todavía no ser* se puede ver, también, como carencia de algo que es importante superar y por eso, tal vez, se justifiquen las acciones diseñadas en nuestra sociedad para orientar su realización plena. Esta visión aparece desde los tiempos de la sociedad ateniense<sup>32</sup>. Aunque desde luego, hoy en día los contextos históricos señalan variantes en su educación, como aceptar que son más autónomos o bien requieren ser más vigilados, la premisa de la educación griega tiene vigencia con las particularidades de nuestro contexto. Actualmente, e.g., se escucha que los adolescentes deben realizar su propia búsqueda, se les reconoce capacidad para trazar sus propios caminos, por eso miran hacia diferentes lados, hacia la construcción de sus proyectos y utopías; pero al mismo tiempo los límites de la sociedad les aparecen en cada esquina.

Pero además, las adolescencias, retomando una noción de Castoriadis, C. (2005a), son *magmáticas*, porque son fuente inagotable de significaciones, siempre objeto de nuevas interpretaciones, de posiciones diferentes para referirnos a ellos, no se agotan en un estudio porque siempre hay cosas pendientes qué decir y qué debatir.

---

<sup>31</sup> A lo largo de la tesis me refiero al mundo del adulto o al imaginario del adulto. Es el momento de aclarar que con esta noción aludo al conjunto de valores, normas, imágenes y códigos que las personas adultas han construido para interpretar su realidad social, el cual posibilita maneras de ubicarse en su contexto, y que por su propia naturaleza no puede ser el mismo para las adolescencias. Si aceptamos que los imaginarios de un colectivo son indeterminados (Castoriadis, C. 1998a) es posible aceptar que cada grupo instituye los propios. De ahí que las valoraciones sobre el mundo sean maleables, razón por la cual encontramos cosmovisiones equívocas. Desde las anteriores argumentaciones me atrevo a plantear, esperando no caer en determinismos ni en posturas esencialistas, que los adultos tienen sus propios mundos, y que cuando me refiero al *mundo adulto* lo hago con el propósito de establecer diferencias con *los mundos de las adolescencias*, reconociendo que no pretendo situar los procederes del adulto a una sola visión. Por otra, parte la alusión al mundo o imaginario adulto es solo un referente para situar el objetivo de mi interés en la investigación: los imaginarios instituyentes de las adolescencias.

<sup>32</sup> En el dialogo platónico del Laques, los interlocutores se plantean la importancia de educar a los adolescentes: Estos son nuestros hijos: éste es el de aquél: tiene el nombre de Tucídides por su abuelo; el otro, en cambio, es mío; también él tiene el nombre del abuelo, a saber, de mi padre, pues lo llamamos Aristides. Hemos decidido cuidar de ellos en la máxima medida posible, y no hacer lo que la mayoría –dejarlos hacer lo que ellos quieren, una vez que han llegado a ser adolescentes, sino empezar precisamente ahora a cuidar de ellos, en cuanto somos capaces de hacerlo (Platón; 1983: 2)

En este marco justificatorio, de lograr que en realidad sean virtuosos, en el sentido ateniense, es importante conocerlos bien, para alcanzarlo hay que recurrir a diferentes perspectivas. Por esta razón el interés de revisar su posición como consumidores de la cultura audiovisual. La idea de Geertz, C. (1991), cuando afirma que la cultura amplía el universo de lo humano, porque se hacen más claros modos de conducta que a veces son ininteligibles, se vuelve pertinente para trabajar esta dimensión, tal vez no estudiada ampliamente en estos momentos, cuando menos en nuestro medio educativo estatal<sup>33</sup>, porque puede ayudar a comprender la institución de sus imaginarios que se traducen en factores estructurantes para referirse a los objetos reales y simbólicos de su realidad. Este tipo de consumo es un eje reflexivo para explicarnos algunas de sus experiencias, pero reconozco que esta dimensión sólo puede explicar una parte de la forma en cómo interpretan su contexto social, aceptando, por otro lado, que los consumos audiovisuales requieren de una variedad de enfoques metodológicos y epistemológicos.

Por otra parte, encuentro que en el contexto de los estudios educativos estatales las investigaciones sobre adolescentes son incipientes<sup>34</sup>, porque no se ha logrado establecer la importancia de analizar la problemática de ese grupo de población, desde la dimensión del consumo audiovisual. La prueba de ello está en la ausencia de investigaciones en ese campo, y el tema, desde mi posición, es particularmente relevante para conocer un poco más quiénes y cómo son ellos. Además, la investigación busca profundizar y dar continuidad a los trabajos que nuestro Estado enfoca, con otra perspectiva, sobre este grupo de población (González, O. 2006); ya que estos actores ocupan, como se mencionó, un lugar

---

<sup>33</sup> Me refiero aquí al Estado de Jalisco.

<sup>34</sup> Uno de los estudios pioneros sobre los adolescentes en nuestra entidad son los que presenta el Instituto Jalisciense de la Juventud, aunque a veces sean trabajos que se integran a un grupo de población más amplio. Véase para el caso la publicación: Vizcarra D. Fernández R. (2006) Comp. Disertaciones. Aproximaciones al conocimiento de la juventud. Guadalajara: Ed. Instituto Jalisciense de la Juventud.

importante en uno de los niveles educativos que manifiesta mayor sensibilidad a los problemas educativos (El Nuevo Siglo, 2007, abril 19).

En este nudo de reflexiones se justifica la presente investigación; porque se acerca al *mundo imaginario* que caracteriza las adolescencias de secundarias urbanas, aspecto fundamental para hacer más visibles sus formas de interpretar y representarse el mundo, de comprender un poco más sus acciones cotidianas. ¿Por qué otras razones es importante el presente estudio? Porque todos los días crece la influencia de los medios audiovisuales en la educación de las adolescencias; atraviesa aspectos cognitivos, éticos y estéticos en tanto sujetos en proceso formativo.

Con el trabajo pretendo dar cuenta de cuáles productos audiovisuales consumen en su contexto, en este caso el medio urbano, tratando de ver cómo se yuxtaponen con las significaciones imaginarias que los adolescentes crean a partir de dichos consumos. En este orden de ideas debo precisar, también, que al hacer referencia a los consumos audiovisuales contemplo sólo los más representativos en nuestro contexto cultural, aclarando que se pueden dar diferencias entre una persona y otra a pesar de contar con la misma edad.

### **Objetivos de la investigación**

La cultura audiovisual constituye una base heurística para comprender por qué las adolescencias consumidoras ostentan, conscientemente o inconscientemente, determinados imaginarios que se manifiestan en objetos y discursos, con relación al consumo audiovisual que realizan más allá del espacio áulico. Con base en esta premisa se propusieron los siguientes objetivos, los cuales responden a las preguntas de investigación.

Objetivo uno:

Analizar de qué manera la dimensión imaginaria nos ayuda a comprender los sentidos y significados que las adolescencias de escuelas secundarias urbanas construyen alrededor del consumo de los medios audiovisuales. De manera específica cómo se significan la búsqueda del conocimiento, la construcción de sus identidades, sus procesos de socialización, formas de entretenimiento, sentido de la temporalidad, cosmovisión de la realidad y la reactualización de algunos mitos.

Objetivo dos:

Conocer cuáles son los consumos audiovisuales más comunes en este grupo de adolescencias de escuelas secundarias urbanas considerando su posición de género.

Objetivo tres:

Comprender que las significaciones imaginarias de estos adolescentes alrededor de las imágenes audiovisuales explican parcialmente algunas de sus posiciones con relación al sentido que para ellos y ellas tiene la escuela, y que a partir de dichas significaciones se pueden elaborar mejores propuestas de trabajo educativo.

Estos objetivos se fueron delimitando conforme la investigación avanzó, porque el encuentro con los sujetos de estudio empezó a generar material empírico que no obedecía a los primeros planteamientos generales. Este proceso se vive de esta manera, porque siempre se debe tener un objetivo para iniciar una investigación, aunque luego se vaya modificando, porque de otra manera se caminaría a ciegas.

Finalmente considero que estos objetivos se justifican, al dar cuenta de los resultados una vez realizadas las interpretaciones finales.

### **Pregunta de investigación**

La importancia de lo imaginario en las adolescencias de secundarias urbanas, de cómo llegan a configurar una serie de sentidos, con relación a sus consumos audiovisuales, son las razones que llevaron a formular la pregunta de investigación. Esta formulación tuvo, entre otros propósitos, dar cuenta desde dónde se abordó la situación problemática, y a qué perspectiva teórica y metodológica respondió (Flick, U. 2007). Cabe aclarar que el mismo procedimiento que se siguió para redactar los objetivos -de irlos precisando a lo largo del trabajo interpretativo- se utilizó para afinar la pregunta básica de investigación hasta quedar de la siguiente manera:

**¿De qué manera la dimensión imaginaria ayuda a comprender los sentidos y significados que para las adolescencias de escuelas secundarias urbanas tiene el consumo de los medios audiovisuales?**

#### *Las razones de la pregunta de investigación*

En la pregunta de investigación se pueden observar dos conceptos teóricos: (1) la dimensión imaginaria que instituye sentidos y significados alrededor de dichos consumos y (2) el consumo audiovisual. Parto de reconocer que los consumos audiovisuales constituyen un campo de acción de las adolescencias, ámbito que les permite crear una serie de *instituciones* que encarnan valores, normas y lenguajes, con los cuales le dan sentido a su existencia; *i.e.*, con esas significaciones imaginarias viven, eligen, se enfrentan al mundo, lo crean y recrean, siguiendo la argumentación de Castoriadis, C. (1998a). Estas dos categorías de análisis interesó comprenderlas en estos adolescentes, porque los sitúo como sujetos en un contexto determinado, lleno de imágenes audiovisuales,



que les permiten cuestionar permanentemente las normas y valores instituidos para encontrar nuevos sentidos al mundo social. Este grupo de población no vive atado a las significaciones imaginarias instituidas por la cosmovisión de los adultos, se apropian de ellas pero para darles otros *sentidos*, *i.e.*, toma conciencia de sus sentidos para diferenciarse de ellos, y en este caso las imágenes audiovisuales juegan un papel significativo.

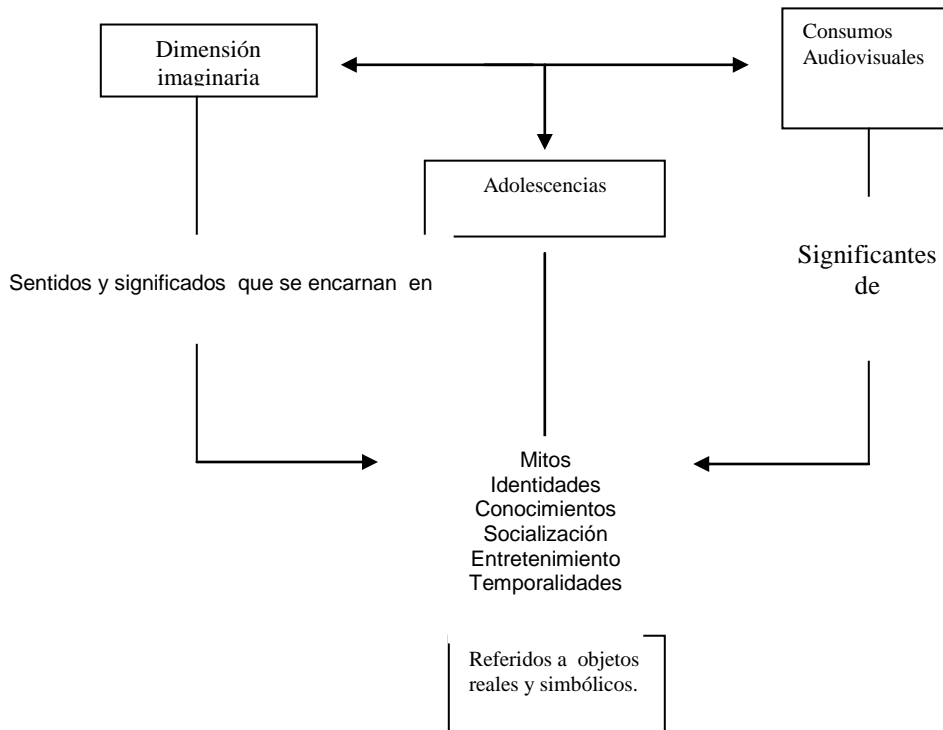
La pregunta de investigación también se formuló considerando que *a priori* no se puede establecer cómo el consumo audiovisual instituye un tipo específico de significaciones imaginarias en estos adolescentes. La finalidad era escapar a todo determinismo; por eso el objetivo de escuchar sus voces y que fueran ellos quienes sancionaran la institución de estas significaciones, que no pueden ser iguales a los otros grupos sociales. Es pertinente aclarar que el consumo audiovisual no es totalmente irreflexivo en ellos, porque en mi opinión también existe un consumo reflexivo y precisamente estas dos formas de uso explican el sentido y las significaciones que le dan a la realidad social<sup>35</sup>, que permiten por otra parte, la reactualización de algunos mitos prevaletentes en nuestra sociedad. Esta pregunta permitió también conocer con qué frecuencia consumen las imágenes audiovisuales, dónde lo hacen, y comprobar algunas diferencias considerando el género. Finalmente fue importante tomar en cuenta el contexto donde se ubican los adolescentes, sujetos de la investigación.

Los conceptos teóricos que contiene la formulación de esta pregunta se observan en el siguiente esquema:

---

<sup>35</sup> Es una idea que retomo de la argumentación de Castoriadis, C (1998a), al plantear que toda sociedad se crea por elementos reflexivos y espontáneos, los cuales les permiten darle sentido a su vida, a sus rituales, a la muerte, *i.e.*, a todo aquello que para sus integrantes tiene un significado.

*Esquema No 2 Conceptos teóricos*



La pregunta básica llevó a la formulación de otra serie de interrogantes, las cuales conforme avancé en el trabajo se fueron precisando con la finalidad de responder de manera clara a los resultados obtenidos.

De manera específica: ¿qué mitos se logran reactualizar a partir de los consumos audiovisuales?

¿Cuáles medios audiovisuales consumen las adolescencias de secundaria en el contexto urbano? ¿Se presentan diferencias considerando su origen socioeconómico?

Por otra parte, ¿existen diferencias de género, en estos grupos que expliquen formas diferentes de valorar los consumos audiovisuales?

## Hipótesis

Las hipótesis se conciben como guías -base heurística- para delimitar el modo de comprensión en un estudio, al recurrir a la reconstrucción imaginativa para dar cuenta de los resultados en una investigación con perspectiva holística y reflexiva (Mink, J.S. citado por Ricouer, P. 2001). En otro sentido, para Ragin, Ch. (2007), es una conjetura razonada de lo que se espera encontrar en conjunto de pruebas empíricas. Sin embargo, una vez analizadas dichas pruebas nos pueden llevar a la reformulación de las hipótesis o bien a plantear otras. Siguiendo sus argumentos lo que se puede constatar es la utilidad que tienen en una investigación, y que desde mi perspectiva al definirse, en un estudio como éste, no tienen un carácter fijo, las podemos considerar más bien como semifijas, porque se van modificando conforme se interpretan los datos que se encuentran y se analizan a la luz de la teoría. A partir de la pregunta principal de investigación y del núcleo de interrogantes derivadas de la misma, y una vez concluido el trabajo interpretativo, se formularon las siguientes hipótesis:

Una primera hipótesis se formula de la siguiente manera:

*Lo imaginario constituye una categoría que ayuda a comprender los diversos sentidos y significados que tiene, para los adolescentes de escuelas secundarias urbanas, vivir en un contexto donde los medios audiovisuales están todas partes, es decir lo imaginario juega un rol fundante para interpretar cómo este grupo de estudiantes inventan sus mundos y los sentidos mutantes que crean a su alrededor. Argumento: lo imaginario simboliza invención, creación permanente, transformación (Castoriadis, C. 1998a), por tanto, para intentar conocer el mundo de los adolescentes, debemos adentrarnos en las diversas valoraciones que ellos construyen sobre su realidad actual, y la dinámica imaginaria es una dimensión que puede ayudar en esta tarea, porque permite escapar a toda perspectiva determinista de lo que significa el mundo de las adolescencias.*

Una segunda hipótesis se formula de la siguiente manera:

*De manera específica en las adolescencias urbanas se instituyen imaginarios alrededor de los medios audiovisuales como formas particulares de valorar la búsqueda del conocimiento, la construcción de identidades, formas de socialización, el sentido del tiempo, cosmovisión de la realidad, modos de entretenerse y reactualización de algunos mitos merced a su consumos.* Argumento: Como grupo social singular, las adolescencias tienen formas originales de pensar y valorar factores que nos ayudan a conocer quiénes son, sobre todo cuando sus preocupaciones giran en aspectos que marcan los sentidos de sus mundos, y donde el consumo audiovisual constituye una significación imaginaria comprensiva de su indeterminación.

Una tercera hipótesis se formula de la siguiente manera:

*Las posibles diferencias existentes en la institución de los imaginarios, alrededor del consumo audiovisual, entre adolescentes urbanos se pueden explicar por un factor importante como es el género.* Argumento: Las diferencias de género constituyen un factor importante para explicar por qué las adolescencias tienen en ocasiones formas diferentes de acercarse al consumo audiovisual. Por tanto, esto hace que los imaginarios que se instituyen alrededor de la cultura audiovisual tengan la cuestión del género como uno de los ejes explicativos.

Cuarta y última hipótesis:

*La inscripción social no es una variable determinante para explicar las diferencias de los consumos audiovisuales en las adolescencias de contextos urbanos.* Argumento: La cultura audiovisual se encuentra en todas partes, al menos en las grandes zonas urbanas, por esta razón se comprende por qué nuestras adolescencias ya en sus casas o fuera de ellas se encuentran con estos medios, sin importar la inscripción social.

### III. CHAVOS A LA VISTA

En este capítulo presento una mirada a la discusión sobre los adolescentes siguiendo tres ejes de reflexión: (1) el primero aborda elementos que justifican el uso y la aceptación del término adolescencias. Intento demostrar la pertinencia del concepto, basándome precisamente en su convencionalidad, (2) un segundo aspecto trata la discusión que existe en la actualidad sobre este grupo de personas, reconociendo que dada la multivalencia de los adolescentes, cualquier ángulo resulta interesante, y desde luego una sola perspectiva no agota el razonamiento sobre ellos, (3) el tercer eje aborda cifras que manejan diferentes fuentes gubernamentales, donde se presentan datos que informan de qué manera los adolescentes se relacionan con los diferentes medios audiovisuales en nuestro contexto. Los dos últimos ejes tiene el propósito de cumplir lo que en la investigación se llama el estado de la cuestión.

#### **3.1 Las adolescencias: un concepto heraclíteo**

Una mirada problemática sobre las adolescencias. El acercamiento a las adolescencias implica la precisión del término<sup>36</sup> con el fin de comprender quiénes son. Esto tiene como propósito dar cuenta que encierran, o como dice Adorno, T. (1976), cuál es el contenido de un concepto al desbordar lo particular y toda abstracción para entrar en una idea que nos ubica en su dimensión plural. ¿Por qué plural? porque en palabras de Serra, S. (2003), no se puede hacer abstracción de las diferencias y de los distintos modos de habitar y vivir las adolescencias, sin considerar que cada joven tiene su propia historia. Además, al hacer referencia a la pluralidad aceptamos que dentro del grupo de adolescencias

---

<sup>36</sup> Desde el punto de vista terminológico el vocablo “adolescencia” deriva de *adolescens*, participio presente del verbo latino *adolescere*, que significa pasar de la niñez a la madurez, por tanto el término adolescencia indica un cambio. Véase Cervera V. (Dir.). (1974). Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales Vol. I, Madrid: E. Aguilar.

se mueven las singularidades con todas sus significaciones y contradicciones culturales. Por estas razones, mi propuesta de verlas como un concepto problemático con distintas posibilidades de acercamiento, sin perder de vista dónde y con quiénes se encuentran al momento de hacerlo. Una primera línea de análisis que planteo es verlas como rupturas, ¿qué significa esto? Quiere decir que: (1) interpelan la organización regulada que tiene el mundo adulto y, (2) por otra parte, disuelven el ciclo vital previo. Para mí estas características son experiencias que simbolizan afectividad, *i.e.*, se mueven entre emociones y pasiones: aman y odian al mismo tiempo, rechazan y aceptan, buscan ser libres y de repente son dependientes; todo lo viven a su modo, por eso señalo que son originariamente problemáticos.

Desde estas consideraciones, las adolescencias<sup>37</sup> constituyen un término que comprende a las personas en un proceso vital. Esto me lleva a pensarlas temporalmente, en un tiempo que retrata un ciclo de vida, ¿cómo es esto? De forma más clara, es pertinente verlas como un tránsito, como algo que pasa, pero no desde una perspectiva lineal, sino más bien como una alteridad que refrenda su carácter. Y el carácter es, como dice González J. (2002), ese *modo de ser*, de *estar* en el mundo, que dispone a las personas ante su realidad. Esto lo vinculo con los orígenes del vocablo, porque el significado se refiere a un moverse de la niñez a la adultez; *i.e.*, de una etapa de la vida se pretende pasar a otra y esa alteridad, que vive cuestionándonos todos los días, es justamente lo que llamo adolescencias.

Esto me coloca en un supuesto básico: hay dos etapas de la vida, (a) se deja una y (b) se pretende llegar a otra. Los adolescentes, luego entonces, son personas con un sello cultural de *ser y no ser*, *tienen y no tienen* determinadas características que la sociedad clasifica en otras personas, y con esta clasificación nos remitimos a sus biografías. Esto me lleva a precisar que sus significaciones

---

<sup>37</sup> Con estas aclaraciones no dejo de lado que en ocasiones por cuestiones gramaticales usaré el término en singular, con las reservas del caso.

éticas y estéticas, e.g., están configuradas por estilos de vida propias que han establecido a partir de rompimientos con el modelo cultural adulto. Por eso presentan una cosmovisión particular, donde se distinguen principios y valores, los cuales les sirven de criterios, por un lado, para la crítica del mundo adulto y, por el otro, para legitimar el suyo.

¿Por qué otras razones se vuelve problemático el ser adolescentes? Esta edad constituye un proceso de tempestad, de cuestionamiento y discontinuidad del modelo sociocultural instituido, es una forma diferente de mirar las cosas. Dichas razones son un eje explicativo más, de por qué están en el posicionamiento de resignificar el mundo social, pero que ayuda también a descubrir por qué la racionalidad de la sociedad es cuestionada con mayor severidad por ellos (Duschatzky, S. 2003). El vínculo con la sociedad les plantea varios retos, dualidades que a veces no saben cómo resolver, como lo testimonia Erdheim, M.<sup>38</sup> Su postura se relaciona con mi argumento, en el sentido que los procesos de adolescencia se mueven entre tensiones y problemas al momento de relacionarse con el mundo social, entre las ambivalencias de la rebeldía y la dependencia. Un profesor de secundaria describe cómo viven los adolescentes estas situaciones:

Cuando cometen alguna falta o sufren algún problema entonces sí acuden con los profesores o alguna autoridad que los saque adelante, se sienten incapaces de resolverlos por sí mismos. Y esa es una contradicción que los distingue de los jóvenes, porque sí perciben su fragilidad y sus miedos. Y advierten que no son capaces de resolver algunos problemas y acuden en ayuda de la autoridad para que los ayude, misma que ellos no aceptaban, con las que estaban en pugna... (Entrevista, 2007, febrero 24)

Este hilo de reflexiones me ayuda a comprender que los marcos instituidos, alrededor de ellos, no pueden responder a un esquema lineal enmarcado en perspectivas simplistas y homogenizadoras. Los adolescentes, al ser resultado de las circunstancias culturales y sociales, son agentes problemáticos, por esta razón obligan dejar al margen visiones apriorísticas, estereotipadas y rígidas. El

---

<sup>38</sup> "...la adolescencia empuja al ser humano, por una parte, a cuestionar lo recibido por transmisión, a relativizar certezas y a buscar nuevas perspectivas; y, por otra parte, lo pone ante la tarea de no perderse y de preservar la continuidad" (Erdheim, M. 2003: 271).

planteamiento de Fize, M. (2001), permite establecer lo siguiente: en la vida de las personas *dejar de no ser para ser* es ya un problema; y este trance nos hace ver cuán problemática es la naturaleza del hombre como lo argumenta Laín, E. (1983). Y si en general el ser humano es problemático, lo es más el adolescente<sup>39</sup>. Esta conciencia que interroga, como dice Paz, O. (2004), lo obligan a preguntarse: ¿quién soy yo? y ¿por qué es difícil la convivencia con el adulto?

Difícil respuesta, pero descubro que el adolescente mantiene una visión de las cosas, tiene su propia intimidad donde se reconoce a sí mismo, intimidad que para las personas mayores resulta misteriosa, porque no sabemos qué dirección va a tomar en sus decisiones. Y sin embargo, el adolescente es esa persona que encontramos en cualquier espacio donde nos situemos, es un agente moral cada vez más visible mostrando toda su complejidad. Lo tenemos enfrente con sus imaginarios, con sus afectos, a veces radicalmente solo; pero recluso en su interioridad nos dice mucho de lo que es. Lo concibo como un yo que reflexiona y consume símbolos, tiene su propia vida o la vida va tejiendo la suya, la va llenando de contenidos según sus vivencias, nada le es dado, crea sus propios sentidos de pertenencia. Su biografía transcurre en un contexto histórico donde convive con pares, pero también están otros, que lo miran diferente. Por esta razón, sus preguntas se relacionan consigo mismo y con los Otros.

Me surge otra pregunta: ¿cómo hay que ver la vida de los adolescentes? Como procesos que se viven, y no terminan porque aparece o desaparece un rasgo. Sino como proyectos de un mundo en construcción y que de alguna manera se relacionarán con proyectos de vida posteriores. Por eso conviene mirarlos como construcciones problemáticas, no como un periodo único y esencialista; sino como

---

<sup>39</sup> Sobre esta condición la siguiente expresión de Paz lo constata: “Es cierto que apenas nacemos nos sentimos solos; pero niños y adultos pueden trascender su soledad y olvidarse de sí mismos a través de juego o trabajo. En cambio, el adolescente, vacilante entre la infancia y la juventud, queda suspenso un instante ante la infinita riqueza del mundo. El adolescente se asombra de ser. Y al pasmo sucede la reflexión: inclinado sobre el río de su conciencia se pregunta si ese rostro que aflora lentamente del fondo, deformado por el agua, es el suyo. La singularidad de ser –pura sensación- se transforma en problema y pregunta, en conciencia interrogante” ( Paz, O. 2004:11)



historias que cada uno de ellos escoge, vive y transita. Por esta causa no es un periodo sólido y claro, sino complejo, problemático y multidireccional donde se eligen caminos y se construyen formas de vida. Son agentes que dibujan su mundo de manera radical, porque cada quien lo hace a su manera y esto es, precisamente, algo que como sociedad conviene aprender con relación a ellos. Ser adolescentes no es sencillo desde su propia mirada, y sin embargo deben vivir este proceso, porque desde ahí construyen su futuro.

Concluyo este punto señalado que las adolescencias no se viven como un hecho neutro y exento de problemas, contrariamente es un proceso lleno de tensiones que se manifiesta, en conflictos internos, familiares y sociales alrededor de ellos. Esta multiplicidad de contrastes interiores que diariamente vivimos y escuchamos, constituyen el mejor testimonio de su condición humana, de su carácter heracliteo.

### **Las adolescencias: un término construido culturalmente**

Pero además de ser un concepto problemático, las adolescencias, también, son un término que obedece a cuestiones culturales. Es una construcción de la sociedad y su forma de hacerlo no implica responder a un modelo único. De esta manera las adolescencias deben entenderse como procesos y no como búsqueda de características, si es así podemos definir estereotipos, como lo he venido marcando, sin eficacia comprensiva, e.g., cuando se dice que son violentos, introvertidos, apáticos.

La sociedad ha venido llamando a este grupo de jóvenes como *adolescentes* a partir de sus propios referentes históricos y culturales. El imaginario alrededor de ellos es relativo a la cultura, por eso comparto la conveniencia de utilizar el término de *edad cultural* más que una alusión a la edad biológica. Por consiguiente no todos los conjuntos sociales se remiten a este proceso con los mismos sistemas clasificatorios para referirse a este grupo de población; en consecuencia son cuestión de interpretación y no de aquello que sólo se muestra. Feixa, C. (1996)

aclara que todo intento de división de las edades cambia con relación al tiempo y al espacio

Desde mi propio planteamiento la clasificación de las adolescencias no está exenta de la convencionalidad, ¿por qué? porque las posiciones que se llegan a definir con relación a ellas son arbitrarias, no se puede sostener una postura única en las diferentes sociedades.<sup>40</sup> Uno de los primeros estudios antropológicos así lo demuestra.<sup>41</sup> Precisamente, esta arbitrariedad en la clasificación de edades, lleva a sostener, desde mi punto de vista, a algunos estudiosos el argumento de no utilizar el término *adolescencias*, desde su perspectiva lo correcto es hablar de jóvenes.

Mi posición sobre este punto es que efectivamente los adolescentes son jóvenes, pero es una *juventud acotada* a ciertas características culturales y sociales que se diferencia de otras formas de juventud. Por tanto, al tener particularidades afectivas, corporales, éticas y estéticas singulares compartidas, se hablaría de un grupo de jóvenes que simbolizan una connotación específica y precisamente para ellos, y sólo para ellos, se ha construido el término de *adolescencias*. Pero recurro al argumento de que el significado de un término viene dado por los usos del lenguaje, y me apoyo en el segundo Wittgenstein, para sostenerlo: “El significado de una palabra es su uso en el lenguaje” (1999:61), *i.e.*, si usamos esta noción, entonces no tenemos porque negar su aceptación tal y como lo establece su uso cotidiano, porque existe un grupo social al que podemos señalar como adolescentes: “Y el significado de un nombre se explica a veces señalando a su portador” (p.61), nos sigue diciendo el filósofo alemán. Y así, en nuestro contexto, el término lo usan los padres de familia, profesores y los propios muchachos.

---

<sup>40</sup> En este sentido cabe tomar en cuenta las argumentaciones de Bourdieu, P. en el sentido que las divisiones entre las edades son arbitrarias y que los límites entre cada edad son una forma de poner cierto orden, donde cada quien ocupa un lugar dentro de la sociedad. V. Bourdieu, P. (1984/1990) Sociología y cultura. México: Ed. Grijalbo

<sup>41</sup> Como sabemos el estudio clásico de Margaret Mead es con adolescentes samoanos y da cuenta cómo se vive este proceso en ellos, además descubre que la adolescencia no se convierte en un proceso tan difícil como es valorada en las sociedades occidentales. V. Mead, M. (1928/1961) Adolescencia, sexo y cultura. Barcelona: Ed. Laia.

Entonces viene la siguiente cuestión: ¿Cuál sería el argumento para no aceptar este concepto?

El siguiente relato de Javier, un *chavo* de 15 años que cursa la secundaria, ilustra cómo existe un uso cotidiano del concepto:

Ya no somos niños porque ya tengo más responsabilidades y no tantas como si fuera joven, por nuestra edad y porque estamos en una etapa de adaptación, y nos ponen límites, nos ponen límites por los valores, costumbres y por las leyes [...] cuando nos dan permiso la responsabilidad también es de los padres [...] En la escuela algunos profesores nos ven como adolescentes y otros nos ven como jóvenes adolescentes. Ya no podemos jugar con los juguetitos que nos gustaban y de repente tener que dejarlos porque ya tenemos otras responsabilidades. (Entrevista, 2007, febrero 14)

Con ese relato podemos descubrir, que no solo se saben y auto-perciben como adolescentes, sino que además participan del imaginario instituido por la sociedad. Pero también, sus profesores admiten particularidades diferentes a lo que se conoce como juventud. Analicemos las palabras del Profr. Anselmo:

Los estudiantes de secundaria son adolescentes, entiendo que la juventud es una etapa posterior a la adolescencia que comienza alrededor de los 18 años. Y la adolescencia empieza a mi entender entre los 11 y los 12 años precisamente cuando entran a la secundaria. Y son adolescentes porque llegan a tener conductas un tanto infantiles que arrastran de la infancia, creen mucho en las historias fantásticas que ven en los medios de comunicación, confunden realidad con fantasía, no toman la vida muy en serio, viven de sueños, expectativas, viven en medio de temores, inseguridad, se sienten frágiles ante el mundo y son más irresponsables[...]. (Entrevista, 2007, febrero 24)

Con relación a este punto de interés, la opinión del docente, es un juicio importante por su experiencia de trato con ellos. Su concepción es válida para poder comprender y confirmar el porqué cabe la aceptación de esta noción, al menos en nuestro medio.

Otro argumento a favor de la pertinencia del término es que, históricamente los grupos sociales han marcado esta etapa de la vida como algo fundamental en la vida de las culturas, como dice Erdheim, M. (2003): "Si el ser humano requiere de

instituciones como apoyo, entonces, tiene que remitirse a la historia debido al corte que la adolescencia significa en el curso de su vida” (p. 271). Esta afirmación permite explicar por qué las sociedades ya *frías* o *calientes*,<sup>42</sup> por valernos de los términos de Erdheim, M. van a recurrir a formas iniciáticas para dar cuenta del peso cultural y social que tiene llegar a esa edad y pasar al mundo de los mayores.

Por otra parte, a través de sus propias simbologías, las sociedades reconocen a las adolescencias, porque marcan en qué momento entran al mundo simbólico del adulto, reconociendo por un lado, el peso de esta edad en la cultura y, por otro, el significado de ese universo, en el cual, desde la mirada de las adolescencias, todo se permite. Para Castoriadis, C. (1998a), la sociedad ha instituido ceremonias de iniciación o bien de confirmación: “que marcan la entrada de una clase adolescente a la clase adulta, ceremonias que juegan un papel tan importante en la vida de las sociedades arcaicas, y de las cuales subsisten en las sociedades modernas unos restos nada desdeñables”. (p. 223). Eliade, M. (1999), también lo sustenta: “Es por medio de la iniciación cómo el adolescente se convierte en un ser socialmente responsable y despierto culturalmente”. (p.81). Sus posiciones son bastante ilustrativas, porque ayudan a sostener cómo, con estas ceremonias se da un desplazamiento ontológico del ser adolescente al ser adulto.

Estos procesos de iniciación tienen un significado prevaeciente en nuestros días, pero lo más interesante es que en cada contexto social los rituales responden a un imaginario distinto. Pero finalmente con esas ceremonias nos damos cuenta el sentido que tiene la adolescencia en la sociedad. En esta argumentación sigue siendo importante la perspectiva de Castoriadis, C. (1998a):

---

<sup>42</sup>Las sociedades *frías* en palabras de Erdheim M. son aquellas que basan su economía en las actividades primarias y el paso de los adolescentes a la vida adulta se da a través de los ritos de iniciación. En caso de las *sociedades calientes*, que son las sociedades dedicadas a las actividades secundarias y terciarias, los rituales de iniciación se relativizan y se vuelven obsoletas, surgiendo otras formas tal vez no sancionadas por el grupo social, como las pandillas, por ejemplo.

...debe otorgarse un certificado y, para el <<psiquismo>> del adolescente, esta etapa crucial de su madurez debe ir marcada por una fiesta o una prueba. Pero, alrededor de este núcleo [...] cristaliza una sedimentación de incontables reglas, actos, ritos, símbolos, en una palabra, de componentes llenos de elementos mágicos y más generalmente imaginarios... (p.224)

En nuestro contexto inmediato se han instituido ceremonias de iniciación para pasar del estado *impuro* al *puro*, constituye un modo de decirles a los adolescentes que ya entran al mundo del hombre o de la mujer adultos. Pero, también, en el fondo, hay un reconocimiento a este ciclo vital, aceptado por una gran mayoría. Por ejemplo, en nuestro contexto, la mujer con la fiesta de los 15 años tiene su certificado para poder ser madre. Con esta acción simbólicamente la familia *la entrega*, *la presenta* a la sociedad en medio de una ceremonia donde ella es el centro de la atención social. En el caso de los varones la iniciación es a los 18 años, para ellos en nuestro país, la credencial de elector<sup>43</sup> es el pase al mundo de los mayores<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Basta escuchar el anuncio del IFE que dice: mira Armando ya tengo mi credencial de elector, con ella **ya puedo** entrar a la disco,... con tu credencial de elector tienes el **poder** de ser escuchado, para que tu opinión también cuente. (anuncio escuchado en la W radio el 12 de enero de 2007)

<sup>44</sup> Ahora en este mundo del adulto ¿no se acaba la magia de los sueños del adolescente, cómo le sucedió a Jaime Cevallos, el personaje de la obra: "Las buenas conciencias" de Carlos Fuentes, que al darse cuenta que la adolescencia se queda atrás se quedan también las rebeliones, los sueños, los ideales?: "El muchacho descendió lentamente a escalera de piedra. No; no mentiría más. Renunciaba a todo. Pedía paz. "Ya nada tiene por qué preocuparme. Que los demás se ocupen de mí y se fastidien por mí y organicen mi vida". Se acercó a la puerta del bodegón donde había soñado, donde había leído sus libros de adolescente. [...]Quería despedirse del querido bodegón. [...] Escuchó el chillido esperado de Juan Manuel Lorenzo y salió a la bajada del Jardín Morelos. [...] ¿Sería la última vez que caminaran juntos por los callejones? [...] Recreó todas las ideas cambiadas con su amigo, cuando cada uno, en el centro de la adolescencia, se atrevía a afirmar sin dudas la fe y la decisión de llevar el pensamiento a la práctica. Dueño cada uno de un cuerpo nuevo, de una cabeza nueva que pensaba lo que nadie había pensado antes. Dueño, cada uno, de una nueva voluntad, capaz de transformar al mundo: soledad maravillosa, diferencia y separación maravillosas que hoy morían. [...]Me voy de Guanajuato Cevallos... me han ofrecido un trabajo mejor [...] Juan Manuel [...] Tenía tantas esperanzas de que creciéramos juntos. [...] ¿Seremos iguales de grandes? No amigo... Vamos por caminos distintos... ¿Para qué engañarnos?¿Por qué crecemos, Lorenzo, ¿Para qué? Ojalá siempre fuéramos niños [...] Voy hacer todo lo contrario de lo que quería-añadió Jaime-. Voy a entrar al orden. [...]Mira... te dejo mi dirección... en este papel... Adiós [...] Mientras Juan Manuel se alejaba Jaime se reclinó contra el muro azul del callejón. La adolescencia había terminado. [...] "No he tenido valor. No he podido ser lo que quería. [...] Me someto al orden, para no caer en la desesperación. Perdón Ezequiel; perdón Adelina; perdón Juan Manuel"

Ese boleto tiene toda una significación en su mente, porque ahora puede hacer lo que el adulto hace, ahora *ya sabe*; mágicamente la credencial es el pase para *todo*, se convierte en un símbolo que se teje de muchas formas en el imaginario de la sociedad y en el psiquismo del joven. Pero me llama la atención que estos procesos de iniciación siempre son vistos como acontecimientos sociales, nunca se dan en lo privado, se hacen públicos. Esta celebración abierta es una tradición observada en las *sociedades frías*.<sup>45</sup>

Pero, como señalé, esto ha sido así históricamente, cualquier marca nueva en el cuerpo era vista, y en muchos acaso lo sigue siendo, como el inicio de la adolescencia. Las marcas corporales en este ciclo vital tiene connotaciones muy particulares que hablan del arribo a la adolescencia; ya S. Freud y A. Freud<sup>46</sup> en sus diferentes estudios sobre la sexualidad y la pubertad caracterizaron los cambios que sufre el cuerpo del púber cuando aparece la maduración sexual. Estas razones los llevaron a manejar el concepto de pubertad, término psicológico que viene a ser equivalente al de adolescencia.

Desde estos argumentos cuando el niño o la niña dejan atrás la etapa de la inocencia, y se observan cambios en el cuerpo y en los afectos, turban y perturban el ambiente familiar y social. Como atinadamente dice Fize, M. (2001) el despertar del sexo asusta al mundo instituido del adulto. La sociedad se siente trastocada por la llegada de un adolescente que sin miramientos muestra su cuerpo y sus emociones, simboliza un pasado-presente que está ahí.<sup>47</sup> En mi opinión esta es la ambivalencia en la cual se mueve el imaginario de la sociedad con relación a los

---

<sup>45</sup> “La iniciación es siempre un acontecimiento social. Rara vez es el individuo aislado el que tiene que pasar por las ceremonias; por regla general se espera hasta que un número de muchachos y muchachas han alcanzado la edad prescrita” (Erdheim M. 2003: 261)

<sup>46</sup> Sobre el particular recomiendo acercarse a: Freud, S. “Obras completas” (1996) Trad. López Ballesteros y Torres. Madrid: Biblioteca Nueva. Y al texto de: A. Freud. “El yo y los mecanismos de defensa” de (1995) Trad. De Carcomo. México: Ed. Paidós.

<sup>47</sup> “En realidad, en nuestras sociedades occidentales, el paso de la infancia a la adolescencia es primero y antes que nada, el paso de un estado de reconocimiento y de valorización social a un estado de desconfianza y rechazo colectivo. En suma, es el paso del niño-rey enaltecido, adulado, al adolescente-criado que estorba desconcierta, inquieta, reivindica”. (Fize, M. 2001: 26)

adolescentes: por un lado se rechazan, pero por el otro cautivan, simbolizan lo espontáneo, la fuerza, la belleza que escapan al adulto.<sup>48</sup> El cuerpo es el modelo que representa el cambio del *no ser* al *ser*, y al relacionarse con lo profano despierta pasiones y acciones en el ser humano, a partir de él se crea el arte, la ciencia, las oposiciones: bueno-malo, feo-bello. Por eso, el cuerpo viene a ser uno de los principales mitos a través de los cuales la sociedad instituye imaginarios, y a través de él se da cuenta que tiene un adolescente en casa.

### **Las adolescencias están en la secundaria**

En nuestro medio, el uso del término adolescencias es algo común, sobre todo se aplica a los jóvenes que cursan precisamente un ciclo escolar: la secundaria, y con él se hace mención a una serie de prácticas conductuales y culturales asignadas a ese grupo de *muchachos*, generándose una imagen instituida sobre lo que son. La adolescencia, en este contexto particular, refirma mi hipótesis de que es una *imagen cultural* (Feixa, C. 1996; Esteinou, R. 2005), construida a partir de los estereotipos, significados y valores observados en los chicos de secundaria. Sin dejar de lado las cuestiones maduracionales biológicas y cognitivas, hago referencia a una serie de actitudes como son el reto a la autoridad, la forma de vestir, su lenguaje y el uso del tiempo. Así, la adolescencia, como parte de la juventud, es vista como un proceso, complejo, turbulento, inestable y difícil de manejar. Por estas razones el acercamiento por parte de los profesores y padres de familia con los adolescentes no es fácil:

...nosotros somos producto de generaciones diferentes y vemos las cosas diferentes, por lo tanto, ni el sexo, ni en la moda, la vemos igual, ellos se dejan influenciar por todos los programas de televisión que ven simplemente, ellos piensan que la cultura que observan en programas que vienen de Estados Unidos es igual para ellos aquí... por tanto eso choca, y se les explica y se les dice, tenemos una cultura una educación diferente, tenemos principios, tenemos unas

---

<sup>48</sup> Como ejemplo de estas reflexiones está la novela de Thomas Mann titulada "Muerte en Venecia" donde Tadzio, un adolescente cautiva por su belleza ingenua, tímida, abierta y espontánea a Aschenbach, hombre maduro de 50 años. La adolescencia del joven despierta en él temores, ensueños y pasados; la sonrisa del adolescente aplasta la energía del hombre maduro, interpela su vida, fascina por su despertar a la vida. El adolescente, en esta novela, simboliza, sin duda, el espejo de lo que el adulto ya no es.

formas de ver la vida, por tanto hay verdaderamente choques. (Entrevista a la directora de la Esc. Sec. No. 80, 2007, agosto 18)

Este comentario es útil para afirmar la institución de una serie de significaciones imaginarias que explican el mundo de los adolescentes, y hacen confirmar que básicamente son valores asignados a ellos y no a otros grupos de edades. Tienen su forma particular de regular los acontecimientos cotidianos que viven y le dan también, por ejemplo, a sus deberes una connotación temporal. Por esta razón sólo cumplen con la tarea *asignada* y el resto de su tiempo lo invierte en aquello que disfrutan; delimitan fácilmente lo que no *toca* y buscan escapar a compromisos escolares y familiares. En este sentido las adolescencias han aprendido a poner límites sobre su tiempo en la familia y en la escuela: ni una actividad más, ni un minuto extra para realizar una tarea o un compromiso que vaya, por un lado, en contra de su tiempo libre, y por el otro, que no surja de sus gustos. Esta defensa de su derecho a disfrutar su tiempo, se puede explicar por el valor que le asignan, por ello no está sujeto a negociación. Sin duda, el uso del tiempo libre se convierte en un factor explicativo para dar cuenta de los bienes culturales que consumen, elemento que, también, los caracteriza.

En este contexto, el adolescente se siente ubicado en un lugar diferente a sus padres y profesores, tiene su propio mundo interior, el cual se manifiesta en sus inclinaciones, interacciones, patrones lingüísticos, emociones y consumos culturales, esta interioridad aparece ante cualquier situación:

... para ellos no tiene nada de malo que se dejen crecer el pelo o se pongan trenzas, nada que ver el que se dejen caer el pantalón... no tiene nada que ver que muestren su cuerpo, porque para ellos son valores que no tienen la misma importancia para nosotros. A ellos les gusta la música y fíjese qué clase de música, la que toman modelos de otros países. (...) las películas que a ellos les gustan, son motivo de la relación que llevan con sus compañeros. (...) los jóvenes están ahorita muy preocupados en verse bien y sentir que son aceptados por los otros, la niña que no es aceptada, se preocupa porque no llama la atención, la mayoría quiere verse bien, sentirse a gusto, halagadas porque llaman la atención y les gustan a los muchachos. (Entrevista, 2006, agosto 18)



Con este punto de vista reafirmo que la adolescencia constituye una forma de ser joven, frente a otras, por esta razón el uso del término es algo cotidiano en nuestro medio social inmediato.

En otro orden de ideas, las adolescencias, intentan crear sus propias significaciones a través del mundo simbólico de la cultura, y a través de los productos culturales que consumen logran definir códigos y prácticas discursivas. Lo anterior es un indicador para explicar, también, que la construcción cultural de las adolescencias puede ser situada, desde la perspectiva de sus discursos. Estas afirmaciones se comparten con las opiniones de un profesor y una profesora, las cuales son sugestivas en este punto.

La Profa. Hilda dice:

Creo que los chicos en general son expresivos, en general tienden a buscar la simplicidad en sus lenguajes, buscan la uniformidad entre ellos, sus formas de hablar son comunes, utilizan 'el buey' cada que terminan en una frase, tiene un lenguaje uniforme, pocos se expresan de otra manera, el grupo los etiqueta como anormales si lo hacen, están fuera del grupo. Su lenguaje no es amplio, es más simple. [...] En cuanto a su ropa en las fiestas cuando no llevan uniforme, por lo general las chicas traen su tanga a la vista. Como que se identifican con eso. En los intercambios se hacen intercambios de tangas entre hombres y mujeres, lo ven natural en regalarse calzones. [...]. (Entrevista, 2007, marzo 24)

El Prof. Anselmo comenta:

El muchacho se rasca sus partes íntimas, sobre todo cuando ven que viene una mujer. Sin ningún pudor, es parte de su expresión, hay una intención. Las muchachas han aprendido a que es natural que ellos se rasquen, lo ven como una particularidad de ellos. Ellas muestran su abdomen, como algo inconsciente porque todas lo hacen. [...] Hoy en día en ambos sexos es común utilizar malas palabras, no se asustan ninguno de los dos. El acercamiento físico entre ellos es brusco, ellas se secretean de nariz a nariz. Entre ellas sí se vale que se dan besos entre mejillas. A veces los profesores no captamos su mensajes, hay cosas difícil de entender en sus mensajes. (Entrevista, 2007, marzo 24)

Estos puntos de vista de los profesores dan cuenta de unas prácticas discursivas y corporales compartidas por los adolescentes, a veces inconscientemente, pero que los diferencia también de las prácticas singulares de otros sectores de la población. Las opiniones de los profesores refuerzan mi tesis de que las formas de

hablar estructuran mecanismos de pertenencia a un grupo, por tanto, a través de ellas reconocemos, en cierta medida, que es posible hablar de discursos practicados sólo por ellos.

Por otra parte, la construcción de las adolescencias se explica por el *consumo de la cultura* que realizan en el contexto donde viven, *i.e.*, se apropian de lo ofrecido por el espacio cultural, aunque logran construir y sostener sus propios gustos y elecciones más allá de lo instituido. A continuación presento la opinión de un profesor para ilustrar las conductas de ellas y ellos en un salón de clases, punto de vista que me da elementos para hacer notar cómo buscan oponerse a lo instituido, y al mismo tiempo me permite afirmar que son actitudes derivadas de sus consumos audiovisuales:

Sus conductas tienden a imitar lo que ven en los videos, películas, los lenguajes que emplean son imitación de sus ídolos, de la televisión. Los valores que tienen son los valores que les inculcan la cultura de los medios. Por eso, [sigue diciendo el profesor Manuel] en cuanto a su aspecto personal, las mujeres tienden también a usar calzado unisex, enseñar las partes de su glúteos agacharse sin ningún recato, les vale, abrirse de piernas, ellas sienten que los modelos tienen que cambiar es algo nuevo que quieren aportar a su generación, esas dosis de rebeldía que ellas regalan a las generaciones futuras. (Entrevista, 2007, febrero 14)

Como se observa, las adolescencias manifiestan con inclinaciones, estilos de vida y gustos los bienes culturales que consumen, por eso encontramos cómo ciertas cosas que les agradan no puede gustarles a los jóvenes de 20 años; ¿por qué? la variación se explica precisamente porque son biografías diferentes y cada quien dentro de su situación discrimina los bienes culturales, y de acuerdo a su circunstancia les atribuye un valor que puede ser diferente o se puede compartir. Coincido en este sentido con el planteamiento de Bourdieu, P. (2003), cuando dice que cada grupo tiene prácticas de consumos culturales propios y los distinguen de otros grupos, pero al mismo tiempo les da una singularidad particular. En el caso de las adolescencias, las prácticas de consumo, a manera de hipótesis, pueden obedecer principalmente a la edad y no tanto al grupo social donde están inscritos. Esto es, las edades y el lugar de residencia donde viven las adolescencias pueden

explicar algunas de las alteraciones, otras se pueden comprender, tal vez, por la variable del género. Quiero subrayar finalmente que en su búsqueda instauran formas de ser con sus pares, y aunque parezca contradictorio, al mismo tiempo aspiran tener su propia identidad, el *aquí estoy* connota por un lado la manifestación de lo particular pero, por lo otro, es un posicionamiento ante los demás como lo subraya Gwinell, E. (1999).<sup>49</sup>

Los adolescentes se comprenden porque guardan relaciones comunes entre pares, hay símbolos instituyentes en sus interacciones, tienen gestos parecidos, claves lingüísticas de expresión similares, actúan con base en lo que interpretan y emiten juicios de tipo moral y estético, y aquí es donde considero la identificación entre iguales, asumen una mismidad, una dimensión simbólica característica del grupo. Se igualan porque, siguiendo con una idea de Olivé, L. (1994), comparten la comprensión e interpretación del mundo, que contempla formas de evaluar las acciones y las creencias de ellos mismos, pero también de los otros, de lo que hacen, y gustan, de sus deseos. Las adolescencias se identifican como un sector de población con una serie de imaginarios diferentes a los de otros grupos, encarnan significaciones en manifestaciones elocuentes que tienen sus propios códigos, oscilantes entre lo privado y lo público y desde ellos se afirman y se oponen.

En resumen a las adolescencias las veo desde dos perspectivas: (1) desde lo singular y (2) desde lo colectivo. Aclaro esto: entre más se retraen a lo íntimo, reafirman lo colectivo y entre más se identifican con sus pares más explican su subjetividad. Su singularidad tiene que ver con las experiencias surgidas del trato con sus pares, singularidad que busca reafirmar sus propias formas de ser adolescentes. Sin duda la escuela y la familia deberíamos entender más ese

---

<sup>49</sup> La siguiente cita de Gwinell, E. (1999), es aclaratoria al respecto: "En la adolescencia, muchos jóvenes creen que están obligados a ser <<normales>> o parecerse a los demás chicos. Esconden su verdadero yo a los demás, comparando meticulosamente sus propios sentimientos con los demás adolescentes, temiendo parecer <<diferentes>> aunque al mismo tiempo se esfuercen por ser únicos". (p. 34)

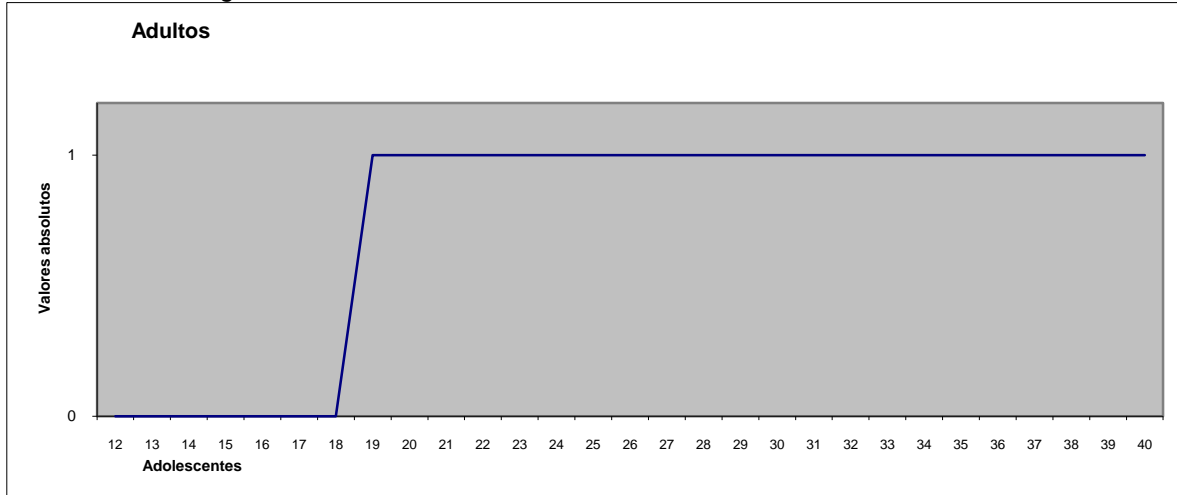
puente, porque si lo lográramos se permitiría una comprensión más integral de sus personas y un consenso más claro de las diferentes políticas públicas necesarias para impulsar y apoyar su desarrollo.

### **Cuasi adolescente cuasi adulto**

Sin embargo, en ocasiones sé es categórico al señalar dónde inicia y dónde termina la adolescencia, como expliqué en párrafos anteriores. Cada sociedad pretende indicar cuándo empieza y finaliza sin reconocer que esto no es tan absoluto, porque depende de cada persona. Cada adolescente marca su inicio y su fin, ¿en qué momento? no lo sabemos, pero sí puedo afirmar que en cada ser humano queda algo de la adolescencia. Gracias a esta consideración es difícil precisar cuándo quedó atrás. Se confirma de esta manera la idea de ser un proceso gradual que elimina los posicionamientos absolutos y categóricos.

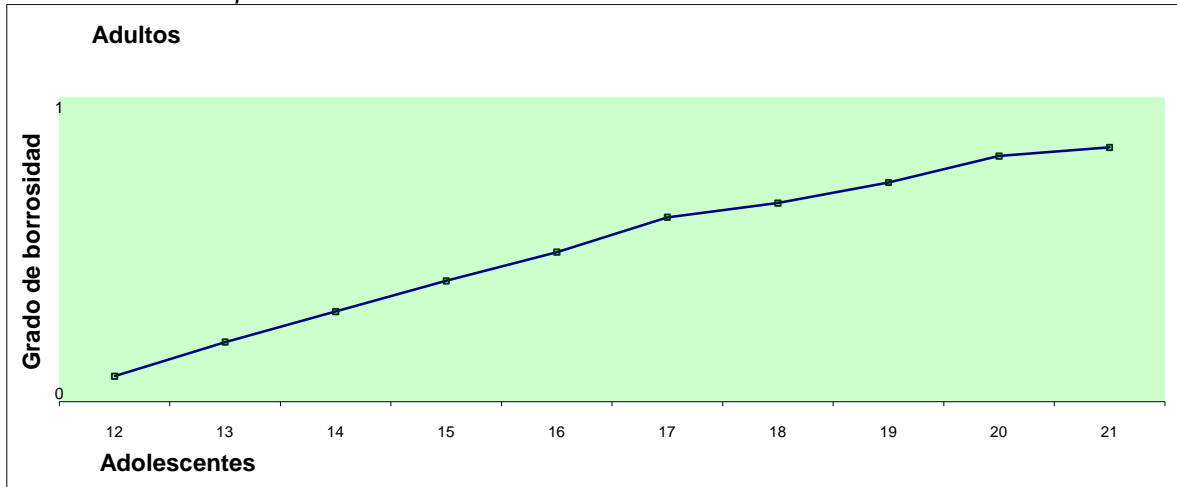
Para acabar con las categorías y los valores absolutos representados por las categorías binarias sobre las edades (V. gráfico No. 1) recorro a la lógica difusa (V. gráficos No. 2 y 3) como una alternativa para representar valores intermedios, y escapar a las demarcaciones rígidas entre las adolescencias y el mundo del adulto. La siguiente representación gráfica es precisamente para sostener el siguiente argumento: las edades son construcciones arbitrarias las cuales muchas veces obedecen a criterios que sin mayores razonamientos acepta la sociedad, a pesar de ser procesos donde no son claros los bordes.

Gráfica No.1 Categorías binarias de la edad



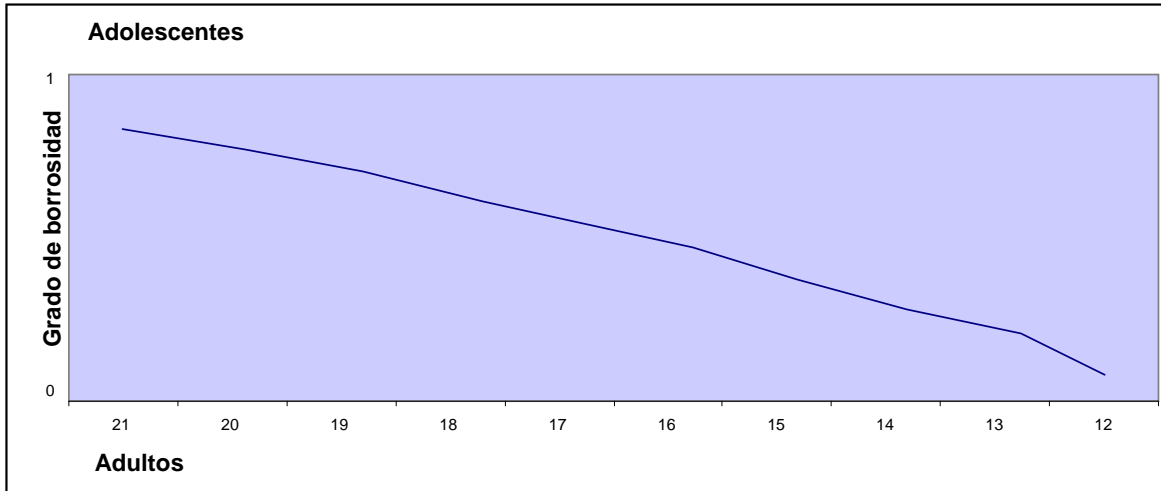
En una categoría binaria se representan los valores de la edad de manera absoluta, donde 0 es valor de los adolescentes y 1 el de adultos. En una sociedad donde estos valores son así, de polares y opuestos, se acepta que mientras no se tengan los 18 años no sé es adulto. Dichos valores dicotómicos no toman en cuenta que los procesos se transitan de manera diferente.

Gráfica No. 2 Comportamiento difuso de la edad



Desde mis argumentos, en el campo de la lógica difusa el tránsito de una edad a otra no se concibe como dos polos, porque se dan valores intermedios. El gráfico inmediato ilustra que no se pasa de un valor absoluto a otro. En la presente discusión una persona no es totalmente adolescente ni totalmente adulto. Es cuasi-adolescente y cuasi- adulto.

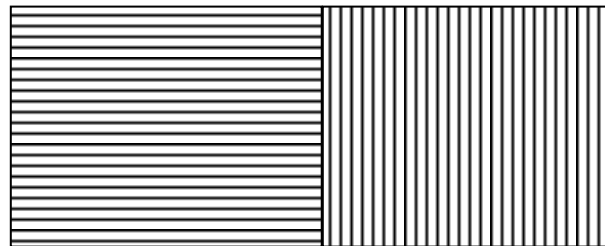
Gráfica No. 3 Borrosidad de la edad



En esta gráfica se han invertido los valores. Se ha colocado el límite superior adolescentes en el valor 1 para representar cómo se acerca a la edad adulta, de manera gradual.

La representación gráfica la hago, también, dentro del campo de la Teoría de Conjuntos.

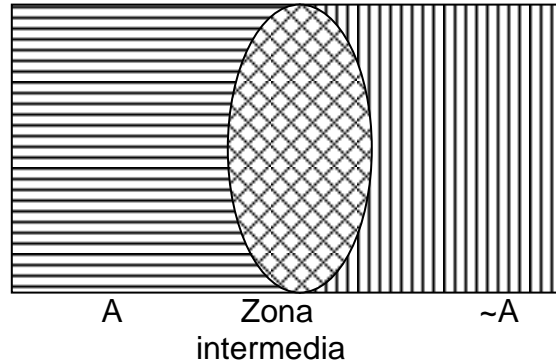
Gráfica No. 4 Representación dicotómica de la edad  
Conjuntos disjuntos



A= adulto  
~A= adolescente

Esta forma de representación de las edades es rígida

Gráfica No. 5 Conjuntos disjuntos



En la zona intermedia se deja de ser adolescente y se comienza a ser adulto. A y ~A se solapan.

La construcción de un concepto, como es el de adolescencias, rescata cierta constante, independientemente de las características singulares, cuidando de no caer en una postura determinista conducente a pensar que *todos los adolescentes son de esta manera* y no considere las concepciones que tienen de sí mismos y los marcos contextuales donde se ubican. Pero escapando también del modelo binario rígido que, en ocasiones, algunas clasificaciones pueden hacer. Sobre la adolescencias no *tout dit* porque están en continuo hacerse, están en *se faisant*, en un continuo constructo. Por eso, mi hipótesis de verlos como una construcción cultural a partir de lo que sabemos de ellas, sin llegar a una postura fija. Más bien debemos sostener una construcción contraria a la categoría de la determinación, la cual responde a la idea de que si no tienen ciertos atributos no sé es, porque agotaríamos la realidad a una sola forma de ser, estaríamos en una lógica ensídica<sup>50</sup> como lo sustenta Castoriadis, C. (2004.)

Finalmente, puedo argüir que la construcción cultural de las adolescencias es problemática y se puede sostener desde diferentes dimensiones, de alguna manera vislumbradas a lo largo de este apartado: (1) Teórica, sostenida por aquellos estudiosos que en sus investigaciones y publicaciones hacen referencia

<sup>50</sup> Con este término Castoriadis, C. pretende dar cuenta de una ontología determinista, apriorística que se opone a la pluralidad del Ser.

al término<sup>51</sup>. (2) Empírica, que se infiere a partir de lo que la misma sociedad construye para referirse a la categoría de adolescentes, en *stricto sensu* el término lo refieren a este grupo de agentes, porque los miran con una singularidad propia derivada principalmente de sus conductas y actitudes. (3) Sexual, desde este acercamiento los trabajos freudianos son un claro ejemplo,<sup>52</sup> porque precisamente en la adolescencia es donde se define la vida sexual, y las sociedades culturalmente han buscado respuestas para regular las relaciones que se deben dar a la maduración sexual. (4) Por último, desde las prácticas de los consumos audiovisuales. En este punto sostengo la hipótesis de que al nacer precisamente a principios de los noventa, cuando surge el dominio .com.mx, los adolescentes viven la era de la Internet, *ergo sum*, son generaciones consumidoras de las imágenes ofrecidas no sólo este medio, sino los diferentes *medios audiovisuales*.

### 3.2 Las adolescencias en los medios audiovisuales

Los debates sobre los chavos y sus problemática social y cultural se analizan desde varios ángulos, por un lado me resultan sugerentes los estudios que abordan (1) las *adolescencias vulnerables*, esto es aquellos grupos que la sociedad ha expulsado de lo que instituye como ser un adolescente y por esta razón viven expuestos a sufrir un daño, físico, social o emocional.<sup>53</sup> Por el otro, están los estudios sobre (2) *Adolescencias, ciudadanías y políticas*. Esta mirada acerca de los adolescentes, delibera la manera en cómo este grupo de población empieza a construir su proceso de su ciudadanía y la visión que tienen acerca del mundo de la política en sus diversas manifestaciones (v. Palencia, V. 2007). Pero,

---

<sup>51</sup> Como ejemplo de ello están los trabajos de: Erdheim, M. (2003), Muuss R.E. (1991), De Martín Rojo, E. (2006), Berga Timoneda, A. (2003), Donas, B. S. (2001), Mier y Terán y Rabell (2005), Umberto E. (2006); entre muchas otras publicaciones.

<sup>52</sup> Sobre el particular las obras de Freud donde aborda este tema son diversas y varias. Me remito en general a su obra, sin hacer un análisis específico en alguna de ellas, pero destacan: “Tres ensayos sobre una teoría sexual”, “El esclarecimiento sexual del niño” y “La moral sexual cultural” que aparecen en sus “Obras completas”. Op. cit. También están los estudios de Freud, A. Op. cit.

<sup>53</sup> La incorporación del término vulnerabilidad permite abarcar una gama de situaciones intermedias ya que la exclusión no es siempre total. Constituye un estadio intermedio entre pobreza y exclusión. Se puede estar excluido de los beneficios de la salud, pero estar incluido por ejemplo, en educación o trabajo aunque éste sea precario (Roldán, C.; 2001:133).



también, algunos estudios abordan los derechos que tienen como personas y reconocen la importancia de generar políticas públicas para las adolescencias, con el propósito de generar espacios de expresión de sus intereses y gustos. Estas dos perspectivas de estudio, resultan ser muy apropiadas en el contexto actual que vivimos; sin embargo, por el tipo de temática que abordo en la presente investigación no serán objeto de discusión en este trabajo.

(3) Un tercer debate acerca de las adolescencias está relacionado con las tecnologías tanto de la información y la comunicación (TIC), así como de los medios audiovisuales. En este aspecto las investigaciones arrojan que los procesos de comunicación desde finales del S. XX se han visto cuestionados por el peso de una mancuerna: lo visual y el audio. A través de estas imágenes se tiene la oportunidad de contar, describir y transmitir mensajes vía relato de iconos y símbolos sustituyendo las palabras; y a través de ruidos, gritos y música se logran efectos emocionales significativos en los adolescentes, como lo destaca Petit, C. (2004).

Pero a finales del S. XX la computadora es lo que más ha influido en la constitución de elementos simbólicos que caracterizan a la *generación del Internet* (Mass, G. 2005). Dos medios: la televisión y la Internet han demostrado su capacidad y su alcance para influir en la construcción de los imaginarios de la población expuesta a ellos. Y al ser los medios más recientes, al menos en nuestro país, son los jóvenes y adolescentes, quienes integran fácilmente lo visual y el audio a sus procesos mentales. Este grupo de población, como señala Petit, C. (2004), en tanto sujetos en construcción y formación se encuentran en un proceso abierto de intercambio con otros significantes, por estas razones su influencia en la construcción y resignificación de los aprendizajes en la escuela obligan a revisar el peso que tienen. El papel relator de las imágenes audiovisuales abre muchas posibilidades por las significaciones y efectos que despiertan en la persona receptora, y esa lógica precisamente puede conducir a

que los adolescentes descontextualicen los acontecimientos y la información narrada por la pantalla.

Las TIC, sostiene Zermeño, F. (2001), configuran, entre otras posibilidades, diferentes formas de comunicación entre las personas a través de las pantallas, y esto se constata en los jóvenes porque su comunicación no se agota teniendo enfrente al otro. Los medios audiovisuales les dan oportunidad de explorar otras formas de hacerlo, se está con Otros en la pantalla como estar con hermanos en casa o amigos en la escuela, compartiendo ideas, gestos y gustos; solo basta encender el equipo para estar conectados. Esto resulta atractivo para los adolescentes porque se borran las distancias, se acercan los espacios y los tiempos se hacen cortos. Zermeño, F. (2001), dice que las distancias se acortan y la comunicación se da por codificaciones electrónicas o digitales. A partir de estos planteamientos las TIC tienen una particularidad interesante: por un lado marcan la mismidad y por el otro la alteridad, dos ejes de una misma biografía que se va construyendo mediante la comunicación en las pantallas.

Pero debemos reconocer que en el caso de la Internet no todas las adolescencias tienen la capacidad económica para apropiarse de su producción. En el estudio de Mass, G. (2005) se observa cómo las condiciones socioeconómicas constituyen una variable importante para determinar su uso, siendo los grupos de clase baja quienes no tienen acceso a la computadora como una práctica común, a pesar de haber nacido en *la generación de la Internet*. Esta variable se puede asociar con el lugar donde habitan los adolescentes y jóvenes. Son los habitantes de las ciudades medianas y grandes quienes encuentran más oportunidades de hacerlo, quedando en desventaja las ciudades pequeñas y los núcleos de comunidades rurales. Sin embargo, esto no deja de lado que los jóvenes con menor capacidad económica y los que habitan poblaciones más pequeñas desconozcan su oferta, y como dice Castells, M. (2000), pronto su penetración y consumo se vean incrementados conforme pasen los años, ya sea porque se abaraten los insumos o bien se pueden dar acciones gubernamentales que lo provoquen como el caso

de e-México, programa que tiene como propósito llevar el uso y manejo de la computadora en comunidades rurales.

El medio mejor posicionado es la televisión. En la actualidad, ofrece posibilidades de acceso para la gran mayoría de jóvenes independientemente del lugar donde radican y de su condición social, esto lo infiero porque el 95.5 % de la población del país es consumidora de la televisión (INEGI, 2005). La televisión sigue siendo la gran estrella, al menos en la mayoría de adolescentes de nuestro contexto (ENJ 2005).

### **3.3 Conectados a la tecnología en números**

Para comprender mejor el consumo de los medios me parece conveniente acercarme a los números que en este punto manejan algunos organismos oficiales.

*Computadora e Internet*<sup>54</sup>. El porcentaje de hogares conectado a la Internet en México es del 8.9 %. Esta cifra es prácticamente la mitad del número de hogares que cuentan con la computadora cuyo dato es de 18.4%. Lo anterior se explica porque el servicio de Internet implica un pago extra mensual y, como lo manifiestan los encuestados por INEGI, no se tienen los recursos para ello. Sin embargo, si se carece del servicio en el hogar las personas hacen uso del mismo en otros espacios como son los ciber-café y las bibliotecas. Sobre quiénes son los usuarios de la computadora y de la Internet, las cifras de la encuesta aplicada por el Instituto, en el 2005, indican que el 28.5 de cada cien, de la población de seis años en adelante, utilizan la computadora y de ellos el 17.7% son usuarios de la Internet. Es importante mencionar la existencia de consumos diferentes, porque hay personas que hacen uso del servicio todos los días y otras, por ejemplo, sólo

---

<sup>54</sup> Los datos del número de hogares que tienen televisor y que están conectados a Internet, así como de las cifras de personas que hacen uso del servicio se obtuvieron de la Encuesta sobre disponibilidad y el uso de las tecnologías de Información INEGI (2005). Formato electrónico: [http://www.gob.mx/pord\\_serv/contenidos/español/catalogo](http://www.gob.mx/pord_serv/contenidos/español/catalogo)

una vez a la semana. Con relación al consumo de la computadora, entre hombres y mujeres, se observa que el género femenino alcanza un porcentaje del 47.8 y el masculino del 52.2 por cada cien personas encuestadas de la población usaria, como se observa no hay diferencias significativas.

Me parece oportuno hacer el desglose por grupos de edad para ejemplificar quiénes son los usuarios más frecuentes de la computadora:

*Cuadro No. 7 Usuarios de computadora por grupos de edad*

Grupos de edad	+ de 35 años	De 25 a 34 años	De 18 a 24 años	De 12 a 17 años	De 6 a 11 años
Porcentajes	19.9	16.2	21.0	29.6	13.2

FUENTE: INEGI, 2005. Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares.

En cuanto al lugar donde las personas acceden a las computadoras tenemos que el 40.8 de cada cien usuarios lo hace en su casa; el 30.8% en la escuela y el 27 % lo hace en otros espacios públicos donde se brinda el servicio. Es importante aclarar para qué utilizan la computadora, estos usuarios: seis de cada 100, del grupo de consumidores, lo utilizan en actividades relacionadas con la escuela, el 34.1% en tareas laborales; 30.3% en actividades de entretenimiento; un 21.1% para comunicación y sólo el 2.1% manifiesta utilizarla en otro tipo de actividades.

Con relación al consumo de la Internet, (v. siguiente cuadro), el 50.7% de los encuestados, por INEGI, mencionan que la conexión la realizan de 1 a 3 días por semana; dos de cada cien lo hacen de cuatro a seis días y el 16% lo hacen diariamente. El resto de la población lo hace de manera esporádica. De los estudiantes que asisten a la secundaria sólo el 41.9% se conectan a la Internet, el resto, esto es el 58.1% manifiesta no ser usuario del servicio. En cuanto al género la conexión a Internet por las usuarios tienen un comportamiento<sup>55</sup> similar con relación al uso de la computadora: el 52.9% de varones se conecta y el 47.% de las mujeres también.

<sup>55</sup> Véase Consejo Nacional para la Ciencias y las Artes (CONACULTA). 2005 Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales.

Cuadro No. 8 Grupos de edad que más navegan en la Internet  
12 a 17 años 18 A 24 años 25 A 34 años Resto de la población

27.6%                  26.2%                  18.3%                  27.9%

---

FUENTE. INEGI 2005. Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la Información en los hogares.

Con respecto a los sitios donde generalmente hacen uso de la Internet, los lugares mencionados con mayor frecuencia son los espacios públicos con un 42.9%. Si bien la encuesta no lo menciona deduzco que, por los comportamientos observados en nuestro contexto, pueden ser los ciber café. En un segundo orden de preferencia para hacer uso de esta herramienta, está el hogar con un 31.7% y la escuela sólo la mencionan el 13.8% de los encuestados. Es importante saber para qué usan la Internet, y en este indicador descubro que las personas lo hacen para conseguir información general, en esta caso están el 61.3% de las personas.

### **Entrada gratis**

La televisión es el medio audiovisual de mayor consumo a nivel nacional, así lo indican los datos (1) del INEGI (2005) y (2) de CONACULTA (2004). En ambas encuestas se observa que entre el 92.7 y el 95.5 por ciento del total de los hogares del país es consumidor de los productos televisivos. En el caso de los adolescentes de 15 a 17 años, según (2) la encuesta, 97 de cada cien ven la televisión. De acuerdo a ENJ 2005 el 99.5% de los jóvenes de 15 a 19 años son asiduos espectadores de este medio. El número de horas que permanecen ante el televisor tiene variaciones: 32.9% está sentado cuatro horas o más; 50% entre dos y cuatro horas; menos de dos horas el 14.2%.

### **Subirle al volumen**

Con relación a la música la encuesta de CONACULTA (2005) muestra que el 78.9 de cada cien personas con edades de 15 años y más acostumbran a escuchar música grabada; siendo el grupo de personas jóvenes menores de 30 años

quienes realizan el mayor consumo y de éstos la población con estudios de secundaria son los usuarios más frecuentes. El 88.3% de los adolescentes entre 15 y 17 años son consumidores de la música grabada.

Con referencia al tiempo invertido por este grupo de edad observo que cinco de cada cien le dedican de dos a cuatro horas, y el 27% entre una y dos horas y sólo el 11.8% invierte más de cuatro horas diarias. En otro dato el 78.9 de cada cien, prefieren escuchar música en español y sólo el 6.8% en otro idioma. El trabajo realizado arroja, también, que de las tres ciudades más pobladas del país, Guadalajara es la ciudad donde la población presenta los índices más bajos de personas que escuchan música. Uno de los indicadores que establecen las diferencias en el consumo de la música grabada, como ya se planteó, es la edad, el otro es la escolaridad, porque son las personas con niveles más altos los mayores consumidores. Estas cifras vienen a probar la tesis de Bourdieu, P. trabajada en el apartado III.

### **Versión videojuegos**

El videojuego se observa como una práctica propia de los adolescentes, esta parece ser la percepción de la población adulta. Dicha percepción se confirma en la encuesta (CONACULTA 2005), porque cinco jóvenes de cada diez con edades de 15 a 17 años constituyen el mayor número de consumidores; le siguen los jóvenes con edades de 18 a 22 años con un 18.9%. Por otra parte, el 91.5% de los adolescentes varones entre 12 y 14 años de la ZMG manifiesta tener en sus casas consola de juegos de video y el 66.7% de las mujeres también (ENJ, 2005). En cuanto a la escolaridad la población estudiantil de secundaria y la universidad tiene un comportamiento similar en el consumo: 14% en ambos casos. Resulta significativa la diferencia con relación al género porque el 17.8% de hombres lo consume y sólo el 7.8% de mujeres.

Siguiendo la ENJ (2005) los adolescentes de la ZMG entre 12 a 14 años tienen en sus casas los siguientes aparatos con los que juegan o se distraen:

*Cuadro No. 9 Aparatos en casas de adolescentes*

Preferencia de actividades para divertirse en casa	Hombres	Mujeres
Computadoras	28.0%	25.5%
Internet	17.8%	17.8%
Mp3	29.8%	30.3%
Celular	34.2%	38.7%
DVD Portátil	28.2%	37.9%
Videojuegos	48.7%	26.1%
Maquinitas	5.4%	4.2%

FUENTE: Encuesta Nacional de la Juventud 2005.

### **La vida en las carteleras**

En los últimos años se ha incrementado la asistencia al cine por parte de los mexicanos, ya que ocho de cada diez personas acuden a ver películas, (v. encuesta CONACULTA, 2005). En el caso de los jóvenes de 15 a 17 el 81.7% manifiestan tener la oportunidad de hacerlo. Las personas con estudios de secundaria en adelante vienen a ser el porcentaje más alto de consumidores con relación al grupo de población con menor escolaridad. Sobre este punto no se dan diferencias significativas entre las personas con estudios de bachillerato y universidad con relación a los estudiantes de secundaria, en ambos grupos son ocho de cada cien los consumidores. En cuanto a la asistencia, son los estudiantes quienes en un 89.1% constituyen el grupo que asiste con mayor frecuencia a las salas de cine, seguidos con un 87. % por quienes trabajan.

### **Gustos y socialización de las adolescencias en la ZMG**

En la línea descriptiva que vengo trabajando, resulta interesante conocer las preferencias de las adolescencias por alguna de las siguientes actividades:

*Cuadro No. 10 Actividades de diversión fuera del hogar en adolescentes*

Preferencia de actividades para divertirse fuera de casa	Mujeres	Hombres
Cine	26.3%	28.6%
Conciertos	3.5%	1.4%
Act. Culturales	1.5%	0.4%
Bibliotecas	3.4%	4.7%
Ir a bailar	6.1%	1.8%
Fiestas	12.2%	6.0%
Bar, cantina, billares	0.0%	0.0%
Videojuegos	7.0%	43.9%
Reunión con amigos	68.2%	46.3%
Ir al parque	16.5%	21.9%
Hacer deporte	18.0%	31.8%
Ir de compras	23.3%	5.0%
Ir a la ciudad más cercana	1.5%	0.5%

FUENTE: Encuesta Nacional de la Juventud 2005. Grupo de edad: 12 a 14 años.

Con base en esos datos infiero que en algunas actividades se observan las diferencias entre los géneros: ellas prefieren ir al parque y ellos gustan de los videojuegos; ellos prefieren más las reuniones con los amigos y ellas privilegian el baile; a ellas les gusta más salir al campo que a ellos.



#### IV. UNA RECUPERACIÓN DEL ESTUDIO SOBRE LOS CONSUMOS AUDIOVISUALES

Los diferentes estudios realizados sobre consumos de los medios audiovisuales, constituyen un entramado importante para ofrecer una aproximación y conocer qué se dice sobre los gustos de los adolescentes, en este contexto donde es difícil escapar a su influencia, porque los medios están en cualquier espacio por donde transitan. La experiencia de cualquier persona está estructurada por su paso por los diferentes medios audiovisuales, tal vez en unas más que en otras, dependiendo de varios factores, como la edad, el género, la inscripción social y la escolaridad (Bourdieu, P. 2003); finalmente es difícil escapar al encanto que provocan.

Es evidente que los consumos audiovisuales son cada vez más diversos, conforme la tecnología avanza las posibilidades y las oportunidades de elegir entre un medio, ya sea X, Y o Z son más amplias y diversas, segmentando los gustos de los usuarios, porque ahora hay programas dirigidos a cada grupo de población, a tal grado que encontramos sectores caracterizados por ser consumidores de un determinado medio audiovisual que fabrica a su vez unas imágenes particulares.

Para facilitar el acercamiento al tema de los estudios sobre consumos audiovisuales, tarea compleja pero importante, me permito revisar de manera muy general qué dicen los estudiosos sobre este campo. El compromiso lo presento retomando por un lado (1) la discusión clásica sobre los consumos culturales. Abordo este punto porque desde mis propias conjeturas este núcleo de estudios constituye un antecedente de los *studies medias* y (2) por el otro, me acerco a los trabajos propiamente realizados en el debatible campo de los medios

audiovisuales. Esta mirada no agota la discusión, ni siquiera es el propósito de este capítulo, lo que pretendo es hacer una aproximación a este tipo de estudios para ubicar correctamente mi objeto de interés en esta tesis.

### **3.1 Los consumos culturales como marcas distintivas en las personas**

Para abordar el primer tema, es conveniente iniciar destacando la postura clásica de Bourdieu, P. (2003). Sus hipótesis de trabajo tienen mucho de actualidad, porque sitúa el consumo cultural como una categoría heurística para explicar socialmente cómo están determinadas las clases y los grupos, tal y como lo observa García, C. (1995). La importancia de esta perspectiva de análisis radica en argumentar que los consumos culturales son prácticas que obedecen a motivos de diferenciación y ayudan a las personas a distinguirse de otros miembros de la sociedad, pero al mismo tiempo confirmarse en ella. Esto significa que la inclinación por un producto determinado, responde una lógica de separarse de X y de identificarse con Y; eso nos coloca en una dimensión basada en el *ellos* y en el *nosotros* y. Sin embargo, desde esta consideración general los motivos en una elección no siempre serán los mismos, depende por tanto, de las condiciones de los agentes, pero en el fondo el supuesto que está presente, al momento de elegir un producto simbólico cultural determinado, es la distinción, (García, C.1995).<sup>56</sup>

Lo que expresa García, C., su idea de integración, por un lado, y distinción por el otro, es precisamente la tesis bourdieana, sostenida en el argumento que la elección por A o B conduce a dos asuntos: la identidad y la diferencia de un colectivo. Además el argumento de García confirma que los motivos al momento de elegir un producto son complejos y diversos, y si son complejos significa que los móviles del consumo cultural no se pueden reducir a un criterio, porque, son decisiones que ayudan a distinguir a un consumidor de otro, y esa diferencia crea

---

<sup>56</sup> Los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que hemos fijado culturalmente, para integrarnos con otros y para distinguirnos de ellos, para realizar deseos y para pensar nuestra situación en el mundo, para controlar el flujo errático de los deseos y darles constancia o seguridad en instituciones y ritos. (García, C. 1995: 53)

el sentido de pertenencia a un grupo: segmenta, por una parte, pero, por otra, une. Estos planteamientos son interesantes y ayudan a reflexionar que los motivos del consumo cultural no sólo constituyen un factor explicativo de cómo se separa un grupo de otro, sirven, también, como elementos de análisis para ver el porqué se unen determinados sectores por ejemplo, y remite, como ya lo expresé, a la dualidad *nosotros* y *el otro* relación que se explica por el tipo de apropiación de bienes culturales.

Estamos frente a una postura muy fecunda de análisis siguiendo la perspectiva de Bourdieu, porque los consumos culturales, compartiendo sus tesis, muestran adhesiones diversas, donde por ejemplo, la escolaridad y la inscripción social son factores decisivos, pero no los únicos, en *el gusto* por determinado bien. Pero además estos dos elementos hacen posible no solo la elección del bien sino también su comprensión. En el fondo, esto se debe precisamente al *habitus* categoría que explica por qué las personas tienen ciertas prácticas de consumo cultural (Bourdieu, P. 2003).

El *habitus*, ampliando lo anterior, tiene relación con la biografías de los consumidores culturales y constituye una estructura para dar cuenta de las prácticas y los significados que tienen para las personas determinados productos de la cultura. Desde este argumento las prácticas, *ergo sum*, no serían gratuitas, se integran al estilo de vida de los agentes, por tanto a través del *habitus* éstos se relacionan con cierto tipo de bienes simbólicos a través del gusto.<sup>57</sup>

El gusto es una fórmula que en cualquier análisis permite, siguiendo los argumentos del sociólogo francés, tener claridad sobre las preferencias por determinados productos de la cultura, pero a través de esa categoría se pueden

---

<sup>57</sup> “El gusto, propensión y aptitud para la apropiación (materialy/o simbólica) de una clase determinada de objetos o de prácticas enclasadadas y enclasantas, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas que se expresan, en la lógica específica de cada uno de los sub-espacios simbólicos mobiliario, vestidos, lenguaje o hexis corporal- la misma intención expresiva”. (Bourdieu, P. 2003:172)

explicar, también, las razones de por qué algunos bienes no son del gusto de algún sector determinado de la población. Precisamente el gusto por A y no por B permite el carácter distintivo entre un grupo y otro. Y al ser una fórmula, base del estilo de vida, dirige el sentido de las acciones de las personas expresadas en la apropiación de determinado bien cultural.

Bourdieu, P. (2003), afirma que las clases económicamente menos favorecidas y de menor escolaridad, están más propensas a desconocer los productos conocidos como *la alta cultura*. Pero aquí conviene hacer una observación, porque esto no es del todo definitivo; en ocasiones a pesar de no tener acceso a determinado bien cultural, condicionado por los dos factores señalados, los miembros de un grupo social reconocen cuáles productos son *mejores* socialmente hablando, y cuáles no, por ejemplo valoran mejor al teatro que al cine, y a éste mejor que la televisión. Esta situación también se da de manera inversa: un grupo con cierta escolaridad sabe si un bien cultural no merece ser consumido por él.

### **Los consumos audiovisuales en México**

La postura teórica de Bourdieu, P. permite situar los trabajos sobre consumos audiovisuales realizados en nuestro país. Estudios que han tomado como marco de referencia sus planteamientos teóricos y epistemológicos, así como las variables que entran en juego en los *studies media*. Algunos de ellos fueron investigaciones pioneras sobre los hábitos de consumo de la población sujeta a los estudios. Por ejemplo, en la investigación realizada en el DF, en 1992, sobre consumo de cine, los resultados arrojan que los gustos de los agentes se distinguen por sus niveles socioeconómico y educativo por un lado, pero también entra en juego un elemento más: la cuestión generacional, tal y como lo argumenta García, C. (1994).

En dichos resultados las personas con mayores niveles de escolaridad asisten en mayor medida a las salas cinematográficas, y también a ver *las mejores películas*,

confirmando las tesis de Bourdieu, P. Esta unidad de análisis se relaciona con la condición socioeconómica donde están inscritos los consumidores, porque la población más asidua pertenece principalmente a la clase media; pero la investigación refiere un dato interesante: el 71% no son jefes de familia. Esto último es un ingrediente, no detectado en las tesis de Bourdieu, y por su relevancia no se debe perder de vista. Por otra parte, el trabajo indica que la sala de elección, obedece también a la procedencia social de los consumidores. Además los entrevistados, de mayor escolaridad y origen socioeconómico más alto, prefieren los filmes por su valor artístico que por su propaganda comercial, y su preferencia por los filmes extranjeros, sobre los mexicanos, es evidente. Estos datos dejan entrever que el gusto por el cine se configura por situaciones un tanto complejas, a veces no agotadas en los estudios, como por ejemplo la soltería. Así, entran en juego una serie de factores que al conjugarse definen los gustos de los consumidores, pero también permite la distinción entre ellos.

En cuanto al consumo del video, (Holtz, D. 1994), los indicadores reflejan que los jóvenes de menor escolaridad de las clases bajas son los más propensos a consumir este tipo de medio, de manera particular prefieren los videos musicales, los cuales desde luego no responden al *gusto* de otros grupos sociales. Como se observa esos datos continúan en la misma línea explicativa: el consumo de los bienes simbólicos de la cultura se explica por indicadores vinculados con la clase social y el nivel de escolaridad. En este punto conviene agregar el elemento generacional, porque los jóvenes constituyen el mayor consumidor de este género. Esto se puede explicar porque es un medio que la industria cultural ha sabido dirigir de manera estratégica hacia ellos.

Con base en lo anterior se pueden hacer algunas inferencias: la ubicación geográfica unida al capital cultural y a los ingresos son determinantes para elegir un bien A, B o C. Pero es posible en un enfoque más amplio, considerar otras unidades de análisis como el estado civil, la disponibilidad de tiempo y la edad, porque finalmente son factores de apoyo para explicar las marcas distintivas en el

consumo cultural, y de manera particular en el consumo audiovisual. Pero en esto, también es posible tomar en cuenta otra serie de factores que entran en juego al momento de consumir determinado medio, por ejemplo quienes cuentan con recursos son capaces de invertir dinero y tiempo en el consumo de determinados bienes como exposiciones de pintura, visitar monumentos y adquirir una novela, por señalar algunos. Estos medios no despiertan el mismo interés en las personas que carecen de posibilidades económicas. A esta lógica se unen también los cambios observados en el consumo cultural.

Este análisis plantea otras perspectivas, porque en el caso los medios audiovisuales surgen otras variables, *e.g.*, el interés puede surgir por el tipo de medio audiovisual: hay casos en que un producto gusta cuando sólo se escucha, pero puede no agrandar al presenciar la imagen visual. En algunas ocasiones también depende del uso que se le quiera dar, *i. e.*, si es para diversión o para información. La regla puede ser: *yo lo quiero para...*, y eso puede ser, el motivo para consumir determinado medio. Desde esta perspectiva, Baudrillard, J. (2004), señala que hay una intención en el consumidor, y es una intención racionalizada porque responde a ciertos fines; cuando el agente elige lo hace porque obedece a un gusto, interés o finalidad.

No alejada de las tesis bourdianas, Corona, S. (2000), toma como sujetos de estudio a niños consumidores de la televisión. Estos trabajos parten desde la década de los ochenta porque, como la misma autora lo comenta, había interés por analizar la participación del receptor infantil, reconociendo sus posibles e inesperadas lecturas frente a los estudios de carácter funcionalista (p.97). Los niños son vistos como sujetos activos, y los descubrimientos del estudio llevan a sostener a la investigadora que cada niño descifra a su modo el mensaje televisivo. Ella lo expone de esta manera: “Pero su “modo” no es gratuito. Depende de un esquema de interpretación y valoración que posee y ha adquirido según su *habitus* de clase” (p.100). El supuesto que está detrás en su argumentación es que los programas de la televisión dan cuenta dónde están ubicados el niño o la niña receptores; al señalar dónde se ubican es referirse a su

condición de clase, su medio geográfico y su capital cultural. Aquí también es claro que la autora recurre a Bourdieu para sostener sus argumentos.

Con enfoque un tanto *reproduccionista*, aunque sin salirse del paradigma de Bourdieu, está el trabajo de Acosta y Cano (1980), los cuales afirman que el consumo televisivo modifica el modo de vivir de los niños consumidores. El contexto geográfico es determinante en sus hallazgos, y son los niños de las clases medias y habitantes de las zonas urbanas quienes dedican más horas a la televisión, por tanto el impacto es más fuerte en los consumidores que dedican más tiempo frente a la pantalla. Aquí se observa la combinación de dos elementos: la situación geográfica y el tiempo disponible de los usuarios. Es conveniente agregar que en el caso de los niños urbanos el encierro se convierte en un indicador explicativo más del consumo, porque la televisión ha sustituido el juego en espacios abiertos. El estudio aclara que en los años ochenta, los programas de entretenimiento eran los más comunes en los canales de la televisión mexicana, este hecho, como observamos, no tiene mucha variación en la actualidad. El propósito del trabajo de Acosta y Cano, es conocer cómo la televisión influye en la visión del mundo y de sí mismos que tienen los niños consumidores, de acuerdo a la programación. De acuerdo a los resultados encontrados su tesis se ve confirmada, porque según los programas vistos son los valores que se intentan reforzar en quien los consume.

Por su parte, Nivón, E. (2000), señala que cuando el video y la televisión tomaron fuerza en el gusto de los consumidores, se empezó a observar la tendencia a preferir los productos simbólicos a domicilio. Esto explica el incremento, de manera importante, del consumo de cierto tipo de productos audiovisuales, porque son más fáciles de consumir ya que están en la intimidad del hogar. Tal es la cotidianidad de este consumo que cuando Nivón, E. entrevista a personas en la periferia de la ciudad de México, en un estudio realizado a fines de los noventa, el 95 % dice ser asiduo espectador de la televisión y el 58% acusa ver de manera permanente películas en video. Lo rescatable en este caso, es que las personas no lo consideran como una actividad relacionada con el tiempo libre. Según los

resultados, las personas con menos posibilidades de acceder a otros bienes simbólicos, como pueden ser el teatro y los museos, en estrecha correspondencia con sus niveles educativos y percepciones económicas son los más asiduos consumidores de la televisión y del video en casa. Como se infiere, a medida que se incorporan otros medios audiovisuales en el consumo, el interés por estos estudios se incrementa pero tomando en cuenta nuevas variables; sin embargo está presente la perspectiva de Bourdieu.

En el año 2000, Orozco, G. arguye la pertinencia de enfocar las investigaciones sobre recepción televisiva con otras perspectivas epistemológicas y metodológicas. Las razones de esta postura pueden ser trasladadas a cualquier consumo audiovisual. Reconoce que los estudios sobre la relación audiencia-medios deben aclarar las interacciones entre el espectador y la televisión por ejemplo, porque ahí es donde existen elementos de análisis y reflexión para tratar el peso de los medios audiovisuales en su vinculación con las audiencias. Esta mirada lleva a investigar cómo ese peso influye en el consumidor, pero no solamente cuando se está frente a él, sino también cómo impacta en los otros espacios donde se mueve. En este caso serían por ejemplo la escuela y el barrio donde habita. En esta perspectiva de Orozco, G. (2000), subyace el interés por descubrir cómo la apropiación de los mensajes de los medios audiovisuales son usados de manera cotidiana por los consumidores, y al pensar en eso es revisar cómo influyen en sus lenguajes, gustos y en las formas de socializarse.

Siguiendo esta propuesta de Orozco, Torres, P. (2007) presenta los resultados de un estudio sobre la recepción del público tapatío referido a la exhibición de películas mexicanas que en los últimos años han tenido una cobertura importante entre el público nacional y extranjero. El estudio cualitativo da cuenta cómo las audiencias resignifican el tratamiento de temas tabú: la religión, la doble moral, el sexo y la corrupción política, entre otras consideraciones. Los guiones retratan, incuestionablemente, el modelo de la sociedad mexicana, tal vez por esto el público reconsidere nuevamente su gusto hacia nuestra cinematografía. Para la



investigadora las imágenes fílmicas articulan significados y deseos de la audiencia. Como se observa el estudio va más allá de conocer quiénes son los consumidores, busca más bien ver a las personas cómo se perciben, se identifican o se niegan ante los modelos sociales que presenta el cine.

Pero los estudios sobre consumos audiovisuales también han intentado establecer el consumo de algunos medios como la televisión y la radio cruzándolos con otras variables como la música, por ejemplo. En este caso están los trabajos de Rodríguez, M. (2005), quien en una de sus investigaciones establece la relación que existe entre los género musicales preferidos por algunos jóvenes con las letras de las canciones y el mensaje de amor que les significa a los consumidores, de esta forma los géneros más gustados se relacionan con el discurso amoroso instituyendo el imaginario romántico.

### **Tele miro**

Pocos medios han alcanzado un alto impacto como la televisión. A pesar de ser un medio con una importante inversión de tiempo, su alto consumo sigue despertando el interés de muchos investigadores y de las propias empresas televisoras. Actualmente el interés por la teleaudiencia ha cobrado relevancia metodológica por la medición de los ratings. Estos estudios pretenden, entre otras cosas, dar cuenta de la conducta de las personas al ver la televisión. Estas investigaciones son altamente sofisticadas, desde el punto de vista metodológico, porque ya no se entrevista a las personas sobre qué y por qué ven algo en la televisión. La estrategia es consiste en instalar una microcomputadora llamada peoplemeter en las aparatos televisivos de un determinado número de hogares para rastrear lo que los integrantes de una familia están viendo cada vez que encienden el televisor y los cambios realizados de programación. Desde luego, para conectar el peoplemeter los miembros del hogar deben estar de acuerdo para que esto sea posible.

Como plantean Jara y Garnica, (2007), con el rating se pretende dar cuenta, más que la programación en sí misma, qué ven los espectadores y captar la atención de los televidentes. Los estudios a través del rating han podido definir una tipología en la audiencia. En ella se destaca aquel grupo considerado como fanáticos de un producto cultural. En este caso, los programas televisivos buscan alimentar una identidad, esto es, se busca "...alimentar el gusto de seguidores de ciertos géneros, contenidos, autores, personalidades, estilos y demás" (p.24). Aquí no caben diferencias socioeconómicas y demográficas porque los procesos identitarios van más allá de este tipo de variables.

Otra veta de estudios actuales sobre los consumos audiovisuales se dirige a revisar cómo se han transformado los consumos en el marco de la globalización. Algunas miradas se enfocan a cuestionar qué tanto las culturas locales se transforman a la luz de la invasión cultura mediática global. Las investigaciones se plantean entre otras cosas la reconfiguración del mundo simbólico al ser consumidor de los programas extranjeros, como puede ser el cine, (Gómez, H. 2007) o la televisión (Repoll, J. 2007). Sin duda, la preocupación de los especialistas radica en dar cuenta de la construcción de las subjetividades que esto trae consigo en un mundo que cada vez borra sus fronteras locales para sumergirse en la vorágine de lo global. La propuesta metodológica, desde mi punto de vista, va en dirección de establecer nuevas formas de comprensión de los consumos audiovisuales, tomando como sujetos grupos de población que por sus características presentan patrones culturales propios que los convierten en objeto de estudio.

Para finalizar este capítulo señalo que los estudios sobre consumos audiovisuales han respondido a diferentes enfoques teórico-metodológicos, pero cada perspectiva ha reparado, desde su especificidad, en la importancia del consumo de los medios, conforme su influencia se hizo observable en nuestra sociedad. Desde luego el asunto no está agotado, porque el problema del consumo adquiere diferentes matices y formas de apropiación conforme los medios audiovisuales

evolucionan y surgen otros nuevos, de ahí el interés que despierta en los diferentes campos disciplinarios, entre ellos el educativo.

### **3.2 Un breve repaso al sentido del consumo audiovisual**

#### **El consumo audiovisual como necesidad inmediata**

Si alguien forma parte de un grupo social implica, en una primera aproximación, la idea consumir los mismos productos culturales producidos por el colectivo, porque de otra manera no se puede dar el sentido de pertenencia. Si se acepta la premisa anterior, se estaría afirmando que las personas consumen un medio audiovisual determinado porque pertenecen a cierto grupo. Este consumo puede darse de manera consciente o inconsciente, porque así lo demanda el mundo inmediato del que se forma parte. Tenemos así *e.g.*, que en los adolescentes inicia el consumo relacionado con una aventura de fantasía como sostiene Buonanno, M. (1999)<sup>58</sup>. Esto me parece importante, porque nos dice cómo en la adolescencia se inician consumos propios de una edad. Esto es, un adolescente ubicado en un contexto específico no está al margen de consumir aquellos bienes audiovisuales al pertenecer al mundo donde está. El consumo es un tipo de racionalidad vinculado a una situación, donde las personas requieren consumir los objetos como parte de una relación que les permite ese sentimiento de pertenencia y de identidad al grupo. Por tanto, son consumos audiovisuales que atañen a un tiempo y un lugar determinados. Propiamente este tipo de consumo siguiendo la argumentación de Braudillard, J. (2004) no es un consumo activo, sino más bien un consumo para satisfacer ciertas necesidades. Es, por tanto, un consumo situado en un contexto particular como respuesta al entorno inmediato.

Desde este enfoque Braudillard, J. quiere demostrar que estamos ubicados en una aproximación que si bien alude al consumo de bienes, no es vista como una manipulación sistemática de símbolos, más bien hace referencia al consumo

---

<sup>58</sup> Para esta autora es en la etapa de la adolescencia, cuando se empieza a consumir con mayor o menor intensidad géneros literarios que tienen en común la ambientación exótica, historias de aventuras, de viajes, de descubrimientos, entre otros.

habitual, ya sea material, oral y visual, y por ser un móvil de orientación básica responde a una situación de inmediatez. Pienso que el término de *inmediatez cultural* es apropiado para referirme a los productos para satisfacer una necesidad de los consumidores que está a flor de piel, por tanto no responde a una racionalidad medios-fines. De manera un tanto *pasiva*, abusando del término, los agentes orientan su demanda por aquello que está a la mano, y tal vez por esas condiciones de accesibilidad no sea active, en las personas, un reconocimiento muy consciente de la clase de productos audiovisuales que están consumiendo. Esto es, satisfacen ciertas exigencias, pero por estas razones no son fijas e inmutables y tampoco los bienes son siempre nuevos para despertar el interés de los consumidores.

Esta perspectiva cuestiona cómo hemos pasado de esta forma de ver el consumo audiovisual como inmediatez a un *consumo ampliado* donde se pierden las necesidades próximas de los grupos, para crear necesidades ficticias donde la relación con el medio simbólico ya no es vivida sino es consumida como lo sostiene García, C. (1995). Esto lo veo como decisivo porque ahora los productos responden a una lógica del consumo que se abstrae de los requerimientos reales y podrá ser visto, entonces, como un referente de diferenciación cultural, filiación ideológica y en algunos casos como instrumento de control en una sociedad de masas (Eco, U. 2006).

### **El consumo como modo activo con relación a la cultura**

Otra perspectiva de análisis permite ver el consumo de la cultura audiovisual como una actividad sistemática donde interesa consumir de manera activa los diferentes productos audiovisuales, vistos ya no como simples objetos que cubren una necesidad particular, más bien responden a una racionalidad distinta. Esta dimensión logra tener otro acercamiento connotativo en nuestros tiempos, porque al consumir la cultura lo hacemos desde otra posición como consumidores: "Para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo, es decir exterior, de alguna manera, a una relación que no hace más que significar"

(Baudrillard, J. 2004:224). Este filósofo insiste en una perspectiva radical, porque su perspectiva obedece al significado social que tiene el consumo, y eso se relaciona sin duda con una prolongación de los medios audiovisuales. Desde esta perspectiva, al referirme al consumo de la cultura audiovisual lo relaciono con el significado que puede tener un medio audiovisual particular, si esto es así tiene una connotación diferente, porque los consumidores descubren en los bienes audiovisuales una significación que adquiere valor precisamente cuando entra en una relación específica, *i.e.*, lo refieren a un contexto particular, a una relación entre pares o bien cuando hay interés entre las personas por establecer diferencias entre un grupo y otro.

Es evidente que en esta discusión el concepto de consumo se lleva hasta sus últimas consecuencias, *i.e.*, el término no se asume solamente en la perspectiva económica, de consumir lo necesario para vivir; más bien, como nos apunta García, C. (1995), hay que situarlo con una clara referencia sociocultural donde hoy en día, los consumidores, definen sus identidades por los símbolos que consumen en el mercado de la cultura a través de una racionalidad integrativa y comunicativa determinada por parte del grupo social, por estas razones la visión de García, C. es ilustrativo para verlo como una nueva racionalidad.<sup>59</sup>

La postura de García, C. nos coloca en una dimensión activa del consumo de la cultura. Esto permite rescatar, por otro lado, la visión de Certau, M. (2000), cuando dice que referirnos a este concepto, es descubrir qué hacen las personas al consumir determinados bienes, qué fabrican durante el tiempo que están frente a ellos; porque precisamente el consumo da cuenta de las posiciones e intereses puestos en juego al acercarse a un producto simbólico determinado. Ahora bien, se puede argumentar que cuando hablamos de consumo estamos pensando en una práctica social donde las personas consumen los bienes culturales producidos en un contexto determinado, y eligen hacerlo a partir de lo presentado. Aquí estoy

---

<sup>59</sup> “...no como simple escenario de gastos inútiles e impulsos irracionales sino como lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades”. (García, C.1995: Introducción, XIV)

considerando que por libre albedrío escogen el bien A o el bien B, o C; *i.e.*, van a crear sus propias condiciones y reglas para elegir los bienes de acuerdo a un sistema de significados. Esto merece una reflexión más, si bien es cierto que el significado determina la elección de un medio simbólico, también influyen de manera importante los intereses, las emociones y el gusto por A o por B, precisamente este es un componente que busco reiterar en la presente discusión. Esta serie de reflexiones son las razones para ver el consumo audiovisual desde una perspectiva sociocultural, tal y como lo plantea García, C. (1995), como una racionalidad interactiva desde una dimensión estética, y fundamentalmente activa. De manera concreta la siguiente idea resume claramente las argumentaciones previas: “el consumo es conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (p. 42)

Propongo un enfoque más: ciertos consumos audiovisuales responden de manera más adecuada a las personas de un grupo que a otras, *i.e.*, tienen significados diferentes según sus intereses, porque garantizan valores, fundamentan imaginarios, posiciones y actitudes necesarias para integrarse al colectivo. El consumo de determinado medio para algunos no lo será para otros, esto se explica porque la sociedad es dinámica, plural y porque los gustos obedecen a una serie de variables que no se agotan en un solo eje de análisis como claramente lo sostiene (Bourdieu, P. 2003). Es decir estos consumos le dan sentido a la vida de las personas, los hacen tomar decisiones, crear sueños y permiten su realización como seres humanos, porque permean más allá de la cotidianidad.<sup>60</sup>

En este orden de ideas al hablar de consumo estoy pensando en la elección de los medios audiovisuales consumidos habitualmente, pero con una clara intención de

---

<sup>60</sup> Me parece interesante lo que señala Luis Villoro al respecto: “Toda cultura proyecta fines últimos que dan sentido a la vida personal y colectiva. Al hacerlo, establece un ámbito en el que se pueden florecer ciertos valores. El establecimiento de fines y valores preferenciales orienta la vida de cada individuo y lo integra a la comunidad”. (1993: 144). Si leemos esta cita se puede confirmar también la idea de un sujeto activo al momento del consumo de la cultura.

sentir una experiencia: nos gusta ir al cine en lugar de ver televisión por ejemplo; y cuando hablamos de uso es hacer referencia a cómo nos vemos y actuamos después de apropiarnos del medio elegido. Esto es importante porque precisamente me ayuda a sostener la siguiente hipótesis: las personas piensan y sueñan de determinada manera a partir, de alguna forma, de los medios audiovisuales que consumen.<sup>61</sup>

El manejo de una idea activa del consumo es porque las personas se apropian de algún medio audiovisual para darle un uso, entendiendo que el significado de *uso-consumo* proyecta nuestra manera de ser y actuar en los espacios cotidianos de convivencia, de relacionarnos con los demás. Consideremos entonces, que consumir es participar dentro de un espacio colectivo donde se pone en juego nuestro mundo simbólico, *i.e.*, ante los demás manifestamos nuestros gustos y lo que significan para nosotros. Aquí el comentario de Ortiz, R. (2004), es importante en la discusión, porque efectivamente el consumo se hace de manera individualizada, pero sólo tiene valor cuando es públicamente validado. Esto es interesante, porque cuando se elige determinado medio audiovisual se hace en el marco de lo aceptado por los otros, que pueden estar en el mismo espacio de convivencia, como por tener la misma edad, por eso se comparten los mismos gustos y ceremonias, los mismos juegos y las mismas inclinaciones estéticas. Esta perspectiva me ubica, por tanto, en lo siguiente: *la racionalidad* del consumo audiovisual tiene sus propias lógicas que obedecen a gustos, reglas estéticas, circunstancias, emociones, las cuales poco a poco se convierten en acciones sistemáticas.

---

<sup>61</sup> Sánchez, R. (2000), lo enfoca con claridad: La gran diferencia con otros productos que se compran y se venden en los mercados, como zapatos o comida, es que estas mercaderías -los productos culturales de los medios- están elaborados en particular para significar, son bienes simbólicos, propuestas de sentido, mediaciones expresivas: tienen repercusiones en los imaginarios colectivos, en la definición tendencial de las identidades y alteridades socioculturales. (p. 405)

Desde este hilo de análisis, en el consumo audiovisual está presente un entramado de variables altamente significativas que guardan una relación estrecha con el sujeto y con el grupo social; la percepción/recepción dependerá del interés, los fines y delimitaciones que en ello ponga la persona para el reconocimiento social ante los demás. Por estas razones el argumento de Baudrillard, J. (2004), es convincente, porque el consumo de algún medio simbólico trasciende la relación con el objeto para situarse en una relación con los Otros, se extiende más allá de sus acciones cotidianas. Así, algunos lo harán, tal vez, de manera consciente, saben para qué lo hacen, esperan resultados en su vida estudiantil, profesional o también solo social, y otros quizá, respondan a móviles inconscientes.

### **Lo que es posible consumir**

¿Qué se consume? Es pertinente precisar que la llamada producción de la cultura audiovisual se mira desde los medios o productos. En esta dirección puedo señalar que los bienes audiovisuales son de diversa índole y naturaleza, son múltiples en su circulación, además, de acuerdo a sus características están conectados unos con otros, si analizamos un bien A nos puede remitir a un bien B. En ocasiones también se implican, si se habla de la Internet, por ejemplo, implica el uso de la computadora, o también pueden parecer contrarios al momento de relacionar A con B; dependerá del contexto donde nos ubiquemos. Sin embargo, lo anterior no impide metodológicamente hacer una revisión de manera particular. Por otra parte, debo aceptar la movilidad que tienen, e.g., cuando X realiza una apropiación les incorpora nuevas significaciones, los ve de otra manera, los modifica, les da otro uso que cuando lo hace Y. Por esto se puede afirmar que no son rígidos, se transforman con el consumo considerando la situación social donde están inscritas las personas o, bien al momento o rol que juegan.

Por otra parte, los bienes audiovisuales son múltiples, no son homogéneos, esto ¿Qué quiere decir? que hay bienes A de fácil acceso y otros bienes B que no lo



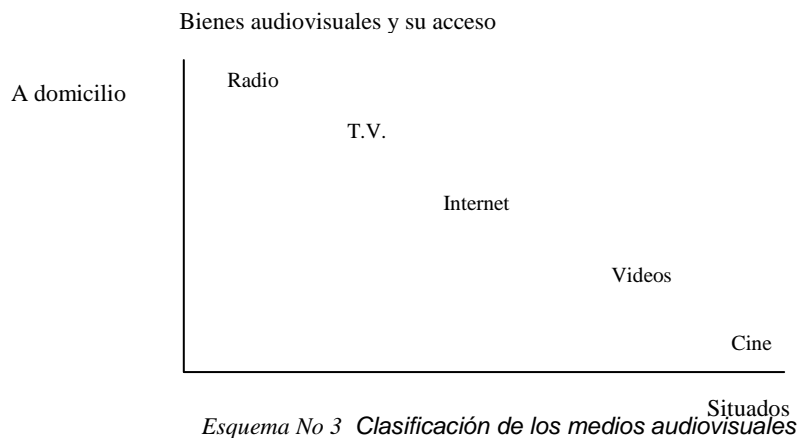
son. Las razones pueden ser diversas, entre ellas están: el costo y el traslado a los lugares donde se ofrecen. Si esto es así, entonces podemos decir que, por ejemplo no es lo mismo presenciar un filme y participar en un juego de video. Por tanto, se puede hablar, de una diversificación de medios audiovisuales, de diferencias y variación. De manera más concreta un símbolo determinado puede tener una significación diferente para X que para Y. Este planeamiento me ubica en una categoría que utiliza Castoriadis, C. (2005b): la indeterminación. Esta indeterminación me conduce a afirmar que algunos de ellos se pueden repetir y otros difícilmente, de acuerdo al significado que le atribuya una persona; e.g., podemos escuchar una pieza de Mozart varias veces, pero no estamos en condiciones de ver una misma serie de televisión.

Otra reflexión es que la sociedad considera como valiosos aquellos medios audiovisuales llamados *útiles* (1), porque ayudan a preservar la memoria, i.e., son los que más se recuerdan y (2) fortalecen la conciencia social porque crean reservas para la colectividad. Si se acepta este argumento significa que la sociedad olvida fácilmente aquellos productos no significativos, porque no cohesiona al grupo social, de alguna forma con el olvido, como dice Lotman, U. (1992), se destruyen aquellos medios no útiles. Otro punto que considero necesario abordar se relaciona con la clasificación de los bienes audiovisuales. Aquí García, C. (1995), es bastante explícito al señalar que los bienes audiovisuales<sup>62</sup> se pueden clasificar en (1) *bienes audiovisuales situados*, y les da este nombre porque las personas se desplazan a los lugares donde se ofrecen, e.g, el cine. Esto es, a lugares que comúnmente conocemos como espacios públicos. Y (2) *bienes audiovisuales a domicilio (in situ)*, como el nombre lo indica, los consumidores los pueden tener en casa, e.g., la televisión, la radio y la Internet; por sus características es obvio que estos últimos penetran fácilmente en la intimidad de los hogares. Aunque desde luego debemos considerar que es un

---

<sup>62</sup> Aplico este criterio de clasificación solamente a los medios audiovisuales, aunque reconozco que se puede ampliar a cualquier bien simbólico, como lo propones García, C. (1995).

continuum y no un corte brusco en cada medio, como se ilustra en el siguiente esquema.



En otro orden de ideas, al hablar de medios audiovisuales estoy situando aquellos medios que utilizan las imágenes como recurso para acercarse a sus consumidores. No es fácil llegar a un acuerdo preciso sobre el peso de unos con relación a otros entre las personas, sobre todo al analizar los que tienen una larga carrera de tiempo, como la radio y el cine. Se puede argumentar que lo novedoso atrae más, sin embargo tenemos el caso paradigmático de la televisión, porque a más de 50 años sigue contando con una amplia aceptación entre los diferentes sectores de la sociedad. Papalini, A. (2006) expresa, a manera de ejemplo, que la televisión y el cine son parte de una cultura del espectáculo mientras la Internet se relaciona más con la escrituralidad. Afirmar esto implica aceptar que las imágenes tiene un peso diferente en cada medio, y se entiende; por ejemplo el consumidor de la televisión tiene una postura más receptiva que el usuario de la Internet, porque en este medio tiene la oportunidad de interactuar con otros usuarios, dar puntos de vista y procesar textos, por tanto, agrega un valor distinto. Este es el argumento a favor de la Internet y que se puede oponer al consumo televisivo.

En estas disputas, la videocultura según Papalini, A., se refiere principalmente (1) a los medios que utilizan las imágenes como recurso principal, mientras se recurre a la noción de *nuevas tecnologías* (2) para los medios que utilizan el dato digitalizado, principalmente la Internet. Esa diferencia, entre los medios

audiovisuales, lleva a valorar que las nuevas tecnologías, y así está presente en el imaginario social, pueden ser un recurso importante en los procesos enseñanza-aprendizaje, pero no así el caso de la televisión y los videojuegos por ejemplo<sup>63</sup>.

La conclusión de este debate es que cada medio audiovisual tiene sus propias particularidades, y cada uno de ellos representa sólo una parte del gran mundo de lo simbólico, pero pueden enmarcarse en un concepto amplio de *medios audiovisuales* o *videocultura* porque recurren a las imágenes en mayor o menor medida, pero sobre todo en este trabajo recurro al uso aceptado que tienen los términos, en nuestro contexto, para referirme a ellos.

---

<sup>63</sup> Las alusiones a la televisión en este sentido son diversas, a manera de ejemplo tenemos un pequeño libro titulado “La televisión es mala maestra”, solo con el título nos damos idea del imaginario que prevalece en la sociedad sobre el papel de la televisión, lo que ha imposibilitado su uso como recurso didáctico. Véase, Popper, K. (2006). *La televisión es mala maestra*. 2a. Ed. México: Ed. FCE.

## V. LAS INVENTIVAS DEL IMAGINARIO SOCIAL

En este capítulo se presentan las reflexiones sobre el marco analítico que sustenta la presente investigación. La noción de imaginarios es central en el trabajo. En una primera aproximación lo imaginario constituye el entramado de significaciones que le dan sentido a los consumos audiovisuales que los adolescentes realizan en el contexto donde se ubican. Dichos consumos al tener una dirección y un sentido permiten a las adolescencias, entre otras cosas, identificarse con su colectivo. Lo imaginario se encarna, e.g., en creencias, mitos, valores, socialidades, procedimientos y temporalidades referidos a los objetos reales o simbólicos. Pero lo imaginario se comprende también con otro significante central como es el mito, porque sin duda lo imaginario está relacionado de manera muy estrecha con esta categoría. Obviamente me restrinjo a un análisis general porque el propósito no es abundar en una serie de discusiones teóricas. La disertación se realiza con la finalidad de dejar claros los ejes analíticos básicos que atraviesan el estudio.

### **5.1 Lo que crean los imaginarios**

Los bienes audiovisuales constituyen un elemento de análisis dentro de la dimensión de la videocultura y gracias a lo imaginario nos podemos dar cuenta de los sentidos que tienen en los adolescentes consumidores. Entre otras razones porque dichos consumos al dar cuenta de la subjetividad de los jóvenes muestran como se da ese vínculo entre lo exterior y lo interior, *i.e.*, entre la interiorización del mundo exterior, y la exteriorización del mundo interior, tal y como se observa en las opiniones de los adolescentes entrevistados en la presente investigación. Así, desde el sentido que para ellos tienen los consumos audiovisuales, es como llego a considerar que la noción de imaginario se vuelve una categoría apropiada para

comprender la complejidad de significados que presenta consumir uno de los bienes simbólicos de nuestra sociedad actual: los medios audiovisuales. Por tanto, a través del imaginario es posible la comprensión de esa mutación de realidades, la yuxtaposición de mundos y de sueños que encarnan dichos medios. El planteamiento de Castoriadis, C. (1998a), de señalar que el imaginario es algo inventado o bien, un desplazamiento de sentidos donde a unos símbolos, que ya tienen algunos significados, les atribuimos otras significaciones y nuevos sentidos, es una posición adecuada para explicar por qué lo imaginario le confiere diversas significaciones al consumo audiovisual, porque a primera vista pudiera ser una práctica sin sentido. Cuando se habla de lo imaginario, se piensa en su naturaleza: es algo que no dura siempre, tiene más bien un carácter provisorio, porque de manera incesante se comprende en el marco de las trayectorias vitales de los grupos sociales a la luz de sus contextos, y sabemos que la vida cotidiana engendra de manera permanente significaciones nuevas a partir de la acción humana. No puede tener una significación única, no es mono-expresivo, porque adquiere nuevas connotaciones de acuerdo al entramado de las prácticas sociales de las personas. Si esto es así, el enfoque de Sánchez, C. 1998, es pertinente para afirmar que lo imaginario es condición y realización de la vida social, es creación permanente de sentidos a partir de los cuales nos referimos al mundo social, generando con esto nuevas significaciones, en oposición a una visión del mundo que intenta reducir su comprensión solo al discurso monolítico de lo racional como dice Castoriadis (1998a). El problema no radica en aceptar la importancia del elemento racional, en la comprensión de la realidad, más bien el asunto está en reducirlo a lo real-racional, desconociendo que el orden del sentido se puede dar también mediante la imaginación.

En este hilo de reflexiones, gracias lo imaginario podemos ilustrar el peso de los consumos audiovisuales en la población joven, porque permite entender esa carga de significaciones que para los consumidores tienen sentarse frente a una pantalla, significaciones imaginarias que se expresan en los discursos de la identidad, la socialización, el tiempo y el conocimiento, por ejemplo. Lo

imaginario, como categoría explicativa nos va a remitir a los *sentidos* que organizan la vida de las adolescencias consumidoras, nos ubica en la no determinación, siguiendo con la argumentación de Castoriadis, C. (1998a), es un principio radical en la explicación de la naturaleza social. Lo imaginario al ser parte constitutiva de lo humano, se niega ser reducida al criterio racional, es la no determinación que permite dar cuenta de la humanidad profunda de un grupo social, reflejada, en oposiciones como el *logos*-imaginación, determinación-indeterminación, pasión-razón, cultura-naturaleza, necesidad-azar, ciencia-poesía, evidencia-intuición, por citar algunas.

Sea cual fuere la configuración que yo pueda dar a esa dimensión es importante comprender que lo imaginario se opone a toda determinación apriorística sobre de los adolescentes consumidores de los bienes audiovisuales. Si la determinación (A) es una condición necesaria para admitir que cierto grupo de personas están predeterminadas, y si se acepta esto, entonces no cabe la posibilidad de asumir una condición distinta, siempre se va a creer que obrarán de un *modo*, en un solo sentido. Esto sugiere que ante determinadas circunstancias siempre se elegiría lo mismo, habría un solo significado. Esta perspectiva coloca la vida en una dimensión causal: se pensaría que ante determinados acontecimientos sociales todos los adolescentes, por ejemplo, actuarían de la misma forma. Ante esto cabe oponer lo contrario: la indeterminación (B), y esto es precisamente el carácter de que se muestra en los jóvenes una vez examinadas sus expresiones en este estudio.

En mi opinión, el sentido B es el que efectivamente Castoriadis, C., busca darle a lo imaginario. Aceptar B es reconocer que los motivos de los adolescentes consumidores no obedecen a una certidumbre, a un elemento causal; si esto es así, su obrar respondería más bien a la contingencia, al azar y por qué no a lo arbitrario. Por tanto, el azar, el *phatos*, la indeterminación se pueden comprender también como aquello que constituye la condición humana la cual no puede ser vista exclusivamente como *logos*. Por consiguiente, se aceptaría de manera

indiscutible que las acciones de los grupos se están creando permanentemente; la red de significaciones que encarnan las instituciones no está determinada por siempre. Esto refuerza que la explicación de la realidad no tiene una sola conceptualización y tampoco tiene referencia a un solo objeto material o simbólico, por el contrario su caracterización está precisamente en la multiplicidad de significaciones expresadas por su relación con el significante, dependerá, por tanto, del sentido que tiene para los sujetos.

De esta forma la categoría de lo imaginario le confiere sentido a las mutaciones de significación que tiene para los adolescentes el consumo de los medios audiovisuales. Merced a lo imaginario construyen sus interpretaciones para escapar precisamente a la determinación, *i.e.*, a significados únicos e idénticos, los cuales dentro de la estructura social sería bastante incorrecto mantener, porque cada grupo social manifiesta lo que para ellos tiene sentido o no, *i.e.*, las posibilidades de sentido de la realidad son ilimitadas. Por eso Castoriadis, C., con la dimensión imaginaria busca revertir el conocimiento de la realidad social atado a la racionalidad, para plantear una forma de vida más diversa, encerrando una perspectiva más profunda, imposible de comprender en una sola dirección, porque el conocimiento está sujeto a los diversos sentidos de la creación histórico-social. La perspectiva entonces es considerar que los adolescentes invisten de sentido a los medios audiovisuales y los transforman cada vez que lo consideran conveniente.

Desde la dimensión imaginaria, por lo tanto, son posibles otras formas de ensayar la realidad, de investirla con múltiples sentidos, de interpretarla con nuevas significaciones: se huye de lo instituido, lo esencialista, lo delimitado, lo acabado y lo único, por referir algunos términos, para ubicarnos en una posición abierta, azarosa, irruptiva e instituyente, donde el elemento racional no es suficiente para dar cuenta de esta forma de ser y estar de los adolescentes. Entre otras cosas, los motivos humanos no están de manera absoluta en poder de la razón, porque nos

movemos en las imaginaciones del poeta, el artista, el místico y el sentido común, *i.e.*, el hombre viene a ser un ente imaginativo.

El plano imaginario, por tanto, permite dos cosas cuando nos acercamos al mundo de los adolescentes consumidores: (a) la oportunidad de escapar al determinismo y (b) la posibilidad de encontrarle sentido a una realidad más difusa, donde se apela a una nueva forma de relacionarse con el mundo. Bergua, A. (2002), sostiene que esta segunda posibilidad se da en las expresiones de la cultura popular.<sup>64</sup>

### **El papel de lo instituyente**

Al meditar sobre las expresiones del grupo de adolescentes entrevistados, observo que lo imaginario les da fuerza en la búsqueda de otros caminos para darle coherencia a su mundo, fantasías, invenciones y sueños. A través de este tipo de inventario, encontramos otras posibilidades de manifestación, de transmutaciones portadoras de un nuevo sentido, y esto no es otra cosa más que *lo instituyente* concepto ampliamente subrayado por Castoriadis, C.<sup>65</sup> Esa es la razón por la cual se puede inferir, que lo instituyente tiene un papel creativo y liberador. Vía lo instituyente este grupo de estudiantes deja atrás lo fijo, el orden, lo anclado en una sola perspectiva de la realidad social, para situarse en la ruptura profunda de un orden establecido que recorta e impone una perspectiva instituida.

---

<sup>64</sup> Estas formas de ser de la sociedad, que plantea Bergua, A. (2002), dependen de la misma sociedad, de sus contextos, sistemas referenciales y experiencias particulares, porque en las acciones cotidianas del hombre se da lo azaroso, lo contingente, la configuración personal, y éstas son formas de obrar no condicionadas por leyes, por el contrario son acciones caracterizadas por la búsqueda de sentidos: “La encontramos insinuándose [...] en la recepción de los productos mediáticos, en expresiones como la danza, cantos, mitos, chistes, juegos [...] también está presente en la abstención, el silencio y la astucia con las que las distintas socialidades se resisten al poder de la política [...] igualmente en la artimaña, la burla, la ironía, el cinismo, el exilio interior y otras libertades intersticiales”. (p. 44).

<sup>65</sup> Para Anzaldúa, R. (2004), este concepto se debe entender como una capacidad de invención y de desplazamiento del sentido que permite la creación de nuevas significaciones, por esta razón es la dimensión instituyente del imaginario social. (p 94).



Lo instituyente en el fondo tiene una naturaleza ontológica que remite a la autocreación, y esto nos debe hacer pensar, por consiguiente, que las acciones humanas son imprevisibles. Así, la posición de Castoriadis, C., se ubica en un planteamiento para comprender que los propios adolescentes inventan sus significados y sus representaciones, porque siempre surge algo nuevo, no es repetición de acciones sino la invención permanente de sentidos.

Por estas razones, lo imaginario recupera en Castoriadis, C., ese elemento fundamental para dar cuenta de las profundidades de las adolescencias: *la creación*, aspecto radical que explica cómo todo es creado por el grupo social en sintonía con su medio histórico y cultural.<sup>66</sup> Nada es impensable sin creación dirá Castoriadis, C., *ergo*, esto lleva a aceptar que lo imaginario se relaciona con la no determinación. De ahí que, lo que instituyen los grupos está condicionado por cuestiones históricas, *i.e.*, cada sociedad se inventa, está sometida a procesos inacabables de transformación y metamorfosis.

Lo instituyente, entonces, debe comprenderse como la creación de significaciones nuevas por parte de un grupo social que interpela y desplaza las significaciones existentes. Por consiguiente, la dimensión instituyente es creación de sentidos, de mundos que ayudan a comprender a la sociedad como fuente de creación de instituciones, haciendo referencia a lenguajes, normas, estilos de vida, valores y estrategias para actuar frente a su realidad. Aquí estamos frente a una cuestión importante planteada por Castoriadis: toda sociedad está formada por instituciones. Éstas encarnan una serie de significaciones imaginarias que le dan sentido a la existencia social de las personas, manifestada en sus elecciones, identidades, formas de socializarse, temporalidades, consumos, *i.e.*, todo aquello que crean en sus vidas y tiene una eficacia simbólica.

---

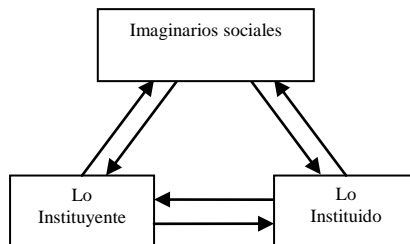
<sup>66</sup> Para Sánchez, A. (1998), la creación se relaciona con una serie de elementos subjetivos que se materializan en motivaciones y significaciones sociales, pero también en valores, normas, símbolos y *totems* que son históricamente y súbitamente creados; los cuales permiten, como he venido sosteniendo, nuevas formas, otras determinaciones creadas ya sea por el individuo o por un grupo específico.

Con base en estos argumentos se puede aceptar por qué para algunos adolescentes ciertos medios audiovisuales tienen más valor que otros, y cómo provocan interrogaciones diferentes y respuestas opuestas. Ejemplifico diciendo que ya sea en la religión o los medios audiovisuales, por retomar sólo algunas manifestaciones de estas instituciones, el sentido que encarnan está de acuerdo a cada grupo social. Nunca provocan la misma significación imaginaria en todas las personas, puede depender de varios factores como la edad y el género. De esta forma, no puede darse una comprensión de la historia en términos causalísticos, será más bien en términos creativos, de auto alteración, de reconstrucción. Por consiguiente, toda significación inventada por un grupo específico es imaginaria porque ni es totalmente real, ni tampoco es totalmente racional, es precisamente una significación imaginaria.<sup>67</sup> ¿Qué quiere decir Castoriadis, C.? Desde su postura se puede afirmar que cada grupo de personas, como es el caso de los adolescentes consumidores de los bienes audiovisuales, construye las significaciones en los imaginarios porque no hacen referencia, solamente a lo racional, o bien no se agotan en lo real, su sustento también está en la imaginación.

Lo imaginario social, luego entonces, debe comprenderse como la unión de dos momentos: lo instituyente y lo instituido (v. esquema No.3). Lo instituido son los productos de lo instituyente, *i.e.*, las instituciones que la sociedad logra crear y puede modificar de manera permanente, reinventando nuevas instituciones.

---

<sup>67</sup> Castoriadis, C. (2005c) me parece claro en este punto: Pourquoi appeler ces significations <<imaginaires>>? Parce qu'elles ne sont ni rationnelles (on ne peut pas les <<construire logiquement>>) ni réelles (on ne peut pas les dériver des choses) ; elles ne correspondent pas à des >>idées rationnelles>>, et pas davantage à des objets naturels. Et parce qu'elles procèdent de ce que nous considérons tous comme ayant affaire avec la création, à savoir l'imagination qui ici n'est pas bien sûr l'imagination individuelle, mais ce je j'appelle l'imaginaire social. C'est aussi la raison pour laquelle je les appelle sociales: création de l'imaginaire social, elles ne sont rien si elles ne sont pas partagées, participées, par ce collectif anonyme, impersonnel, qu'est aussi chaque fois la société. (p. 68)



Esquema No 4 Los imaginarios

Cabe afirmar, entonces, que las significaciones imaginarias, como argumenta Castoriadis, C. (2004), tienen un carácter histórico-social, porque toda persona vive en una colectividad donde están presentes las instituciones, *i.e.*, lo instituido, y desde ahí instituyen nuevos sentidos a su realidad; la reconfiguran y la modifican. Las necesidades y problemas de los sujetos tienen respuestas dentro de la colectividad, por eso lo que los individuos crean tiene sentido por y en lo social. No podríamos desde el debate de Castoriadis, comprender a los adolescentes consumidores sin recurrir a las significaciones imaginarias, porque merced a ellas se crean los sentidos y el entramado de las acciones que los mueven dentro de su grupo, creándose así el sentimiento de pertinencia y legitimidad del colectivo.

La dimensión imaginaria viene a constituirse, entonces, en una facultad de síntesis que va más allá de lo real y lo racional, donde no es ni lo uno ni lo otro, *i.e.*, no se puede agotar en uno de ellos, es más bien una tensión entre estos dos polos. Esta afirmación se hace porque la dimensión imaginaria está sustentada por la creación. Esta idea, de alguna manera, me remite al planteamiento kantiano sobre la imaginación, en el sentido de ser una facultad de síntesis,<sup>68</sup> Kant se daba

<sup>68</sup> Para Kant, I. el problema de la imaginación está ligado al problema de la representación, y viene a constituir una síntesis de la reproducción en la imaginación. Es precisamente una facultad específica del entendimiento, no de la razón, no de la sensibilidad, y sólo tiene un papel de

cuenta de la imposibilidad del funcionamiento de la razón sin una mediación y precisamente la va a encontrar en la imaginación, reivindicando de esta manera su papel en las discusiones epistemológicas y ontológicas. Aunque es importante establecer que Castoriadis, C., sigue pensando que la noción kantiana se enmarca en lo determinado y no la ve como una facultad creadora.

En estas condiciones vale la pena aceptar que, los adolescentes consumidores de las imágenes de la pantalla expresan en lo imaginario la invención y la reinención de otras realidades; y la siguiente idea de Bergson (Deleuze, G. 1996), me hace afirmar esta tesis: “La invención le da el ser a lo que no era y hubiera podido no llegar jamás”. (p. 12). Esto es, otras posibilidades y recortes, otros sentidos de la realidad que no son ni puramente conceptos, ni sólo cosas ni sólo sujetos, expresa Castoriadis, C. (2005b). Sin embargo, una vez creados estos sentidos devienen en lo imaginario social instituido y con ellos, el grupo regula sus interpretaciones y representaciones en la vida diaria hasta que nuevamente se sustituyen por nuevos sentidos. Aquí lo importante es reconocer que gracias a las significaciones imaginarias, que encarnan las instituciones, los adolescentes se comprenden como parte del grupo social. Como dice Augé, M. (1998), un colectivo se reproduce a través del universo imaginario, por esta razón sus integrantes actúan y piensan de manera más o menos compatibles. Con base en estas reflexiones las imágenes audiovisuales tienen el sentido que instituyen las personas de un grupo. En otras palabras: “Lo imaginario es, pues, ese conjunto de imágenes y de relaciones de imágenes que constituye el capital del *homo sapiens* y se nos aparece como el gran denominador donde se sitúan todos los procedimientos de la mente humana” (Argueta, J. 1994: 32)

Lo imaginario permite, por tanto, transparentar a las adolescencias, creando las diferentes significaciones que permiten encontrarle sentidos a sus acciones, y encontrar sentido es, también, el paso de una vista de sí mismo a una mirada

---

síntesis. Los fenómenos no son cosas en sí sino juego de nuestras representaciones, por tanto, debe haber un fundamento *a priori* de unidad sintética que permita su explicación, ese papel le toca a la imaginación. Véase La Analítica Trascendental dentro del apartado Deducción de los Conceptos Puros del Entendimiento en la Crítica de la Razón Pura.

fuera de sí, hacia lo otro, tal como lo utiliza Durand, G. (2003), donde se valoran lo malo, lo bueno, lo propio, lo ajeno, lo prohibido, las creencias y los mitos, entre otras fuerzas de sentido que experimenta ese grupo social. Esta perspectiva lleva a sostener que las instituciones creadas por la sociedad no son cosas, ni elementos funcionales, también son componentes simbólicos que alcanzan otra dimensión dentro de las acciones humanas.

### **El símbolo como marca del imaginario**

Las reflexiones previas constituyen un andamiaje para sumergirnos en la importancia que tiene el símbolo en lo imaginario, porque los seres humanos, en el vivir cotidiano, establecen una mutación de simbolizaciones a lo largo de sus vidas. Esto se comprende porque, como arguye Castoriadis, C. (1998a), los símbolos nunca están ahí para siempre, la sociedad les atribuye significaciones sin llegar a agotarlos en una sola expresión. Por eso no resulta exagerado argüir que de acuerdo a los contextos van significando o bien son retraducidos.

Nuestra mente puede relacionar un significante de diferentes maneras, pero no necesariamente corresponde una imagen a un aspecto único de la realidad. El nexos más simple, en este caso, es la denominación de un símbolo con un referente y un referente con un símbolo. Las relaciones para que se den estos nexos se dan con base en algunos principios, reglas, hábitos o convenciones, y a partir de ellos se asignan las interpretaciones. Son estos principios lo que hacen relevante la interpretación de un símbolo. Los símbolos, como dice Johnson-Laird (1990), sirven para algún propósito, por esta razón van a diferir del dominio que simbolizan. Una primera aproximación sobre el carácter instrumental del símbolo se puede observar en el siguiente ejemplo: tenemos a X, donde X es un adolescente y al hojear una revista observa lo siguiente: [manzaperaguaya@yahoo.com.mx](mailto:manzaperaguaya@yahoo.com.mx); creemos que X automáticamente sabrá que es la dirección electrónica de una persona, institución o empresa. Para que esto se dé, se puede partir del siguiente supuesto: pienso en un joven que habita en un contexto donde al menos tiene cierta experiencia en el lenguaje digital. Pero si lo

ve Y, donde Y es una persona de 50 años y no tiene acercamiento con la Internet podrá creer, tal vez, que se trate de un *graffiti*.

Con el ejemplo anterior, se muestra que los adolescentes consumidores de los medios audiovisuales van creando sus propios significados a partir de los significantes que inventan o bien toman del mundo simbólico, sin que ello signifique una reducción a éste. El grupo establece arbitrariamente las relaciones entre un significante y un significado. Consideraré otro ejemplo para clarificar cómo se van construyendo las diferentes gradaciones de lo simbólico:

Sea A un símbolo que B relaciona con C

Donde A es tener pelo largo, B es la sociedad y C es ser un joven

Tener pelo largo para la sociedad es un símbolo de ser joven

Tener el pelo largo no necesariamente es estar joven, pero la sociedad desplaza el significado para atribuírselo al ser joven.

Este ejemplo sirve para ilustrar cómo un significante adquiere un nuevo significado, el desplazamiento no tiene mayor explicación que el convencionalismo instituido por un grupo social, como dice Castoriadis, C. (2005a): "... el hombre, la mujer, el niño son lo que son en virtud de las significaciones imaginarias sociales que los hacen ser precisamente eso que son". (p.16).

En opinión de Baudrillard, J. (1993), el símbolo no es un concepto, ni una estructura o categoría, sino una marca expresiva de una cultura; retomo esta afirmación porque debemos reconocer que la vida de los adolescentes está *marcada* por lo simbólico, lo que consumen y dejan de consumir se explica entretejida en una red simbólica que ayuda a explicar sus hábitos, formas de ser y actuar. Sobre este aspecto Castoriadis, C., es contundente, porque el símbolo no puede no ser un elemento fundamental para la comprensión del mundo social.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Me parece oportuna una cita de Castoriadis, C. sobre esta discusión, porque efectivamente deja claro una postura interesante sobre el símbolo: "Todo lo que se presenta a nosotros, en el mundo

Castoriadis, C., busca dejar sentado, de manera importante, cómo los símbolos se encuentran en el entramado de los imaginarios sociales, y desde luego cómo se arraigan en el interior de una institución y de su papel dentro de un sistema. Hablando de sistemas, éstos pueden ser sencillos hasta otros de mayor complejidad. En cada sistema los símbolos tienen su propia interpretación. Nosotros les damos determinado sentido en una institución determinada. Es útil el señalamiento de Johnson-Laird, (1990), al decir que todo símbolo guarda tres componentes: (1) uno primitivo, (2) otro de mayor complejidad que se construye a partir del primer componente y (3) un método de relacionarlos con lo que simbolizan. Con esta explicación es posible comprender por qué una imagen audiovisual puede tener una sola expresión y alcanzar un carácter multívoco dependiendo cómo se relacionen los diferentes componentes primigenios. En esta perspectiva una imagen (*Bild*), en el sentido más general, puede simbolizar muchos dominios distintos, esto es, infinitas posibilidades de interpretación y de realización, ergo nuevas formas de resignificar la existencia.

Lo anterior ilustra, de manera importante la relación que guarda lo simbólico con lo imaginario. Todo símbolo tiene un componente imaginario, porque lo imaginario se vale del símbolo para expresarse y para existir, pero también lo simbólico tiene como fundamento la capacidad imaginaria. Gracias a esta capacidad se explica por qué los adolescentes al mirar sus programas preferidos en la pantalla, ven una cosa donde no es, o bien le dan otra interpretación. Esta relación explica el valor de los símbolos como vehículos del mundo social donde cotidianamente se desenvuelven las personas, por un lado ayudan a comprender sus prácticas sociales, pero, por otro lado, también constituyen un componente esencial en el imaginario social y, por supuesto, tienen una clara articulación con el mito, otra de

---

social-histórico, está indisolublemente tejido a lo simbólico. No es que se agote en ello. Los actores reales, individuales o colectivos- el trabajo, el consumo, la guerra, el amor, el parto-, los innumerables productos materiales sin los cuales ninguna sociedad podría vivir un instante, no son (ni siempre ni directamente) símbolos. Pero unos y otros son imposibles fuera de una red simbólica. (Castoriadis, C. 1998a: 201)

las categorías esenciales de expresión simbólica, como lo maneja Cassirer, E. (1987).

## **5.2 Los mitos como vehículo del imaginario social**

El mito ( $\mu\upsilon\theta\omicron\varsigma$ ), es otro principio dotado de una amplia aceptación para comprender la categoría de lo imaginario. Las posturas, por un lado, de Castoriadis, C. (2005a) quien sostiene que la sociedad no existe sin el mito, y las de Duch, L. (1998) y Durand, G. (2003), por el otro, quienes afirman el retorno del mito en las interpretaciones de nuestro mundo actual, son importantes para reconocerlo y aceptarlo como una estructura que siempre ha permeado a los grupos sociales. En esta investigación merced al mito es posible interpretar las principales significaciones que tienen los consumos audiovisuales para las adolescencias, al encontrarle sentido al mundo posmoderno. Así, por ejemplo, la búsqueda de conocimiento por las sociedades clásicas y modernas, ha permitido construir un relato mítico sobre la fuerza que tiene para la vida en su conjunto. Además, los grupos humanos se organizan alrededor del conocimiento, un ejemplo de ello son las comunidades científicas de las diferentes disciplinas. Por esta razón, me parece apropiado recurrir al mito como categoría comprensiva para meditar la manera en cómo en la actualidad la pantalla reactualiza el mito sobre la importancia que el conocimiento tiene en la vida social. Esto es, tomando como eje las expresiones de los adolescentes entrevistados podemos descubrir cómo en la pantalla y sus imágenes, estos jóvenes le encuentran sentido al mundo que viven, y los mitos son un vehículo para dar cuenta de esos sentidos.

Aunque es difícil dar una definición del mito, como sostiene Duch, L. -además iría en contra de su naturaleza-, el mito puede ser considerado como una estructura simbólica y profunda que permite identificar a los integrantes de un grupo social en torno a una creencia, creando con esto *sentidos* para sostener lo instituido. “Para la sociedad, el mito es esencialmente una forma de revestir de sentido al mundo y a la vida que está dentro del mundo; porque de otra manera, ambos carecerían de



sentido” (Castoriadis, C. 2005a:20). ¿Qué podemos derivar de este pasaje? Una primera idea es la siguiente: el mito instituye ideas acerca de la realidad social. Un ejemplo es útil para ilustrar esto: en la actualidad se constata que para conocer los acontecimientos de nuestro alrededor debemos estar conectados a los medios, particularmente a la Internet y a la televisión; no hacerlo es permanecer ajeno a los sucesos del mundo, como afirman algunos adolescentes. Esta creencia exalta el consumo audiovisual como una forma de pertenecer a la modernidad tardía. Como dice Anzaldúa, R. con el mito se “Instituyen exaltaciones y negaciones a partir de narrativas creando jerarquías entre los diferentes aspectos de una realidad” (2004, 96). Sin duda, visiones como estas nos hacen retornar al mito, porque gracias a él podemos dar cuenta de las nuevas problemáticas del mundo actual, sobre todo cuando estamos en medio de una invasión de imágenes, producto de los medios audiovisuales. Rescato aquí, también, la visión de Eliade, M.<sup>70</sup> (1999), porque cuando considera que las imágenes son fundamento de todo acto significativo de las personas, hace pensar en las discusiones actuales sobre la importancia de los medios audiovisuales como un referente narrativo de los imaginarios de nuestro tiempo.

El mito está instalado en nuestra modernidad tardía<sup>71</sup>, sobre todo cuando he señalado que la *mass culture* ha copado nuestro contexto cotidiano. Su crecimiento progresivo en cada espacio donde se habita, permite revalorizar el papel que tiene como institución de lo imaginario social, despertando todo un interés en los diferentes campos por la cultura audiovisual.

Se pudiera creer que al vivir en un momento histórico donde se apuesta a la cientificidad el mito quedó atrás, y que las explicaciones sobre los avances de la

---

<sup>70</sup> Para Eliade, M. (1999) la función más importante del mito es revelar los modelos ejemplares de todos los ritos y las actividades del hombre pero que son significativas. En este sentido afirma que no solo es la sabiduría, el arte, la educación y el trabajo, también lo son por ejemplo el matrimonio y hasta la alimentación, porque estas actividades también son significativas.

<sup>71</sup> El término modernidad tardía lo utilizo de manera sinónima con el de posmodernidad, en el sentido de que toda apuesta a la Razón se ha venido desmitificando para hacer surgir otras formas de comprender la realidad, donde la imaginación y el mito toman un nuevo lugar.

tecnología sólo son posibles dentro de un paradigma totalmente racional<sup>72</sup>, esta idea se objeta, porque como dice Maffesoli, M (2002), la posmodernidad se caracteriza por un retorno en espiral de valores arcaicos que acompañan el desarrollo tecnológico. Así, la sociedad vive creando y recuperando mitos; responden a su espiritualidad, capacidad que nunca desaparece del colectivo social. Por esta razón nuestra modernidad tardía no se cansa de demostrarnos cómo los tiempos actuales las imágenes audiovisuales dan cuenta de nuevos resurgimientos del mito. Esto queda de manifiesto al examinar las expresiones de los adolescentes entrevistados, porque gracias al mito le podemos encontrar sentido a los sueños que las imágenes despiertan y evocan en ellos. Durand, G. (2003), de una forma muy atinada se pregunta: “¿Por qué reaparece el mito, traído se entiende, por medios audiovisuales tecnológicos hasta ahora nunca alcanzados, pero reaparece de manera sorprendente, salvaje, imprevisible, en el corazón de la quietud triunfalista del cientificismo vencedor?” (p.35). Yo respondería a esta pregunta diciendo: porque el mito siempre ha estado ahí, aún en las creencias exageradamente triunfalistas y progresivas de la historia, que presumen de ser desmitificantes. Esto mismo sostiene Duch, L. (1998), al afirmar su fuerza en las sociedades antiguas o modernas que presumen de ser racionalistas, porque gracias al mito se legitima la existencia humana, al jugar el papel de regulador, de razón última, y afirma: “Hay cuestiones que la ciencia positiva nunca llegará a resolver definitivamente, a pesar del alud de declaraciones verbales al respecto.”(p.88)

Por esas razones los mitos se instalan en esta sociedad, que no sólo debe estar basada en la lógica y la razón. ¿Acaso no recurrimos al mito para señalar a la etapa moderna como apego a la razón, tratando de encontrar explicaciones dentro del discurso mítico? y así, ¿cada etapa de la humanidad acaso no se explica por los mitos que crea, ya sea en la ciencia, en la guerra, en el arte? Los mitos son profundamente imaginativos, universales y creativos, pero esta afirmación nos

---

<sup>72</sup> Esto también ha constituido una apuesta importante la cual se ha venido modificando conforme las sociedades escapan a visiones deterministas.

debe llevar a reconocer en ellos cierta racionalidad, porque al fin de cuentas son portadores de cierta explicación del mundo. No se puede negar que el mito es una forma de decir qué piensa una sociedad, cómo está estructurada, y esto es una condición suficiente para dar una explicación de la realidad social.

Este planteamiento no es nuevo, por ejemplo Levi-Strauss (1994), recupera de manera magistral la fuerza del mito en el campo de la ciencia, al afirmar entre otras cosas que: “el pensamiento mítico, aunque esté envasado en las imágenes puede ser generalizador, y por tanto científico: también él opera a fuerza de analogía y de paralelos” (p. 41). Esta idea ubica al mito entre la imagen y el concepto, *i.e.*, en la fuerza de lo imaginario.

Esta posición me permite transcribir una idea de Kirk, G. (2002)<sup>1</sup>, para continuar con la argumentación: “Los mitos no son uniformes, lógicos o internamente consistentes; son multiformes, imaginativos y vagos en cuanto a sus detalles. Además, sus énfasis pueden cambiar de un año a otro, de una generación a otra” (p. 32). Esta idea es útil porque: (1) permite afirmar que los mitos no desaparecen, al ser imperecederos sólo se reactualizan de acuerdo a las prácticas sociales, ¿por qué? porque al instituirse tienen el propósito de liberar permanentemente a los individuos, por eso dice Levi-Strauss que son residuos y restos de acontecimientos que se hacen presentes al estructurar de sentido a la realidad. (2) No tienen una secuencia lógica, ni tampoco una respuesta única a los problemas de la sociedad, de ahí que sean utilizables en muchos marcos históricos. Por esta razón los considero un vehículo de lo imaginario social porque son creaciones de sentido de la sociedad, tal y como lo sostiene Eliade, M. (1999).

En otro orden de cosas, cada momento histórico refunda los mitos anclados en el imaginario de la humanidad, pero también cada sociedad instituye los propios, de acuerdo a las grandes transformaciones que viven. Actualmente los medios audiovisuales están revolucionando nuestras formas de estar en el mundo, como lo observamos en los adolescentes consumidores de estos medios. Las imágenes

de la pantalla están en todos lados, en el orden público y en el privado. Esto constituye un gran cambio. Así como la sociedad vivió grandes acontecimientos como la modernidad y la revolución industrial, por ejemplo, hoy los medios tecnológicos están imponiendo un ritmo a nuestra vida mundana, y esto hace voltear la mirada hacia nuestra *profundidad* y encontrar en los mitos, el sentido que le estamos dando a los cambios tecnológicos. Por eso rescato la idea de Durand, G. (2003), de verlos como fuente inagotable de sentidos con el paso del tiempo: “El juego mitológico, con un número de cartas ilimitadas, es redistribuido inagotablemente y, desde hace milenios por lo menos, la especie *Homo sapiens* ha podido confiar y sobrevivir a causa de este “ensueño” continuo, en el cual, por saturación intrínseca o por acontecimientos extrínsecos, se transmite la herencia mítica” (p.41).

Nuestra civilización logra avances científicos y tecnológicos, y en esa medida los mitos retornan a nuestra vida cotidiana y logran ser llevadera la pesadez de una existencia monótona. De cualquier manera los mitos son siempre actuales y se extienden en el tiempo, *i.e.*, se pueden actualizar en X sociedad, no pertenecen sólo a un grupo determinado ni a un tiempo, por el contrario es posible trasladarlos a otros momentos históricos.<sup>73</sup>

Cassirer, E. (1987), también confirma la perspectiva a la que intento llegar en este punto: “Precisamente, los antropólogos y los etnólogos se han sorprendido muchas veces al encontrar los mismos pensamientos elementales repartidos sobre toda la superficie de la tierra y en las condiciones sociales y culturales más diversas” (p.114). Puedo inferir, que el mito, de alguna manera es fundamento de

---

<sup>73</sup> “El pozo de la memoria mítica es “sin fondo”, como lo constata Mann, T. a propósito de las “historias de Jacob”: sea que se encuentre siempre otro Abraham, más anciano que el ancestro de Jacob, sea que se descubra un Abraham entre los tupinambos o en los kirghizes...” (Durand, G. 2003: 55). Esta cita del filósofo francés es demasiado sugestiva porque, entre otras cosas, constata la universalización que alcanza el mito, el cual no tiene una sólo localización ni en el espacio ni en el tiempo. Al retornar provoca nuevos sentidos, nuevos modos de comprender el mundo que muchas veces no son totalmente diferentes tan sólo se unen y se reactualizan en las cenizas de los viejos sentidos.

toda sociedad, aunque cambien los símbolos como afirma Cassirer, E. la actividad mítica es la misma y siempre está ahí.

El mito no es demostrable, como lo es una verdad científica, sin embargo, esto no es obstáculo para que nos enseñe algo sobre la vida de las personas. De hecho cuando la ciencia llega a una situación límite, el mito ocupa de manera atinada su lugar. Él oculta una serie de creencias, costumbres y valores que gozan de amplia aceptación en la sociedad, y a nosotros nos toca desvelar sus sentidos, hacerlo inteligible. Por eso considero pertinente el punto de vista de Abagnano, N. (1987), cuando refiere que los mitos tiene una función y una validez originaria pero en un plano diferente al entendimiento. Como ejemplo de ello están mitos importantes, como el de los orígenes y el fin de los tiempos, que con sólo rastrear la historia de la humanidad nos damos cuenta de su presencia en todas las culturas: griega, azteca, nórdica, mesopotámica, por citar algunas.

Otro momento en la presente reflexión es la pertinencia de recuperar el mito como una interpretación de la *psique* individual, como lo sugiere Kirk, G. (2002). En este caso, lo importante, y lo útil para el propósito de este trabajo, es rescatar los sentimientos de las personas. Aquí busco relacionar el mito con las emociones de las adolescencias. Esto lo podemos descubrir mediante sus vivencias acerca de los medios audiovisuales. Por ejemplo, cuando un adolescente se pone frente a la pantalla, en ocasiones se sienta para ver como su héroe triunfa, utilizando sus poderes sobrehumanos (cyborg), con los cuales logran vencer la naturaleza del mal. El triunfo del héroe tiene un impacto en la mente del espectador, porque en la imaginación del adolescente él es el vencedor, se mira consiguiendo triunfos, sobre todo cuando él manipula el medio para que así sea. Estos efectos no los podemos dejar de lado y sirven para representar cómo existen preocupaciones personales y sociales que encajan de manera significativa en lo que presentan los medios audiovisuales. Desde luego dichas preocupaciones siempre han estado presentes en las sociedades, con sus variantes y matices por los contextos históricos, pero al final de cuentas han recurrido al mito como una estrategia

inconsciente para salir de ellos. La siguiente cita de Kirk, G. (2002), es demasiado persuasiva en este punto:

Los mitos, por otra parte, revelan las tendencias psíquicas normativas de una sociedad, tendencias que incluyen una preocupación por las contradicciones y problemas, tanto sociales como personales. Nada es <<infantil>> en los mitos; por el contrario, revelan las necesidades inconscientes y las fobias de las sociedades modernas igual que de las antiguas, y su expresión alivian las complejidades incluso de la vida actual. (p.78)

Como queda claro, en la idea de Kirk, G. las razones míticas son una referencia imprescindible para que los colectivos sociales encuentren mecanismos para atender sus problemas, las cuales se empatan con otras formas de hacerlo, como la ciencia y el arte por ejemplo; por esta razón tienen un peso serio en lo imaginario, aunque por su naturaleza, constituyen una forma de expresión simbólica diferente, pero finalmente están determinados por la *psique* individual.

Este punto termina con lo siguiente: la cultura audiovisual nos conduce a retornar a la creación mítica. Estoy convencido que no es la única forma de hacerlo, pero su peso obliga a reconocer que es un vehículo de la condición imaginaria del hombre, porque está relacionado con la *creación*. La creencia por la vigencia y utilidad de las imágenes audiovisuales, es algo real y firme, está a la vista de todos, por eso el mito es un recurso que capta y da cuenta de esa creencia y de su sentido. En esta vía de reflexión, Cassirer, E. (1997), afirma que la percepción mítica se impregna de lo emotivo de lo que se siente y se ve; y nosotros lo estamos viendo y sintiendo al exaltar el sentido que los medios tienen como comprensión de nuestro imaginario.

### **5.3 La fuerza de la imaginación**

Para continuar con este eje de reflexiones es importante apuntalar otro elemento fundamental en la discusión: la imaginación. Este concepto constituye un significativo central en la institución de lo imaginario y tiene un papel clave para escapar de una visión determinista. He mencionado que las cosas, las normas, el

tiempo, los valores, que instituyen los adolescentes, a partir de la imaginación, pueden verse desde nuevas perspectivas de análisis. Esta premisa emerge, porque desde esta dimensión las verdades acerca de las cosas están ahí de manera provisional como lo sostiene Vera, J.M. (2001), tienen una vigencia temporal en cuanto que siempre serán objeto de una nueva interpretación por Otros. Frente a lo existente es posible instituir lo nuevo. Bachelard, G. (1989), nos dice que gracias a la imaginación viajamos al mundo imaginario, y sin duda en esto radica una de las ideas principales de Castoriadis, C. (2005b): se rompe con las determinaciones gracias a la imaginación. Ella se encarga de la aparición de nuevos símbolos donde encontramos un componente funcional y otro imaginario, los cuales dan cuenta de lo colectivo y la singularidad. Basándome en estas ideas de Castoriadis, puedo afirmar que la imaginación es la fuente de acciones humanas innovadoras en cualquier grupo social, sean adolescentes, adultos, hombres o mujeres, porque proyecta nuevas posibilidades de Ser. La imaginación rompe con el espejismo racionalista al descubrir nuevas representaciones, nuevas significaciones. La imaginación, inseparable de la psique humana, es la gran subversiva, la gran demolidora de lo instituido, comenta Vera, J.M. (2001).

En este orden de cosas, las adolescencias crean su mundo, lo forman y lo transforman. Gracias a la imaginación, ellos como otros grupos sociales, convierten lo externo en acontecimiento íntimo, en aquello que le es propiamente útil, le confieren valor y significación (Castoriadis, C., 2004), *i.e.*, la exterioridad se interioriza y la interiorización se externaliza. La imaginación entonces, da forma a la realidad exterior, hace de ella una imagen, la organiza, le da sentido permitiendo a las personas crear, por decirlo así, su mundo. El mundo es, gracias a la imaginación radical, fluir ilimitado, porque este mundo no es imaginado de una vez y para siempre, por el contrario está en constante transformación.

A diferencia del pensamiento formal, la imaginación no determina, por el contrario se puede argumentar que siempre sorprende, no es predecible, depende de los acontecimientos históricos y culturales, de los marcos referenciales de las

personas, *i.e.*, los acontecimientos sociales no están sujetos a explicaciones causales, sino más bien a muchas posibilidades, tantas como grupos o personas sean, porque son éstos mismos los que inventan su imaginaciones.

Desde esta perspectiva, la imaginación permite, por ejemplo, que los adolescentes puedan modificar las normas establecidas, porque pierden precisamente ese rasgo de esencialidad para comprenderlas de acuerdo a su medio social. Merced a ella se crean otros imaginarios, otras formas de mirar lo que sucede todos los días en el espacio donde se ubiquen. Los contextos cotidianos van marcando las subjetividades, porque con la imaginación abandonamos el mundo ordinario de las cosas (Bachelard, G. 1989), para entrar a un mundo donde la realidad se ve de manera diferente. Estas ideas acercan a la dimensión ontológica de Castoriadis, C. (1998a): lo cotidiano no es algo determinado sino contingente, lo caracteriza lo distinto, muchas formas de ser. Gracias a la imaginación es posible sospechar, como ya lo mencioné, del elemento racional y convertir lo imaginario en fuente de conocimiento de lo histórico-social, porque es posible ir más allá del saber establecido. Así, la imaginación también permite ubicar lo histórico social como la posibilidad de diferentes formas de la existencia humana. (Castoriadis, C. 2005a)

En esta misma concepción se ubica Bueno, M. (2006), al manifestar que la imaginación ayuda a comprender por qué los sujetos actúan de determinadas maneras, los acompaña en su sentido de proyección, lo cual provoca a su vez un sentido de pertinencia, constituyendo de esa manera un impulso para la acción. Esto puede entenderse de manera concreta en cómo, por ejemplo, los jóvenes consumidores pueden crearle sentido a lo que miran en la pantalla, sea televisión, cine o Internet; de lo visto pueden elaborar significaciones del tiempo, su sociabilidad con los pares, las normas escolares, *i.e.*, imaginan cosas y por tanto construyen sentidos.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Para Bueno, M. (2006), los media influyen en la acción de la imaginación, la necesidad de desplazarse en sentido real y virtual. Por estas razones las imágenes, los escenarios, los modelos y las narraciones que pasan a través de la mediación de masas, como son la televisión, la radio, la



Dentro de esta visión enmarco a Bachelard, G. (1989), cuando dice que la imaginación es la invitación a un viaje que nos lleva más allá de la realidad objetiva. Sólo ella es capaz de captar el paso continuo entre lo real y lo imaginario. Esa movilidad de la imaginación no es descripción de lo real, comenta el filósofo francés, porque: “El auténtico viaje de la imaginación es el viaje al país del imaginario, al dominio de éste”. (p. 13).

#### **5.4 Imágenes audiovisuales y virtualidad: el sentido de una nueva realidad**

Desde la antigüedad, las imágenes en su variedad han sido un recurso importante en las sociedades, ya sea como instrumento de poder, de disfrute y goce o bien de crítica. Observamos que han estado ahí, siempre presentes en la historia, en la religión, en el arte, la filosofía, la literatura y hoy, gracias a los medios audiovisuales, un tipo especial de imágenes aparecen con fuerza. La postura de Rojas, M. (2006), es útil para comprender por qué tienen esa influencia en los espectadores: “Útil eficaz de evangelización, expresión visible del poder, instrumento de manipulación de la opinión, referente de cohesión indispensable a la existencia del grupo social, la historia de la humanidad aparece marcada por la fuerza y el poder de la imagen” (p. 113).

Este fragmento de Rojas, M. sirve para comprender por qué el culto a la imagen audiovisual. A pesar de qué cada momento histórico configura su cultura de lo visual, en estos momentos prevalece la idea de que hoy pesa más que nunca. Parfraseando a Sartori, G. (2005), diré: es suficiente con ver la imagen. La gran riqueza de las imágenes audiovisuales produce formas de comprender el mundo, constituyen un código universal recreando el futuro y el pasado sin ningún esfuerzo de reflexión, entre otras cosas, llegan, por ejemplo, a tomar el lugar del libro para generar conocimiento.

---

prensa y la Internet crean un nuevo orden en la producción y construcción de las intersubjetividades actuales.

Las imágenes audiovisuales nos han colocado frente a un debate importante acerca del drama de la realidad. ¿Por qué lo considero así? Porque las discusiones ontológicas se relacionan con lo que vemos, como lo expresan los adolescentes, con las cosas del mundo presentadas por las pantallas (Balandier, G. 1994). Comparto la tesis de Maldonado, T. (1999), en el sentido de que nuestra experiencia con el mundo real no puede desaparecer de golpe a pesar de la fuerza que cobra en nuestro imaginario el mundo virtual gracias a este tipo de imágenes. Sin embargo: “Cada día verdaderamente nos resulta más difícil distinguir los simulacros de acontecimientos y los acontecimientos mismos” (p. 18). Tenemos entonces un mundo donde se vuelven posibles conocimientos y experiencias que antes eran imposibles, *i.e.* en esa ficción lo imposible su vuelve posible. “Las realidades virtuales deshacen nuestro vínculo con el mundo de las cosas y de los cuerpos, disminuyen cada vez más nuestras posibilidades de experiencia con el mundo físico” (ibid. p. 76). En esta dirección las imágenes audiovisuales colocan a los adolescentes consumidores en la incertidumbre de qué tipo de realidad están viviendo, porque al parecer es en la pantalla donde encuentran el *sentido* de lo social.

En este marco de reflexión, no se puede hacer a un lado que los medios audiovisuales, como se sabe, tienen ya una inversión de tiempo, pero en estos momentos cobra relevancia el papel que tienen en la asombrosa representación de la realidad, provocan un *circuito de realidades* influyendo en la imaginación del espectador. En ocasiones puede ser una realidad fragmentada con situaciones ficticias donde las imágenes audiovisuales, como dicen los adolescentes, presentan personajes que “lo pueden todo”. En otros casos provocan que estos consumidores se identifiquen con lo visto y puedan lograr virtualmente lo que es imposible en la realidad. Esta reflexión se relaciona con la siguiente tesis de Balandier, G. (1994): “A las ideas las han sustituido personajes que captan la atención e impresionan la imaginación” (p.118).

¿Por qué atrae lo virtual? Para responder a esto, retomo una tesis de Deleuze, G. (1996): en lo virtual hay más que en lo real, porque lo virtual contiene lo real y algo más, es de otra naturaleza desde el punto de vista ontológico; este algo más nos da la posibilidad, también, de poder anticiparse a los acontecimientos

## **5.5 Los relatos de las imágenes audiovisuales**

Desde mi propio ángulo de reflexión, y con base en los comentarios de los adolescentes entrevistados, los medios audiovisuales actualmente encarnan en las imágenes de las pantallas una nueva forma de relatar ¿cuál es ese tipo de relato? El desplazamiento a un relato fragmentado, tal vez por esta razón resulta fascinante para un adolescente espectador y termine imponiéndose con fuerza en sus gustos. Este relato, por otra parte, entraña una nueva forma de representarse la realidad y por tanto determina una nueva forma de comunicación (Barbero y Rey, 1999). Lo fascinante de este relato es que recupera, por una parte, lo ficticio y por la otra lo espectacular. ¿Acaso las imágenes de la pantalla no reúnen estas dos características? De manera especial, cuando escucho los comentarios de los adolescentes sobre las series animadas esto se puede ejemplificar. Lo significativo en esta perspectiva está en la pasión por el *relato* de este tipo de imágenes. Ahora las historias que se viven se cuentan por los colores, los sonidos y la superposición de realidades, provistas por las pantallas, difícilmente se puede encontrar sentido a la realidad sino es a través de este tipo de *narraciones*: "...que a la vez reflejan la realidad histórica y psicológica de los miembros de una sociedad moderna y disponen del poder mágico de una creación imaginaria" (Eliade, M. 1999:182).

La temporalidad también se vive de otra manera, porque no es el tiempo histórico y personal con el cual los adolescentes, por ejemplo, van a la escuela, ahora es el tiempo narrado por las imágenes de las pantallas, volviéndose ajeno y extraño, porque cada relato audiovisual tiene un tiempo particular donde el antes y el después son simultáneos. En esta línea de análisis se puede afirmar que estas

imágenes todo lo construyen, todo lo codifican, de esta forma el adolescente espectador ya no se preocupa por construir el relato, porque *está ahí*, esa es la gran virtud de las imágenes audiovisuales: lo seducen y lo convencen.

### **Las imágenes audiovisuales y las adolescencias**

Las imágenes audiovisuales están instaladas en los espacios por donde circulan los adolescentes, *e.g.*, donde establecen sus relaciones cotidianas, ya sea en la escuela, con la familia y los amigos; constituyen un dispositivo para establecer sus actuaciones, con ellas comparten los significados de las cosas que hacen. Este intento por descubrir la realidad expresada a través de las imágenes audiovisuales (Rojas, M. 2006), nos habla de un cambio fundamental en la concepción de las personas. El sentido que se encontraba en las palabras, pareciera hoy buscarse en las imágenes de los medios; por esta razón Sartori, G. (2005), observa que las imágenes tienen una fuerza mayor que las palabras. Con dichas imágenes, por ejemplo, la búsqueda de la identidad en los adolescentes es una búsqueda que presenta otras condiciones de realización, nuevas formas de mostrarse ante el mundo social. Me permito conjeturar que en alguno de los roles de las pantallas están presentes los roles sociales que asumen nuestros adolescentes.

Esta cultura audiovisual, genera sus propias temporalidades por eso la hacen diferente a otros formatos culturales como por ejemplo el libro, colocándonos muchas veces en una *cultura de la velocidad* informativa, porque ahora, si un procesador es más veloz resulta ser mejor. Esto es paradójico porque la sociedad busca un mundo más tranquilo y lo que atrapa a las adolescencias es la velocidad. En otro orden de ideas, cuando un adolescente está en la Internet se encuentra ante la expectativa de lo que va a encontrar en el procesador, y sabe que en ese mismo instante otro igual que él, en otra ciudad y en otro continente, también busca oportunidades de información y de diversión y existe la posibilidad de encontrárselo. Pero además lo nuevo es algo que buscan en la Internet superando otros bienes simbólicos, inclusive a la televisión. La Internet y los videojuegos, por ejemplo, han formado territorios virtuales movilizandolos ideas, opiniones y nexos

sociales; han abierto la posibilidad de instaurar nuevos procesos comunicativos de tipo transnacional. (Bueno, M. 2006). La idea de encontrarse con algo no conocido, es una buena razón para estar frente a estos medios. ¿Acaso no es interesante descubrir cosas nuevas? Tal vez alguien no pueda estar de acuerdo, pero en un adolescente lo nuevo tiene en sí mismo algo de fascinante.

En esta línea de argumentación puedo sostener que la cultura de las imágenes audiovisuales nos ubica en una nueva perspectiva sobre las adolescencias, porque al ser uno de los principales consumidores, se les incorpora a una nueva dimensión cultural, a tal grado que estamos, como señala Feixa, C. (2003), ante una nueva *visión virtual de la edad*, porque precisamente reconocemos en ellos los principales usuarios. Esto es, la pantalla es un indicador actual para referirnos a las adolescencias, y al revés, las adolescencias nos remiten al consumo de las imágenes audiovisuales. Las pantallas tienen un papel hegemónico en la cultura audiovisual, porque a partir de ellas se logra plasmar una visión del mundo, una realidad creada a base de impresiones de las imágenes, donde otras posibilidades de sentidos quedan sometidas a ésta. Obviamente, en estas reflexiones cabe la tesis de que sólo se puede explicar *lo visto*. Por estas razones el adolescente vive inspirado en la imagen óptica, es su forma de estar en el mundo, de reconocerse como parte de él.

Las imágenes audiovisuales, luego entonces, se convierten en un nuevo referente de sentido sobre las adolescencias, de sus gustos y comportamientos, que para algunos, como Condry, J. y Clark Ch. (2006)<sup>75</sup> por ejemplo, deslegitiman, entre otras cosas, los códigos morales instituidos por la sociedad y se establecen otros. La instauración de nuevos significados, en los adolescentes, a partir de dichas imágenes, debe tener un valor fundamental, porque se imaginan que eso es lo importante; al oponerse, entre otras cosas a lo *viejo*, a las valoraciones relacionadas con el mundo instituido. También tendrá valor lo más rápido, lo veloz,

---

<sup>75</sup> En general estos autores coinciden que a cambio de pequeñas dosis de verdad, la televisión, por ejemplo, transmite mucho de falso y distorsionado, tanto en materia de valores como de hechos reales.

porque transgrede el tiempo real. Esto lleva a sostener que las imágenes de los medios audiovisuales deben crear nuevas formas de comunicación, de acercamiento con los Otros, pero además de eso actualizan mitos observados en nuevas estrategias de participación y consumo, generando formas de conocimiento, contrarias, muchas veces, a lo que enseña la escuela. Sin preámbulos, lo imaginario se encarna en otras emociones y sentimientos en los *chavos*, que hablan auténticamente de sus interpretaciones y representaciones de la realidad social.

Me surge otra pregunta: ¿qué es *común* en los adolescentes a partir de las imágenes audiovisuales? Una serie de significaciones, producciones de sentido que los caracterizan y se observa en sus lenguajes, normas y valores que *los hace* como personas, los configuran dentro del grupo social. La institución de estas significaciones los distingue en la sociedad y, como parte del grupo, están en condiciones de reproducir lo que ellos mismos han instituido. El imaginario radical remite a la capacidad imaginante, *i.e.*, a la invención y creación de figuras, héroes, formas y valores, a la producción, más tarde, de significaciones colectivas, como sostiene Fernández, A. (1994). Me parece apropiado señalar que las imágenes audiovisuales suponen el nacimiento de nuevas significaciones imaginarias sociales modificando la interpretación y la representación que ellos tienen de la realidad social, del tiempo, de las interacciones sociales, y de otros valores que son parte de la sociedad. Pero ¿estos nuevos imaginarios crean nuevas formas de convivencia que permitan la realización plena de las adolescencias? ¿Qué roles mitifican en la sociedad?

Concluyo este capítulo meditando que los imaginarios constituyen un elemento comprensivo para dar cuenta de muchos de los sueños de los adolescentes en la actualidad. Es un producto de la imaginación que interroga sobre el presente de este grupo social, el cual ya no puede ser comprendido solo mediante estudios de carácter meramente cuantitativo, sin considerar *lo otro*. Los avances de los medios audiovisuales invitan a un nuevo replanteamiento sobre los imaginarios

instituyentes en las adolescencias de escuelas secundarias que viven en el medio urbano, por ese consumo cotidiano que caracteriza a muchos de ellos, de ahí la pertinencia de interrogar su mundo desde la mirada de lo imaginario, porque de esta forma es posible comprender algunas actitudes en ellos, como son su postura ante el conocimiento, la construcción de sus identidades, la recurrencia al mito, sus nuevas formas de socialización y los entretenimientos que caracterizan esta modernidad tardía.

## VI. DE LOS IMAGINARIOS ESCOLARES A LOS TIEMPOS DE LOS IMAGINARIOS AUDIOVISUALES

En este capítulo, me concentro en presentar una serie de información, después de haber aplicado los dos instrumentos diseñados de acuerdo al programa de investigación. La construcción de cada uno de los apartados del siguiente capítulo se definieron considerando lo siguiente: la oposición fue surgiendo entre las expresiones de los adolescentes, la cual se hizo evidente conforme se establecían las relaciones entre las experiencias, los conceptos y posteriormente las subcategorías, siguiendo la propuesta de Flick, U. (2007). Este análisis, me llevó a formular que dicha oposición estaba presente en palabras como las siguientes: libro-internet, hombre-mujer, atractivo-aburrido, tiempo lento-tiempo rápido, tristeza-alegría, fácil-difícil, entre otras. Por tanto, este elemento fue fundamental para formular las categorías genéricas que estructuran el capítulo. El otro elemento para configurar las categorías finales fue el contenido de las expresiones de los adolescentes<sup>76</sup>. Conforme se hacía el análisis de las correspondencias y diferencias entre el material empírico de los dos instrumentos aplicados, se encontró en la información preocupaciones de los estudiantes vinculadas con el conocimiento, la identidad, la socialización, el tiempo, el significado de la realidad en los medios, el entretenimiento, el consumo a solas o acompañados, la posibilidad de vivir o no vivir con los medios audiovisuales. Así, las interpretaciones del material encontrado permitieron identificar esta serie de categorías particulares que se profundizaron a lo largo del proceso de interpretación, y que posteriormente se articularon en el presente capítulo, para poder realizar el proceso de comprensión de las significaciones imaginarias alrededor de los medios audiovisuales. El procedimiento para llevar a cabo la codificación y categorización de las declaraciones y expresiones de los

---

<sup>76</sup> Las expresiones de la entrevista me permito presentarlas agrupadas en un cuadro, para diferenciar las viñetas producto de los grupos de discusión.



estudiantes se presenta en los cuadros No. 5 y 6 que aparecen en la parte final del primer capítulo. De esta manera, tanto el título del capítulo como de cada uno de los subtítulos recuperan la experiencia de los estudiantes que participaron en la investigación.

Es conveniente aclarar que algunas de las respuestas ha sido posible agruparlas, porque los puntos de vista de los entrevistados de las cinco escuelas así lo permiten. Solamente se presentan los datos de manera particular -por escuela- al momento de verificar diferencias significativas. Cuando las respuestas entre *ellas* y *ellos* presentan singularidades opto por ordenar los datos por género. Las expresiones de las adolescencias tienen cierta carga de afectividad, pero eso hace precisamente que sus opiniones tengan acentos importantes en un punto de la discusión o en otro, elemento también a tomar en cuenta para la construcción de categorías.

### **6.1 El nuevo encanto de acercarse al conocimiento**

Interrogantes como, ¿por qué buscan información la Internet?, estar frente a una máquina ¿qué experiencias despierta? ¿Qué valor le dan? ¿Por qué resulta ser gratificante buscar información en la Internet? ¿Qué simboliza tener una máquina que brinda amplias posibilidades de conocimiento? fueron algunas preguntas que se construyeron conforme realicé el proceso de interpretación y procesamiento de la información. Dichas interrogantes hicieron posible agrupar la incidencia y similitudes de las posiciones de los estudiantes durante la entrevista y los grupos de discusión y definir una categoría relacionada con el conocimiento. El punto de partida fueron expresiones como las siguientes: “viene de todo”, “está más completo que los libros”, “hay muchas páginas sobre el tema”, “en el internet tienes otras expectativas que en los libros”, “es un medio de fácil acceso”, “hay muchos sitios para buscar en la web, “te da los datos que necesitas”. Como se puede observar las expresiones de los adolescentes giran en torno a los significados que tiene para ellos estar frente a una máquina que despliega la información necesaria. Aquí encuentro cómo en el plano de lo imaginario se

cumplen algunos deseos de los adolescentes, como son conocer todo, explorar todo y, sin duda, inventar cualquier realidad.

El interés que ellos manifiestan por las diversas formas de conocer encarna la preocupación de los diferentes grupos sociales<sup>77</sup> por el conocimiento. Prevalece en la dimensión imaginaria que el conocimiento, al menos en la sociedad moderna y posindustrial, es un ingrediente de la humanidad, capaz de resolver muchos de sus problemas. De ahí la preocupación permanente por generar mecanismos para hacerlo posible. Ya sea a través de arcillas, códigos o libros, su propagación históricamente ha interesado a amplios sectores de la sociedad, por esta razón se buscan estrategias cada vez más sofisticadas y al mismo tiempo más extendidas para llegar a él. El conocimiento de alguna manera seduce al hombre, es quizá uno de los mecanismos más claros de sentirnos parte de un colectivo: compartimos saberes, y esto en parte nos identifica. Ahora estamos frente a la Internet, recurso que persuade para acercarnos a otras formas de llegar al conocimiento, convirtiéndose en la nueva utopía para alcanzar su dominio, esto obliga a encarar la siguiente pregunta: ¿qué significaciones imaginarias logra instituir en quienes lo han convertido en un recurso de uso cotidiano?

### **Del libro a la Internet**

Las posiciones de los estudiantes entrevistados de considerar la Internet como el medio audiovisual más importante para la búsqueda de información reflejan la utilidad que este medio tiene en la sociedad actual. Cuando citan: “es donde puedo encontrar más completa alguna investigación o tarea”, “la información es más extensa”, “porque es más exacta y moderna la información”, constatan el imaginario instituido a su alrededor de ser un medio imprescindible en nuestra vida doméstica. Este es un buen argumento para que en el contexto actual, la Internet tenga una amplia aceptación como un recurso pertinente para la enseñanza. Ningún otro medio audiovisual, en mi opinión, cuenta con ese respaldo social, a

---

<sup>77</sup> La necesidad de conocer en sus diversas formas tiene, y siempre ha tenido, como propósito encontrar maneras de hacer más llevadera la vida del hombre. Por esta razón, se da en las sociedades esa persecución incesante e insatisfecha del saber, ya sea para vivir mejor o para satisfacer su espíritu de búsqueda.

pesar de la controversia a su alrededor (Piscitelli, A. 2002; Pérez, T. 2003, Roszak, T. 2005; Baudrillard, J. 2004). Quizá dicho argumento es un referente fundamental en las políticas públicas sobre educación básica, porque es valorado como un recurso útil para modernizar los procesos educativos. Uno de los ejemplos más palpables es el programa Enciclomedia<sup>78</sup>, impulsado en nuestro país por el gobierno federal. Los adolescentes que participaron en este estudio, comparten ese imaginario instituido en la sociedad de ser, entre los medios audiovisuales, el más apropiado para apoyar los procesos educativos. Y esta valoración se confirma, cuando el 100% de hombres y mujeres de las cinco escuelas donde se realizó el trabajo de campo, contestan que la Internet es el único recurso que puede apoyarlos en sus tareas. Este medio es considerado, entonces, por este reconocimiento social como un *buen recurso*, frente a otros como la televisión y los videojuegos, e.g., que tienen condición de ser más bien apocalípticos, retomando este concepto de Eco, U. (2006). Tal vez, desde sus orígenes, éstos nacieron con esta valoración social, vinculados fundamentalmente al entretenimiento; mientras la Internet ha tenido a su favor no solamente eso, también surgió como una expectativa relacionada con la información y el trabajo.

Lo anterior se fundamenta en la postura de estos adolescentes, porque es visto como un medio de consulta cotidiano, no solo para el entretenimiento, sino para la búsqueda del saber, llegando a sustituir parcialmente a los libros, sobre todo en

---

<sup>78</sup> **Enciclomedia** constituye la edición digital de los Libros de Texto Gratuitos de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Su característica principal es que ha vinculado a las lecciones de los libros con los que año con año trabajan niños y maestros en todo el país, diversos recursos didácticos como imágenes fijas y en movimiento, interactivos, audio, videos, mapas, visitas virtuales, recursos de la enciclopedia Microsoft Encarta®, entre otros más. [http://www.enciclomedia.edu.mx/Conoce\\_Enciclomedia/Que\\_es/index.html](http://www.enciclomedia.edu.mx/Conoce_Enciclomedia/Que_es/index.html)

las actividades extra-áulicas. Al respecto son esclarecedores, en la entrevista, los comentarios de los adolescentes con relación a sus experiencias de por qué la Internet se está convirtiendo en el medio más importante para buscar información:

Porque viene de todo lo que buscas y es fácil acceder a él, y no tienes que buscar en libros, bibliotecas.

Porque está más completo que los libros.

Porque sacas todo lo importante y no te enfadas como cuando buscas en los libros.

Ahí viene mucha información y te da todos los datos que necesitas.

Porque viene más resumido que en las enciclopedias.

Si ocupas algo de tarea lo puedes buscar más rápido que un libro.

[Entrevista]<sup>79</sup>

Estas expresiones connotan la significación imaginaria que encarna la Internet en los adolescentes: la de ser un medio *omnisapiente*, porque todo lo sabe y es posible acceder a cualquier información, es un medio apropiado para la búsqueda, porque no *enfada*; esto hace que le atribuyan un valor positivo en cierto sentido contrario a los libros y a la escuela. Su poder, tal como es valorado por este grupo de estudiantes, da cuenta de la fuerza que cobra en los tiempos recientes, al ser una nueva entidad del *saber absoluto*. En mi opinión, por esas razones expresadas por ellos y ellas, resulta de alguna manera convincente, porque al presentar algunas características como “saberlo todo”, “ser más completo y menos aburrido”, como lo arguyen, encarna lo que se busca al momento de hacer un trabajo escolar: poder hacer sin dificultades la tarea. En eso radica parte de su seducción, porque para los adolescentes, al no tener límites, límites que sí tienen otras fuentes de consulta, porque: “ahí te salen las cosas que necesitas, y más rápido que los otros medios”, “es que la información que viene allí es bastante”, “ahí tienes la paciencia de escoger lo que más te convenga” como lo sostienen, lo

---

<sup>79</sup> Es importante señalar que las viñetas relacionadas con la entrevista semiestructurada se presentan agrupando las opiniones de los estudiantes de las cinco escuelas, por esta razón no se especifica el número de la entrevista, ni la fecha. Las cinco entrevistas se realizaron en un periodo comprendido del 02 al 27 de noviembre del 2007. Lo importante, de acuerdo a los objetivos de la investigación, es presentar la información integrada primero, en unidades de análisis y segundo, darle sentido a las categorías creadas de manera conjunta con la información obtenida en los grupos de discusión.

vuelve altamente atractivo. “Accesar” a la Internet, por tanto, es para poder estar informado, mantenerse al día de lo que sucede en otras latitudes, dar un paso más allá del aquí y el ahora.

Sus experiencias, con este medio, confrontan a los adolescentes con relación a lo que para algunos de ellos simboliza la escuela: el mundo de la pasividad y receptividad. Mientras la Internet, retomando sus expresiones, encarna lo contrario, pone en juego sus sentidos de manera activa, interactúan de manera diferente, ellos deciden qué y cómo. En el salón de clases se les exige sumisión a las órdenes del profesor. Así, confrontan estos dos procedimientos para acceder al conocimiento:

H<sub>1</sub>: En el salón de clases haces lo que el maestro dice, y en el Internet lo que quieres.

M<sub>1</sub>: Sí, aparte, luego los maestros quieren llegar a donde ellos quieren.

M<sub>2</sub>: Porque en el salón de clases tienes la presión del maestro, de que si no le entendiste algo, él sigue adelantado, y ya tienes como la desconfianza de regresarte... donde no le entendiste como para preguntarle.

H<sub>2</sub>: Tienes que preguntar.

M<sub>4</sub>: Pues a veces... te dicen que ya te explicaron y ya no te vuelven a explicar.

(Gpo. de discusión 011-04-08)<sup>80</sup>

Sin lugar a dudas, estos comentarios se limitan a estudiantes de escuelas secundarias urbanas, porque llegan a establecer este tipo de vivencias. Con base en sus puntos de vista, los adolescentes oponen sus experiencias escolares, al sostener de alguna forma que el aprendizaje en la escuela está supeditado al qué, cuándo y cómo del profesor, frente a otras maneras de aprender más lúdicas y creativas. La máquina es, por tanto, más paciente y amistosa: “Porque si no le entendemos podemos verlo otra vez”, “es más cómoda” dicen. Anoto esto, porque los libros se relacionan con la escuela, por eso tal vez éstos les resulten “cansados”, como los adolescentes lo citan, al momento de ser consultados. Con

---

<sup>80</sup> Las opiniones de los adolescentes las presento utilizando claves que hacen referencia a si el informante es hombre o mujer, porque de acuerdo a los objetivos del estudio no se requiere otro tipo de información relacionada con ellos. Por ejemplo: M1 si la informante es mujer y fue la primera que habló en el grupo de discusión. H2 para referirme a un hombre y el orden al tomar la palabra.

base en sus expresiones son posibles ciertas valoraciones con relación a la escuela y la Internet, mismas que concentro en el siguiente cuadro, aclarando que quizás dichas valoraciones no son resultado de una reflexión profunda por parte de los adolescentes:

*Cuadro No. 11 Valoraciones sobre la Internet y la escuela*

<b>Experiencia</b>	<b>Valor</b>	<b>Escenario</b>
Pasividad	-	Escuela
Decisión del alumno	+	Internet
Aburrimiento y enfado	-	Escuela
Cansancio	-	Escuela
Búsqueda fácil	+	Internet
Decisión del profesor	-	Escuela
Presión	-	Escuela
Información diversa	+	Internet
Sumisión	-	Escuela

+ positiva – negativa

Después de examinar sus valoraciones surge la interrogante, ¿qué significa para ellos acceder al conocimiento mediante la Internet? A partir de sus expresiones infiero que es hacerlo de la manera más rápida, fácil y sin la presión de una tercera persona.

Estamos observando que el conocimiento se adquiere ahora mayormente a través de las páginas visuales y auditivas. Por esta razón se vuelve importante aprender a *hojear* el ordenador. En este caso muchas veces ya no interesa ir a una biblioteca y saber buscar un libro, ahora importa saber navegar; se debe aprender a comprender las páginas de la Internet para no ser ile-internauta,<sup>81</sup> se requiere: “saber manejar la computadora”, “saber leer páginas del Internet”, “conocer las diferentes direcciones”, según la postura de los jóvenes entrevistados, al momento de discutir con ellos este punto. En estas expresiones se puede apreciar la emergencia de una simbolización que instituye un nuevo sentido con relación al texto, porque ahora se ve en lugar de leerse. Por consiguiente, este grupo de jóvenes no se preocupan por encontrar información en un documento escrito, porque la Internet les brinda de manera automática lo que buscan, ahora es la

<sup>81</sup> En épocas pretéritas cuando una persona no aprendía a leer era reconocido como un iletrado; en los tiempos actuales no saber manejar la máquina constituye algo irreverente, sobre todo para los adolescentes, por esta razón el nombre de ile-internauta.

nueva alternativa para acceder a ella. Se puede inferir que la geografía del conocimiento se está limitando a un medio que todo lo puede hacer por ellos, permitiendo ahorro de energía, como escribe Pérez, T. (2003).

Al analizar esto detenidamente, nos encontramos, por tanto, con un orden diferente, donde se instituyen nuevas formas de acercarse al conocimiento. La Internet de alguna manera hegemoniza y homogeniza el mundo de la información, en una sociedad dispuesta a encontrar fácil y rápido las cosas, desplazando poco a poco otras condiciones de simbolización. Por otra parte, sus afirmaciones encarnan la nostalgia, que siempre ha caracterizado al hombre, de lograr el conocimiento de cualquier cosa. Esta búsqueda simboliza lo que me atrevo a llamar el imaginario del conocimiento en su versión electrónica, porque la información es variable y de esa variedad de información ellos pueden escoger. Esta idea la constatan ellos mismos al referirse a la Internet:

H<sub>8</sub>: Es un medio muy abierto y que brinda mucha información.

M<sub>2</sub>: En el Internet... cualquiera puede meter la mano en el Internet.

H<sub>1</sub>: Y porque según yo, este... que está más al alcance de todos.

M<sub>4</sub>: Porque si no le entendemos podemos verlo otra vez.

M<sub>8</sub>: Nomás pones un buscador y ya.

H<sub>7</sub>: Y ya se encuentran.

M<sub>6</sub>: Nomás pones el título de lo que quieres.

M<sub>7</sub>: Escoges lo que más te convenga.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

De acuerdo a estas expresiones la máquina simboliza ser una fuente abierta para el conocimiento y se opone a otro mundo del saber que para estos adolescentes en cierto sentido se vuelve tradicional, y entraña lo que denomino el imaginario del conocimiento en su versión escrita, porque encarna otro modo de acceder al conocimiento simbolizado principalmente por el libro, que tiene una estructura acotada; los siguientes comentarios advierten esto:

M<sub>3</sub>: En sí en el Internet también lees, pero en la enciclopedia da flojera, porque las enciclopedias son muy grandes y tienen muchas letras, hay más letras que imágenes, hay que buscar, y lo que nos llama la atención son las imágenes que hay en el Internet.

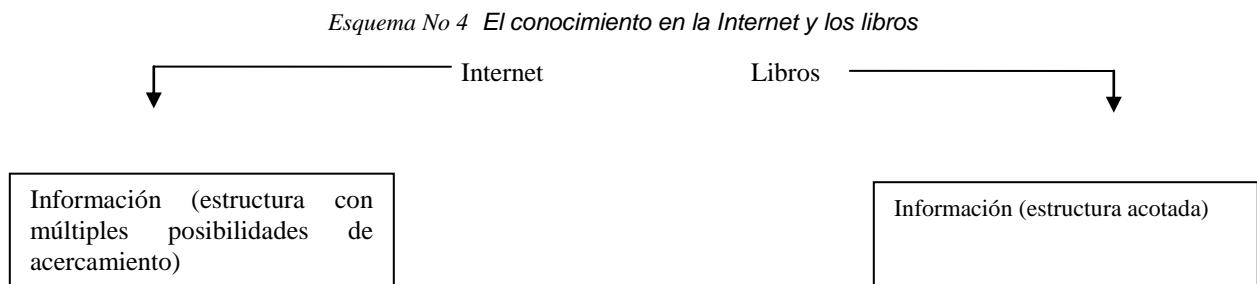
M<sub>2</sub>: El Internet sí...sí lo explica. En el libro tienes otras expectativas que en el Internet.

H<sub>3</sub>: En las enciclopedias faltan ilustraciones, información y... no sé... es más difícil.

H<sub>7</sub>: En el libro tienes que andar buscándolo en el índice, por los temas, hasta que encuentras la parte, la porción que necesitas de la información, y la tienes que copiar o la tienes... que subrayar y en el internet pues pides eso y ya te lo imprime.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

De lo anterior se puede inferir que el conocimiento en su versión electrónica les es más significativo y fácil; en su versión escrita es más difícil y menos motivante. Esta idea se grafica en el siguiente esquema:



Pero conviene recordar que en el imaginario social el libro viene a ser el modelo de acercamiento más apropiado para la reflexión (Piscitelli, A. 2002), pero con la máquina, al obtener información de forma muy rápida se dibujan otras maneras de pensamiento y meditación, tal vez por estas razones determinados grupos de adolescencias no tienen dificultades en reconocer otras maneras de acceder al saber mediante la máquina; con sus comentarios advierten sobre el conocimiento en su versión electrónica:

Es un medio de fácil acceso, puedo encontrar más fácil lo que busco. Con él se busca luego... luego y tiene la información más importante. Es práctico y por lo regular hay muchas páginas sobre el tema, hay imágenes y no es necesario leer dos o tres libros. Es más fácil acceder a él. Porque ahí viene mucha información y tengo más de donde escoger para hacer mejor un trabajo. No tienes que resumir en el libro o en otro lugar, y nomás lo puedes pegar. Es más completa la información, y hay muchas más adiciones para buscar la información, hay muchos sitios para buscar en la web, para buscar todo sobre eso.  
[Entrevista]



Estas expresiones connotan la idea de que solo se entra a la máquina y el conocimiento está a la disposición de todos. Pero, ¿qué nuevas operaciones cognitivas se requieren para lograrlo? El surgimiento de operaciones cognitivas que reclaman la perfección de ciertas habilidades como “la rapidez”, “la discriminación de páginas”, “guardar información en archivos” y “saber buscar bases de datos”, entre otros retos que impone acercarse ante un recurso diferente. Como se observa, estamos frente a la construcción de nuevas estructuras cognitivas surgidas a partir de acceder a otras formas de conocer, que se ensamblan con otras existentes, donde el libro sigue siendo una experiencia central. Pero además, la Internet les promete formas un tanto diferentes de acercarse al conocimiento, cada adolescente lo hace a su modo, ordena la información como él quiere y esto se opone al orden secuencial como lo presenta el libro, tal y como lo sostiene Piscitelli, A. (2002).

En otro orden de ideas se puede apreciar cómo la Internet despierta cierta confianza para acercarse al conocimiento instituyendo el imaginario de *saber muchas cosas*, las cuales son ciertas. La Internet en algún sentido, les hace vacilar si los libros y la escuela pueden tener esa certidumbre. Con el propósito de corroborar más sobre este asunto insistí en los grupos de discusión sobre esta percepción y se observa lo siguiente:

Mtro. ¿Por qué no les creen a los maestros?

M<sub>4</sub>: Pues a veces... te dicen que ya te explicaron y ya no te vuelven a explicar.

Mtro: ¿Pero les creen?

M<sub>4</sub>: Pues...

M<sub>3</sub>: En el Internet si buscas información de algún tipo de tema en general, te la da rápido, y los maestros, si les preguntas, muchas veces no saben.

Mtro: ¿Los maestros no saben?

M<sub>1</sub>: Cosas que queremos saber distintas a la escuela o no sé.

H<sub>2</sub>: Yo pienso que el maestro tiene razón, es mejor la escuela, porque a veces este el Internet puedes buscar algún tema no sé, pero no estás solamente enfocado, este, en la página que es el estudio, sino que a veces te puedes meter a otras cosas, y en la escuela sí, sí te puedes, o sea, te enfocas especialmente en el estudio.

Mtro: Tú quieres decir algo.

H<sub>3</sub>: El maestro a veces explica mejor, bueno... depende.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como se registra en este diálogo, para ellos la Internet tiene ciertas ventajas y finalmente reparan en ellas, mientras en la escuela la figura del profesor encarna ciertas actitudes valoradas de forma negativa que explican los desaciertos ocurridos en el salón de clases. Quizá por estas razones, fácilmente establecen las diferencias entre estas dos experiencias de aprendizaje, aunque el cuestionamiento los hace vacilar y aceptar que la escuela también tiene sus virtudes. ¿Qué significa este tipo de valoraciones? Esta pregunta sugiere la siguiente reflexión a manera de hipótesis: No es necesario fundamentar que la escuela tradicionalmente ha sido depositaria de una serie de afectos y valoraciones por parte de la sociedad, los adolescentes desde sus propias configuraciones también lo hacen, ellos no cuestionan si cumplen con su rol o no y cómo lo cumple, sus valoraciones están más bien relacionadas con la forma en cómo se presenta el conocimiento en los salones de clases. Esto se puede subrayar porque sus posiciones se mueven en la ambigüedad al recurrir a expresiones vacilantes relacionadas con tres tareas del ejercicio docente: dominio del conocimiento, porque a veces no saben; con la confianza, porque a veces no se les cree y habilidad docente, porque a veces no explican bien.

### **Una lección nueva y fácil**

De vuelta con nuestra discusión, la Internet también tiene ventajas, porque fácilmente les proporciona la información que buscan, *i.e.*, se relaciona con lo fácil, ¿acaso no basta, para ellas y ellos dar un clic para lograrlo? La computadora sugiere ser el nuevo oráculo que guarda la información, la oculta y la puede desplegar cuando se le consulta:

H<sub>2</sub>: En la Internet buscas una clase de tu tarea, salen demasiadas cosas, le das clic y aparece lo que querías tú, y al momento, si algún día lo ocupas, imprimes lo que sea, lo llevas y está bien la tarea.

H<sub>3</sub>: Tenemos libros y podemos buscar y encontramos, pero a lo mejor no tan precisa y rápida la... información como en Internet... la verdad.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Precisamente sus puntos de vista, dan cuenta por qué en la actualidad se sobrevalora un ordenador, y al que fácilmente se puede acceder en el medio urbano. Esta manera de encontrar así la información, satisface la búsqueda de los jóvenes consumidores de la Internet, porque ante sus ojos se despliega un saber preciso y de manera fácil, bajo la condición de que encarna reglas diferentes para hacerlo, por esas razones, me parece que se fortalece el ideal utópico de alcanzar el mayor conocimiento posible.

El examen detallado de sus respuestas ilustran claramente en qué términos se encarna el consumo de la Internet en estos adolescentes: lo fácil, lo nuevo, la verdad, y lo virtual. Al agrupar los datos de las cinco escuelas, se pueden ejemplificar de manera más clara algunas diferencias tal y como se muestra en la tabla No. 2. Un mayor porcentaje de varones relacionan a la Internet con *lo nuevo*, en tanto ellas principalmente lo connotan con *lo fácil*. Sin embargo, en ambos géneros no existen respuestas opuestas porque ellos también lo hacen con *lo virtual* y *lo fácil*, en tanto las mujeres creen que la Internet encarna *lo creativo* y *lo nuevo*.

Tabla No. 1 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la Internet

Palabras	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	hombre	Mujer	Hombre	mujer
<b>La fantasía</b>	2	0	0	0	2	1	0	1	0	0	4	2
<b>Lo creativo</b>	2	3	0	1	1	3	0	3	0	1	3	11
<b>Lo irreal</b>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
<b>Lo virtual</b>	5	1	6	2	3	1	1	2	1	1	16	7
<b>Lo manipulo</b>	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
<b>La verdad</b>	2	1	2	0	0	3	4	3	5	3	13	10
<b>Lo nuevo</b>	5	3	3	2	3	2	3	2	9	2	23	11
<b>Lo fácil</b>	2	5	6	4	3	3	4	3	1	1	16	16

Ahora bien, las pruebas empíricas permiten inferir que la Internet ha logrado crear en este grupo de adolescentes el imaginario de estar frente a un medio que encarna lo nuevo, ¿por qué? Porque al discutir con ellos están convencidos de lo siguiente:

H<sub>3</sub>: Bueno...entre más nuevo mejor.  
H<sub>2</sub>: La información está más actualizada.  
H<sub>4</sub>: Algunas páginas son más actualizadas... que las de las enciclopedias.  
M<sub>8</sub>: Hay muchas páginas y por eso hay más... información nueva  
M<sub>7</sub>: Las imágenes de las enciclopedias son antiguas  
H<sub>7</sub>: En el internet cambia  
(Gpo. de discusión 28-05-08)

La información de la Internet está fundada sobre lo novedoso, lo cual los conduce a esbozar una valoración de carácter positivo; este razonamiento lo realizo porque aquello que se experimenta por primera vez, de alguna manera guarda su dosis de aceptación. Por tanto, están frente a dos tipos de valoraciones, un desencantamiento donde lo ya conocido, lo ya visto, lo ya sentido no se significa ni se experimenta igual, no guarda un reconocimiento especial; de acuerdo a su posición se puede valorar como un factor de estancamiento. Mientras la vocación por lo novedoso se antepone a lo conocido. El *slogan más vale viejo por conocido que nuevo por conocer* se invierte en la experiencia de este grupo de jóvenes. Dichas experiencias son contrastantes, sobre todo porque al reflexionar sobre el significado de la racionalidad escolar, las metas en el salón de clases están simbolizadas, en ocasiones, por la constancia, el esfuerzo y lo difícil, entre otros factores. Esta posición se sugiere en el siguiente fragmento:

Mtro: ¿Por qué les cansa un libro?  
M<sub>2</sub>: Porque hay que leer.  
Mtro: ¿Leer?  
M<sub>3</sub>: Pues en sí, en sí... en Internet también lees pero como que en la enciclopedia da flojera a veces son muy grandes y...  
M<sub>1</sub>: Lleva muchas letras.  
H<sub>2</sub>: Es que el libro nomás es para estudiar en el internet... no.  
(Gpo. de discusión 11-04-08)

Si el mundo escolar encarna en el libro uno de sus símbolos más significativos, entonces las metas escolares no son fáciles, *i.e.*, los estudiantes experimentan algunas dificultades. Esto me parece revelador porque el libro al contrastarse con la Internet tiene una calificación negativa. Mientras la Internet encarna lo contrario: toda búsqueda es “fácil”, “rápida” y “completa”, por eso los vemos *pegados a la computadora*. Sus posturas se pueden clasificar en la siguiente oposición:

nuevo/tradicional, fácil/difícil, múltiples temas/monotemático. De este modo, la relación con el mundo, a través del consumo de la Internet, se mueve bajo los signos de lo sencillo y lo expedito. Están frente a dos significaciones, quizás por esta razón prefieran el medio que les proporcione de manera fácil el conocimiento, sin cuestionar si es falso o verdadero, ni las intenciones que busca quien lo subió ahí, ¡desde luego que no! para ellos está a la mano y eso es suficiente. Esto es importante porque estamos ante el imaginario de que la verdad está en la Internet:

<p>Tiene mucha información, y aparte es muy buena, y ahí puedo encontrar y conocer lo que yo quiera. Porque me lo han recomendado y cuando encuentro todo acerca de la tarea la hago y he tenido buena calificación. Porque tiene más información y es más específica. Porque te da toda la información que quieras y pues tu tarea es más completa y muy importante. Porque es muy fácil, rápido y confiable buscarlo en Internet. Me parece que en él encuentro una gran cantidad de información que me es muy útil para poder realizar desde exposiciones hasta lo más mínimo. [Entrevista]</p>
--

De estos dichos se deduce que la Internet encarna el mito de acercarse a cualquier conocimiento exigido por la escuela; el encuentro es altamente satisfactorio porque ofrece todo y de todo, es decir ahí está la información, toda la tarea que les dejan sobre cualquier tema. Además se puede inferir que la búsqueda la pueden realizar a solas o acompañados. Si esto es así, no es necesaria la figura del profesor cuando buscan la información y tampoco es necesario presenciar *en vivo* los sucesos. La pantalla es suficiente para “acceder”, como ellos dicen, a cualquier cosa. Así, este referente mediático se presenta en el imaginario, como un modo de marcar la diferencia para conocer y para cumplir o no con la tarea escolar. Pero sus comentarios me hacen comprender otra cosa: si lo presentado por la Internet es cierto, entonces encarna el valor de la credibilidad. Al cuestionarlos, en el grupo de discusión sobre esta creencia, aceptan lo siguiente:

Mtro.: ¿En verdad aceptan todo lo que aparece en la Internet?

H<sub>2</sub>: Pues...

M<sub>2</sub>: Sí.

M<sub>2</sub>: Pues yo creo que a lo mejor como es tecnología dicen que como está más avanzada siempre dice la verdad, y es más correcta y es más correcta la información, tal vez...

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Esto comentarios son significativos, sobre todo, ante un escenario donde la duda y la desconfianza es parte de lo cotidiano; y si la sociedad vive ávida de la certidumbre, de repente las adolescencias encuentran un medio *ad hoc* para proporcionarla, quizá por esto no dudan de la información y los acontecimientos presentados por este medio, *i.e.*, se delega la verdad a la Internet.

En este orden de ideas, a pesar de que en nuestro contexto la Internet todavía es un bien de *pocos*<sup>82</sup>, es tal vez la forma simbólica más especializada que conecta con acontecimientos y permite acceder fácilmente a “todo tipo de conocimiento”, ellos reconocen en este medio amplias posibilidades para encontrar eso que buscan, veamos algunas ideas llamativas al respecto:

Hay más información y cuando busco algo, solamente me voy al Internet y saco lo que busco.

Es el medio más fácil para buscar los trabajos de investigación que nos dejó el maestro.

Porque se me hace más fácil.

Porque el Internet tiene un menú muy extenso en caso de información, ya que es muy fácil sacar información en el Internet.

Porque de todo tipo de información, de cuál sea, es mucho más fácil obtenerla en menos tiempo.

Porque es un medio fácil por el cual sale toda la información que busco y como la quiero, porque da datos de muchas cosas.

[Entrevista]

<sup>82</sup> El porcentaje de hogares que está conectado a la Internet en México es del 8.9 %. Esta cifra es prácticamente la mitad del número de hogares que cuentan con la computadora que es de 18.4%. Sobre quiénes son los usuarios de la computadora y del Internet, las cifras de la encuesta que el Instituto aplicó en el 2005 indican que el 28.5 de cada cien, de la población de seis años en adelante, utilizan computadora y de ellos el 17.7% son usuarios de Internet. Consúltense: Encuesta sobre disponibilidad y el uso de las tecnologías de información INEGI (2005). En la Encuesta Nacional para la Juventud 2000, 5.4% los adolescentes varones de Jalisco entre 12 y 14 años señalaban tener en casa Internet y las mujeres el 6.1%.

En concordancia con lo señalado por estos jóvenes, se puede ver la cantidad de información con la que se encuentran y esto no puede dejar de impresionarlos. En este caso, me parece interesante la correlación que destaca Roszak, T. (2005), de imaginarse que entre más información se tiene, se logra una mejor comprensión. Este planteamiento es sugestivo<sup>83</sup>, porque es factible relacionarlo con lo siguiente: se llega a pensar que al encontrar más datos en la Internet, es posible imprimir un mayor número de páginas y cumplir ampliamente con lo solicitado en la escuela, y así lo confirman: “Los que ya sacaron la información de esas páginas y ya la presentan en la escuela y pues les dicen que están bien, pues para la próxima la sacan de la misma página”. Roszak, T. tiene razón en esta dirección, porque ellos y ellas no cuestionan la calidad de la información, les preocupa llevar un número determinado de páginas, aunque no comprendan su contenido. ¿Esto que nos dice? De alguna manera es un indicativo de una nueva valoración sobre las formas de conocer, porque el imaginario que estos adolescentes instituyen sobre la computadora, da cuenta del imaginario instituido que actualmente la sociedad encarna a su alrededor, como señalan McLuhan y Powers. (2005)<sup>84</sup>

Cuando nuestros adolescentes dicen que la Internet también se relaciona con la verdad, se puede inferir, como ya lo expuse, al no cuestionamiento de lo enunciado ahí, “es confiable en Internet” argumentan. Y cuando les pregunté por qué consultan determinadas páginas para buscar información, las vinculan con otro elemento importante: lo atractivo. Por eso: “Te llama más la atención y tú te puedes imaginar y tienes más curiosidad por leer lo que vemos”, aclara uno de los jóvenes entrevistados. Como se observa se da una síntesis entre el entendimiento y el sentimiento, *i.e.*, entre el sentir y el saber. Se conjunta, de esta manera el

---

<sup>83</sup> Sobre el particular Roszak, T. (2005), comenta lo siguiente: “...nos encontramos ante concepciones prolijas de información que parten del supuesto de que pensar es una forma de procesar información y de que por ende, *más datos producirán mejor comprensión*”. (p. 196)

<sup>84</sup> McLuhan y Powers (2005), plantean un punto de vista que me parece relevante en esta discusión: “Los ordenadores fueron diseñados para el simple aumento de producción cuantitativa, es decir, para llevar a cabo la lectura, escritura, adicción, multiplicación, y división repetitivas que tanto nos aburren, una especie de aturdimiento del cerebro que por lo general genera errores. (Las personas que lo instruyen cometen errores.) Pero por lo general, el ordenador fomenta la consistencia y la exactitud. Y es exactamente en estas funciones donde pueden percibirse los efectos del ordenador sobre los humanos.” (p.109)

slogan de *atrévete a sentir* en síntesis con el *atrévete a pensar*. Esta es la nueva sensibilidad que ha logrado crear este medio.

### **Una clase creativa con la Internet**

La creatividad es otro punto que, según los adolescentes entrevistados, caracteriza a Internet (c. la tabla No.1). Al hablar de la creatividad se piensa en una cosa diferente, nueva, un tanto original, *i.e.*, en algo que presenta características antes no vistas, al menos para ellos<sup>85</sup>. Y las computadoras han logrado ser creadoras de formas de expresión gracias al manejo de los colores y los sonidos, esto se constata en este grupo de jóvenes:

M<sub>1</sub>: En el Internet te llama la atención como manejan el color y el movimiento, no sé como para hacerlo más motivacional.

H<sub>3</sub>: Porque son interactivas.

H<sub>8</sub>: Hay muchas páginas chidas.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Cuando relacionan la idea de creación con la Internet hacen referencia al proceso intencional de producir un número infinito de combinaciones de imágenes audiovisuales, que es posible encontrar con solo encender la máquina. Para los adolescentes la producción de acciones y personajes no vistos antes responden a sus expectativas, por estas razones la búsqueda de entretenimiento los lleva a buscar cosas diferentes pero dentro de la máquina. La curiosidad pareciera invertirse en el caso de estos adolescentes, ahora se dirigen al mundo artificial porque en su opinión la realidad les presenta cosas conocidas, mientras la máquina logra tener como regla un mundo “nuevo”.

Más ese tipo de *creación* no debemos verla en perspectiva de lo únicamente presentado por ese *imago mundi*, en el sentido de ser solo espectadores pasivos,

---

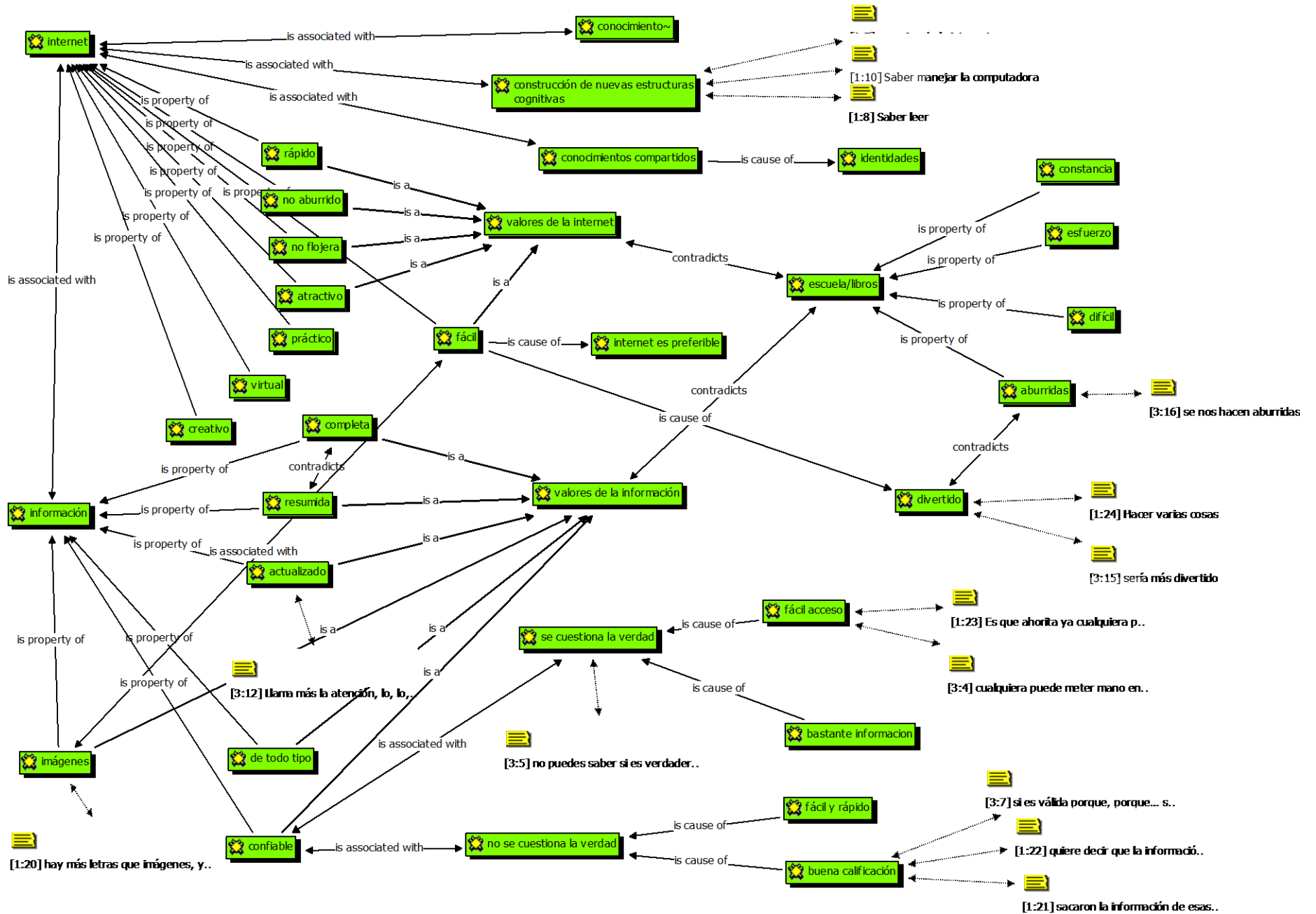
<sup>85</sup> Es importante situar en estas reflexiones la posición de Quintanilla, M.A. (2003), cuando hace mención que la creatividad es producir: “algo nuevo, una cosa, un estado de cosas o un proceso con características estables y enteramente nuevas, es decir, no reducibles a la agregación o superposición de otras características previamente existentes. La creatividad es la capacidad de crear” (p.115). Pero la creatividad puede ser natural y artificial. Ésta “depende fundamentalmente de la capacidad de crear información” (p. 119).



también les permite poner en juego sus capacidades para buscar información y sus habilidades para combinar imágenes visuales y auditivas de manera ilimitada, al momento de provocar su entretenimiento y la búsqueda de información, entre otras cosas. Esto es, los usuarios se encargan de crear nuevas cosas, como son figuras e historias con otros significados, gracias al uso de su imaginación, a partir de lo presentado por los medios. Infiero dos cosas: (1) lo que la máquina presenta y (2) lo que ellos pueden hacer con ella. Dice un adolescente al respecto: “Con la Internet se usa más el pensamiento, porque están más desarrolladas”, *i.e.*, se pueden crear cosas.

Finalmente, en la siguiente red muestro cómo se pueden conectar e instituir una serie de imaginarios alrededor de la Internet, los cuales permiten establecer una serie de valores positivos a su alrededor en palabras comunes que este grupo de adolescentes manejan. Y por otra parte, se aprecia de cierta forma cómo esta valoración es contraria a la que encarnan los libros, los cuales constituyen el otro referente para buscar y encontrar información. Pero además, la valoración positiva hacia a la Internet arroja cómo dichos adolescentes logran desarrollar otras estructuras cognitivas, exigidas por este medio simbólico para poder manejarlo de manera efectiva. Estamos, por tanto, ante una nueva forma de instituir procedimientos para acercarnos al conocimiento.

*Esquema No 5 El imaginario alrededor del conocimiento en la Internet*



## **6.2 El nuevo reloj: el tiempo corto y el tiempo largo**

Las vivencias de los adolescentes con los medios se relacionan con el tiempo, decir: “mañana voy al cine”, “por la tarde pasan mi programa favorito”, son expresiones connotativas de cómo ellos se refieren a situaciones concretas sobre la dimensión temporal a partir de esta relación. Igual que toda persona, la cotidianidad de las adolescencias se enmarca dentro del tiempo porque, como dice Heidegger, M. (2004), es fundamento ontológico original de la existencia. Sus razonamientos sobre cómo piensan el tiempo encarnan un particular dominio que alude a ideas sostenidas por las creencias comunes, en cuanto que toda experiencia es posible situarla en el plano de la temporalidad para darle finalmente sentido a sus vidas. El eje del tiempo desborda las experiencias de los adolescentes que son usuarios de los medios audiovisuales, porque dedican algunas horas de su vida diaria a consumirlos. De ahí que la presente categoría - *El nuevo reloj: el tiempo corto y el tiempo largo*-, tiene la importancia de ubicar la discusión a partir de comentarios como los siguientes: “porque estás tan adentro que no sabes qué hora es”, “eso como que te hipnotiza y se pasa el tiempo”, “se pasa el tiempo tan rápido que no quieres dejar eso”, “como que son del futuro”, “te metes a jugar otro juego y entonces estás en el futuro, y luego te metes a un circulito y luego llegas al pasado y así”, “el tiempo se va modificando”. El examen de estos fragmentos siguió el mismo procedimiento que se ha explicado en el apartado anterior y permitió descubrir la pertinencia de reflexionar sobre un asunto que se reveló en el trabajo interpretativo.

### **Las clases de los medios audiovisuales se hacen cortas**

Pero, ¿qué actividades realizan nuestras adolescencias urbanas después de terminar las jornadas educativas del día? Sus respuestas se cruzan con una variable importante: el tiempo. Esta categoría desde la antigüedad ha sido importante para el hombre, por eso mismo es objeto de discusiones filosóficas, se le relaciona con ideas como el movimiento (Aristóteles), la experiencia psicológica,

(San Agustín), como una intuición a priori (Kant), lo común y el lenguaje cotidiano (Heidegger, Merleau Ponty).<sup>86</sup> Los adolescentes se refieren claramente a este concepto, desde luego a partir de sus experiencias, porque lo que viven transcurre en el devenir del *cuándo*. Heidegger, M. (2004), sostiene que los estados de ánimo tienen existencialmente un significado, y ese significado se da sobre la base de la temporalidad. Esta idea heideggeriana sirve para sustentar que, los estados de ánimo, en el caso de algunos de nuestros adolescentes urbanos, se relacionan con la escuela y los medios audiovisuales, porque en esos espacios transcurre diariamente parte de su tiempo. ¿Pero en qué medios invierten más horas los adolescentes entrevistados? Los varones de la secundaria No. 40, cuando tienen tiempo libre, se inclinan por los videojuegos y la televisión mientras ellas se inclinan por la radio, la televisión y la Internet. En el caso de los alumnos de la secundaria No. 44 ambos géneros tienen una inclinación por la televisión. Las mujeres no prefieren otro medio, en cambio ellos colocan en segundo lugar los juegos de los ordenadores. Aquí no se observa ninguna diferencia significativa entre ambos. Con relación a la secundaria No. 71 ellos de manera particular invierten más horas en los videojuegos y ellas en la radio y, en segundo término, por la televisión y los videojuegos. Es la única de las cinco escuelas donde existe una preferencia del 29% de las mujeres por este último medio. Y con relación a la secundaria No. 87 los hombres mencionan a la radio en primer lugar; aquí también resalta que son los únicos adolescentes varones entrevistados que tienen una inclinación por este medio de las cinco escuelas mencionadas. Por su parte, las mujeres de esta secundaria también gustan de este medio. Para concluir miremos el comportamiento de la secundaria No. 88: ellas gustan de la televisión y ellos prefieren los videojuegos. Este tipo de datos empíricos resaltan cómo este grupo de adolescentes se inclinan de manera prioritaria y un tanto indistinta por cuatro de los medios: televisión, radio, videos e Internet. Sin embargo, observo

---

<sup>86</sup> Me parecen apropiadas las discusiones que sobre este punto realiza Sánchez, A. porque propone una ruta de discusión sobre las posiciones más representativas en la historia de la filosofía sobre la aporía del tiempo. Desde luego, como toda obra, el autor elige aquellas discusiones que desde su punto de vista son más tentativas para un debate. En este caso invito a la revisión de esta obra para tener un panorama general sobre el tema que aquí nos ocupa. (Sánchez, A. (1998) *Tiempo y sentido*. Madrid: Ed. Blioteca Nueva. UNED.

cualitativamente un punto: invierten más horas en aquellos medios que están más a la mano, aunque esto es significativo, sigue presente un rasgo de género: ellas dedican más horas a escuchar la radio y ellos son más propensos a los videojuegos, como se ha podido observar en las reflexiones vertidas en el punto 6.8. La cristalización de otras realidades.

¿Pero qué significado tiene para estos adolescentes el tiempo, con relación al consumo audiovisual? Sus respuestas connotan la existencia de un mundo atrapado por el tiempo, donde se confirma que gira alrededor del entretenimiento, porque lo importante es divertirse, mientras en el salón de clases las lecciones en ocasiones se hacen largas en los medios audiovisuales los minutos se acortan. Estar poseídos por la pantalla implica por tanto que pasen “dos, tres cuatro o cinco horas” sin darse cuenta del movimiento de las manecillas del reloj, mientras en la escuela se detienen: “se hace largo el tiempo” y frente a la pantalla avanza más rápido. Esta dualidad de vivir el tiempo explica la coexistencia de dos temporalidades: el tiempo de la escuela y el tiempo de los medios audiovisuales. Desde luego esto parece ser a simple vista una contradicción, pero aquí lo importante es dar cuenta como ellos tejen sus experiencias alrededor de los planos temporales. Finalmente el tiempo también es una noción imaginaria (Castoriadis, 1998a), por tanto no está atado a una visión determinada. Esto se deriva de puntos de vista como los siguientes:

Porque nada más te le quedas viendo desde la mañana y ya se hizo de noche.  
Porque es muy chido, te entretiene muchas horas y no te aburres.  
Jugando ni te das cuenta la hora que es.  
Hay millones de formas de pasar el tiempo con ella. Porque estás tan adentro que no sabes qué hora es.  
Eso como que te hipnotiza y se pasa el tiempo.  
Porque te traumas y ya no quieres dejar de jugar y cuando te acuerdas ya pasaron dos, tres, cuatro o cinco horas.  
Porque diario lo escucho a todas horas, por lo regular es toda la noche.  
En el Internet cuando encuentras algo entretenido, se pasa el tiempo tan rápido que no quieres dejar eso.  
Porque viendo una película se pasa el tiempo y se te olvidan los problemas.  
[Entrevista]

¿Qué infiero de estos pasajes? En estos adolescentes se connota el sentido que el tiempo está sujeto, como he venido sosteniendo, a dos percepciones: un pasar rápido y un pasar lento, vivencia que me remite al fundamento ontológico de la secuencia temporal imaginativa que sustenta Sánchez, A. (1998). Esta contingencia temporal en ellos y ellas se puede explicar por el despliegue de sus vivencias: horas que pasan o bien rápidas o bien lentas.

Sus experiencias temporales con relación a la escuela se observan en el siguiente fragmento:

H<sub>1</sub>: Se hace largo el tiempo.

M<sub>2</sub>: Bueno...es que como que es más lento, no sé...

M<sub>9</sub>: A mí como cuando ya me enfado.

M<sub>3</sub>: Bueno depende de la clase, a veces sí a veces no.

H<sub>4</sub>: Yo lo que hago es dibujar y así ya se te pasa la hora.

De acuerdo al hilo de sus comentarios encontrados en los dos párrafos anteriores se puede decir que es una representación temporal del sentido común simbolizado en palabras como “horas”, “mañana”, “noche”, “lento”, “rápido”, “así ya se te pasa la hora” donde el transcurso del tiempo se encarna en una línea, y de acuerdo a sus entretenimientos se mira cómo “los minutos pasan sin darse cuenta” o bien cómo se detienen<sup>87</sup>. Como se aprecia, la noción temporal está íntimamente ligada a sus experiencias, principalmente relacionadas con el encuentro de las pantallas por un lado, y con su estancia en la escuela por el otro. Del análisis de las formaciones imaginarias del tiempo en este grupo de adolescentes se pueden derivar las siguientes palabras que ellos utilizan para referirse a él.

---

<sup>87</sup> Las consideraciones sobre el tiempo, como se puede observar se hacen desde una explicación del sentido común. No es mi intención hacer una crítica de estas experiencias y profundizar en un debate filosófico sobre la definición del tiempo, que además es un debate inmerso en posiciones a veces contradictorias, donde las discusiones giran en torno al estatus realista del tiempo y a la dificultad subjetivista, para profundizar en este debate véase la obra Fenomenología de la percepción de Merleau Ponty.

Cuadro No. 12 Palabras que implican una valoración imaginaria sobre el tiempo en los medios audiovisuales vs. el tiempo escolar.

Escuela	Medios audiovisuales.
Lento	Rápido
Largo	Corto
Aburrido	Entretenido
Se detiene	Más aprisa

De esta forma cuando dicen: “Se pasa el tiempo sin darse cuenta”, imaginan que la noción temporal tiene el sentido de una realidad objetiva vinculada con las cosas realizadas por ellos. Sin embargo puedo sostener que más bien se basa en condiciones subjetivas, porque estos adolescentes le dan este carácter de *objetividad*, sin serlo, al decir: “pierdes el tiempo debido a la emoción”. Volviendo a sus puntos de vista, esta forma de representarse el tiempo no es otra cosa más que imaginarlo como *algo que es y que pasa*. Cuando afirman que pasa más aprisa le adjudican un carácter realista, como si tuviera independencia de su conciencia, estamos así ante una perspectiva ontológica realista de la dimensión temporal, desde sus propias nociones. Esta visión imaginaria del tiempo hace que este grupo de jóvenes se sitúen en los medios para verlo pasar; la pantalla constituye un punto de referencia para comprender su flujo: una línea rápida y una lenta. Por tanto, es una percepción discontinua porque parecería que las manecillas del reloj tienen vida, y al tenerla hay determinados momentos en que caminan más aprisa. Por otra parte, estos jóvenes hablan del tiempo, se lo representan con cierto grado de objetividad, al relacionarlo con las cosas que hacen y éstas tienen una evidencia objetiva. Esta es una forma de experimentar el tiempo que observo en sus expresiones; lo temporal se piensa en las tres dimensiones –pasado, presente, futuro- instituidas por la sociedad, como experiencia histórica porque señalan cómo “antes las series eran más aburridas” y en este momento al ser más fantasiosas y recurrir a técnicas más elaboradas son “mejores”. Así, la noción de futuro para ellos se anuncia como la posibilidad del

mejoramiento de las técnicas mediáticas para pasarse un buen rato. Dicha forma de comprensión y valoración del tiempo, relacionado con los avances tecnológicos en materia de medios audiovisuales la presento en el siguiente cuadro, considerando que conforme avanza el desarrollo técnico y científico los logros están simbolizados por un progreso de los medios audiovisuales, y por tanto de programación más atractiva.

*Cuadro No. 13 El significado del tiempo y su valoración con los avances técnicos*

Noción temporal	Valoración	Discurso
Pasado	-	Era
Presente	- +	El es
Futuro	+	Será <sup>88</sup>

Esta perspectiva de apreciarlo así, se experimenta desde luego, en aquellos medios donde la naturaleza de su programación lo permite, porque la experiencia originaria sobre lo temporal no puede ser igual en una serie de video con relación a un programa de radio, por ejemplo.

Si el tiempo permite ilusiones como dice Sánchez, A. (1998), en este caso gracias a los medios audiovisuales el tiempo para estos usuarios es ficción ¿Y por qué se experimenta como ficción? Porque imaginariamente se transgrede el pasado y el futuro. Los personajes de las series manejan los límites del tiempo para abordar cualquier realidad, *i.e.*, gracias a los medios es posible manipular la temporalidad. Tenemos por tanto dos cosas (1) el mundo cotidiano presenta una dimensión temporal, donde ésta tiene una existencia objetiva y (2) una dimensión temporal propia de las series de los videojuegos y el cine por ejemplo, donde el tiempo es algo imaginario, porque no existe. Esta segunda noción temporal connota una carencia, *i.e.*, ahí no es. El tiempo se simboliza por su ausencia, enmarcado en una disolución del pasado-presente-futuro, porque los personajes y sus acciones fácilmente rompen estas dimensiones, estos relatos están fuera de las formas tradicionales de contar el tiempo como el reloj o el calendario.

---

<sup>88</sup> Aquí recorro a los términos utilizados por Platón en el Timeo, cuando se refiere a las tres dimensiones del tiempo: pasado, presente y futuro.



M<sub>6</sub>: Hay juegos que, como que son del futuro, y otro que de repente te metes a jugar otro juego y entonces estás en el futuro, y luego te metes a un circulito y luego llegas al pasado y así.

H<sub>6</sub>: El tiempo se va modificando.

Mtro: ¿Cómo?

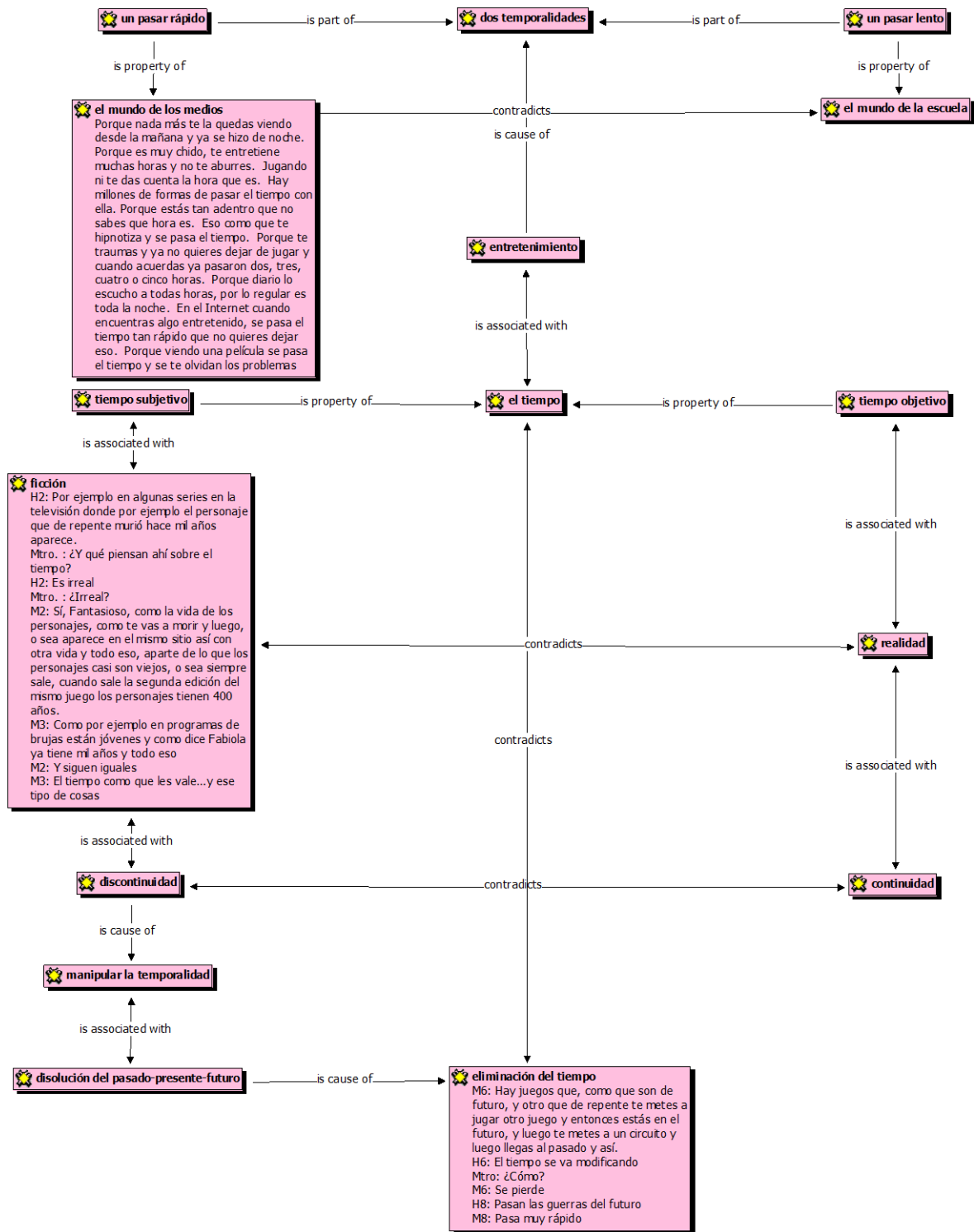
M<sub>6</sub>: Se pierde.

H<sub>8</sub>: Pasan las guerras del futuro.

M<sub>8</sub>: Pasa muy rápido.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Se puede observar como en este caso existe una experiencia discontinua y en cierta medida absurda del tiempo, al no estar sujeta a las variaciones y repeticiones del ayer, hoy y mañana. Estas expresiones evocan la posibilidad de alterar imaginariamente el tiempo, de transportarse a otras dimensiones temporales. El pasado se anticipa y el futuro se retrasa, *i.e.*, el tiempo se “modifica” según sus expresiones, siguiendo a Eco, U. (2006) el tiempo en los mass media se resquebraja. Estas experiencias que se producen alrededor de los medios audiovisuales se agrupan en el siguiente esquema:



Cuadro No. 14 Significados del tiempo que las adolescencias instituyen alrededor de los medios audiovisuales

Esta manera de presentar el sentido de lo temporal no guarda relación con sus perspectivas convencionales, porque se vivencia como una simultaneidad, el tiempo se *comprime* y se *expande* abusando del uso de estos términos.

En los personajes de ficción el imaginario temporal es irreal, las edades no juegan en las tramas, se alejan del pasado y se acercan al futuro con suma facilidad rompiendo las reglas de cómo estos adolescentes, merced a las imágenes audiovisuales, perciben la temporalidad desde estas experiencias. Es otra forma de dar cuenta del tiempo. La ficción, por tanto, hace que simultáneamente se puedan presentar las tres temporalidades en un mismo cuadro. Ellos descubren, de este modo, cómo los medios audiovisuales sí pueden transgredir el transcurso del tiempo cuando afirman que es “irreal”, “no hay edades”, “se pueden tener mil años de edad”.

H<sub>2</sub>: Por ejemplo en algunas series en la televisión donde por ejemplo el personaje que de repente murió hace mil años aparece.

Mtro. : ¿Y qué piensan ahí sobre el tiempo?

H<sub>2</sub>: Es irreal.

Mtro. : ¿Irreal?

M<sub>2</sub>: Sí, Fantástico, como la vida de los personajes, como que te vas a morir y luego, o sea aparece en el mismo sitio así con otra vida y todo eso, aparte de que los personajes casi son viejos, o sea siempre sale, cuando sale la segunda edición del mismo juego los personajes tienen 400 años.

M<sub>3</sub>: Como por ejemplo en programas de brujas están jóvenes y como dice Fabiola ya tienen mil años y todo eso.

M<sub>2</sub>: Y siguen iguales.

M<sub>3</sub>: El tiempo como que les vale...y ese tipo de cosas.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como podemos constatar este tiempo emerge como algo diferente, de manera importante el futuro se coloca por delante, pareciera no ser consecuencia del pasado y del presente. Esto, desde luego, es fascinante a los sentidos, al tener indeterminaciones que no pueden comprenderse en el plano de la realidad, solo en la dimensión de lo ficticio -y hay que tomar en cuenta que la ficción también es un contenido imaginario. Para estos adolescentes, la sucesión temporal de la vida cotidiana no se puede alterar, pero gracias a los medios sí es posible transgredir esa dirección lineal. Ante esto surgen algunas interrogantes: ¿hasta dónde se

pueden empalmar estas dos dimensiones? ¿Es posible que en determinadas situaciones de su vida diaria los adolescentes puedan pensar en la posibilidad de alterar esa línea? Desde estas interrogantes me parece importante subrayar que el tiempo, así experimentado, se comprende encarnado en las técnicas audiovisuales, es el surgimiento de una relación entre la temporalidad y estos medios para ilustrar el surgimiento de una nueva imaginación temporal, de otra génesis de lo que llamamos tiempo, yuxtaponiendo las ideas convencionales, mundanas y ficticias alrededor de él.

Otra reflexión adicional es que en la pantalla los adolescentes consumidores disfrutan el momento actual del acontecimiento: “es chido ver aunque ya haya pasado” comentan; si bien juegan con el tiempo la emoción la experimentan al ser espectadores en el presente, como si las escenas estuvieran sucediendo en el aquí y ahora. Esta idea se manifiesta cuando ellos dicen “en los medios no existe el tiempo”. Dicha idea se puede comprender porque al momento de ser espectadores viven y sienten en ese momento los acontecimientos, las tramas desarrolladas en la televisión, en el cine, en los videojuegos. Como plantea Carlón, M. (2006)<sup>89</sup>, en una obra los espectadores son testigos mediáticos en el mismo eje temporal, y no es otra cosa que el presente de la enunciación, por eso imaginariamente las escenas son actuales y reales. Así, como espectadores viven el momento de la experiencia audiovisual, y no es otra cosa que el momento-ocasión de vivir algo. En la pantalla se vive el tiempo desde la velocidad de las imágenes, sin dejar rastro ni porvenir, *i.e.*, ni pasado ni futuro, solo absoluto presente, englobando la marca del instante como magia de la disolución temporal, esto nos remite a la noción de indeterminación de Castoriadis, C. (1998a), porque la pantalla es capaz de dar cuenta de todos los posibles tiempos imaginados de

---

<sup>89</sup> Para Carlón, M. (2006), todo grabado se anuncia en presente sin importar haber sido realizados en el pasado: “En este terreno las posibilidades narrativas del grabado parecen no tener fin: siempre se puede ir más hacia atrás (hacia un pasado más lejano), O hacia adelante (hacia un pasado más cercano). El pasado es prácticamente infinito y sus posibilidades narrativas lo son otro tanto, porque siempre re-significan las acciones que el despliegue sintagmático del discurso sitúa como presentes.” (p. 209)

todos los posibles lugares imaginados, sustituyendo otras experiencias cotidianas que estos adolescentes espectadores pueden tener con su mundo y su tiempo.

Lo que he venido meditando sobre el tiempo, tal como es vivido por este grupo de adolescentes, lleva a admitir algunos puntos finales:

Punto No.1: El tiempo es una dimensión de lo presente, más bien diría que merced a la pantalla todo es omnipresente, porque gracias a las imágenes audiovisuales las experiencias temporales de estos estudiantes se enmarcan en un instante absoluto, en un tiempo a la vez.

Punto No.2: De cierta manera las cosas aburridas y las de mayor entretenimiento son las que permiten, para estos adolescentes, descubrir la dimensión temporal, ya sea para darse cuenta de su transcurrir rápido o para descubrir lo contrario.

Punto No.3: La experiencia temporal está relacionada con sus vivencias cotidianas: ir a la escuela, ver la tele, entrar a la Internet, *i.e.*, a metáforas vinculadas con emociones propias de su edad, las cuales configuran su noción del tiempo.

Punto No. 4: La trama del tiempo audiovisual se explica con base en lo ficticio, no caben interrogantes sobre el pasado y el futuro ni sobre el presente. Por tanto, en la dimensión imaginaria esta triple estructura no se sostiene.

### **6.3 La magia actual del entretenimiento: nuevos recreos**

De manera tradicional la cultura audiovisual se ha relacionado, en nuestro contexto, con el entretenimiento. Aunque dependiendo de dónde se esté y con quién, cambia la preferencia por cierto tipo de medio. El *entertainment* a veces llega ser un factor un tanto inconsciente en las personas, pero se recurre a él quizá todos los días, convirtiéndolo en una panacea para todos (Zillman y Bryant, 1996). Cuando se habla de esta palabra incluye todo aquello que hace *matar el tiempo*<sup>90</sup>. En esta sociedad, cada vez más ocupada en sus jornadas laborales, el

---

<sup>90</sup> Para Zillman y Bryant (1996) el entretenimiento tiene la particularidad de ser un fenómeno ubicuo al entrar presente en todas las culturas; tradicionalmente es visto de la siguiente manera: "El entretenimiento comprende toda clase de juego o encuentro, ya sea deportivo, competitivo o no,

entretenimiento ostenta un mérito social importante: no se puede vivir sin él, al menos eso está presente en el imaginario social. Pero cada persona, cada grupo crea o inventa sus propias formas de entretenerse, de esta forma las adolescencias también lo hacen, sobre todo porque ahora los medios audiovisuales les presentan múltiples posibilidades como las siguientes: “porque me olvido ya de todo”, “porque me relaja”, “me gusta escuchar música, así no te enfadas tanto”, “para salir del aburrimiento”. Las expresiones anteriores fueron punto de partida para la construcción de la categoría: *La magia actual del entretenimiento: nuevos recreos*, que forma parte de este capítulo. La categoría implica el procedimiento metodológico teórico que presupone un trabajo interpretativo. Este enfoque interpretativo admite que sean las expresiones de los adolescentes -unidades mínimas de sentido- el punto de partida para llegar a procesos de abstracción y construir conceptos y más tarde una categoría genérica que da cuenta de los significados que instituyen estos adolescentes acerca de las imágenes de la pantalla.

Cuando se habla del entretenimiento en las adolescencias, se piensa de qué manera invierten su tiempo libre, cuáles son aquellas actividades relacionadas con su interés personal donde no existen mecanismos sociales de obligatoriedad para realizarlas, *i.e.*, se hacen por gusto. Se oponen, por tanto, a los deberes establecidos en la escuela y la familia. Ciertamente, las adolescencias se comprometen a cumplir ciertas tareas aunque en ocasiones no se quieran realizar. En el caso del entretenimiento las actividades se hacen por elección, porque gustan y en cualquier momento se deja de hacer una por otra, se relacionan fundamentalmente con lo placentero (Imbert, G. 2003). En los adolescentes el entretenimiento es parte de su vida cotidiana, se ve como un derecho a disfrutar el tiempo, cada día tiene un valor importante en la búsqueda personal y colectiva, a tal grado que se considera como un derecho de tercera generación.

---

con testigos o sin ellos, con participación o, simplemente, ejecutado en solitario. También, abarca, por extensión, actuaciones, como por ejemplo musicales representados por una o varias personas, para placer de otros o para uno mismo...”(p. 584)

Por consiguiente, las pantallas conceden una forma paralela de entretenimiento para los adolescentes consumidores, frente a otras, como hacer deporte, o bien pasear con los amigos y amigas. Cada medio audiovisual les proporciona particularidades para *pasársela bien*, por tanto ellos y ellas valoran el entretenimiento de estos medios según varios factores: estado de ánimo, el tiempo disponible, las necesidades individuales o grupales, entre otros.

### **Me entretengo con los trucos de la televisión**

La televisión tiene la particularidad de reducir la capacidad de intervención con los usuarios (Piscitelli, A. 2002), establece distancias con el espectador, pero a pesar de eso se puede preguntar lo siguiente: ¿por qué tiene una amplia aceptación entre los adolescentes? Una posible respuesta podría ser porque ella encarna el entretenimiento flotante de los usuarios de todas las edades, se adapta a los cambios generacionales al manejar todo tipo de temática, con imágenes audiovisuales apropiadas, como recurso para satisfacer *todos los gustos*. Además, cada día aparecen una cantidad importante de narrativas multiplicando las opciones para obligarlos a permanecer algunas horas frente a este aparato. De esta manera, se puede decir que si existe un medio ampliamente aceptado es el televisor. Es el *imago mundi* en constante cambio, que da cuenta del devenir colectivo: las fantasías, lo novedoso y las posibilidades de manipulación, porque se adapta a los gustos del telespectador. Les fabrica diversas formas de distraerse para que puedan estar felices y contentos, en este caso los ejemplos abundan, así: la pasión ante un partido de fútbol, hombres y mujeres de figuras casi perfectas, una telenovela y escenas eróticas, que permiten potenciar los sentimientos y las emociones como observamos al ver un adolescente sentado frente a la televisión, como dice Tessier, G. (2004), las actividades de ocio, entre los adolescentes, están fundamentadas en la imagen y el sonido.

Lo anterior se puede inferir a partir de las respuestas de los mismos adolescentes entrevistados. Se puede observar en la tabla No.8 cómo la televisión no está relacionada con una categoría específica. Los datos se dispersan y para este

grupo de adolescentes el televisor se relaciona con *todo* lo que él puede representar. En esta percepción no se dan diferencias entre hombres y mujeres.

Tabla No. 2 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la televisión alrededor del entretenimiento

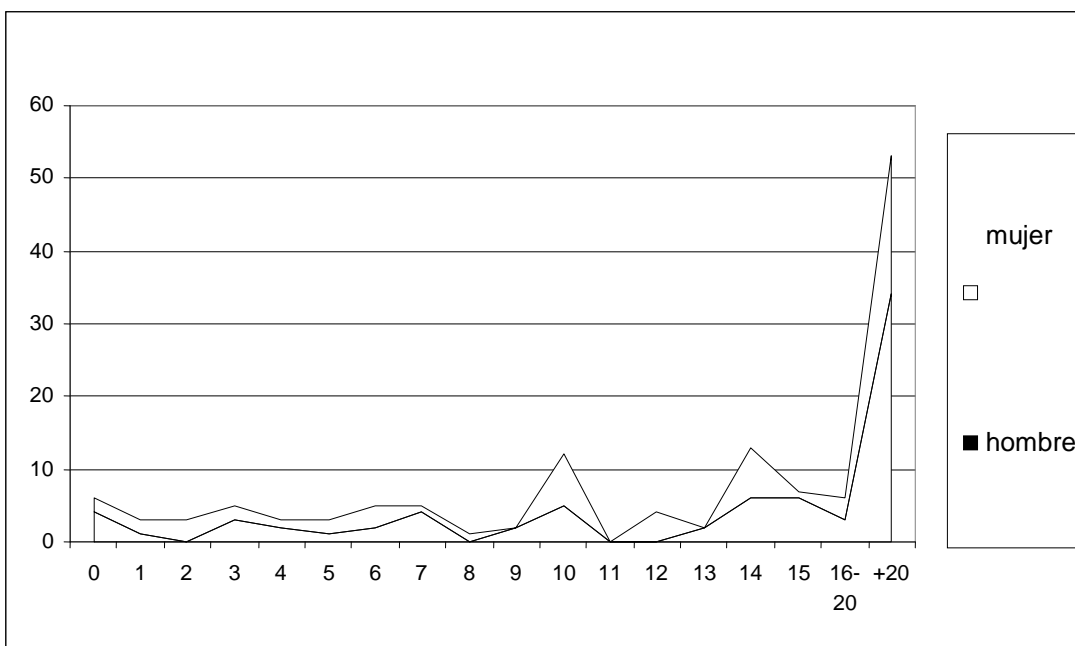
Palabras	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	Mujer	hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	hombre	mujer	hombre	Mujer
	<b>La fantasía</b>	2	3	1	2	3	0	1	5	1	2	8
<b>Lo creativo</b>	6	0	3	1	2	1	2	1	2	0	15	3
<b>Lo irreal</b>	2	2	1	1	1	5	1	1	2	1	7	10
<b>Lo virtual</b>	2	0	0	0	0	1	1	0	2	0	5	1
<b>Lo manipulo</b>	1	6	8	3	3	2	1	2	4	3	17	16
<b>La verdad</b>	3	2	0	2	1	4	3	4	1	0	8	12
<b>Lo nuevo</b>	0	0	3	0	3	0	3	2	3	2	12	4
<b>Lo fácil</b>	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0

Si se pone atención en los datos, se observa un significado importante: la televisión es un medio sugestivo para entretenerse y responde a todos los gustos, porque configuran en estos adolescentes ese mundo del espectáculo circundado por aquellas emociones propias de esta edad, las cuales relacionan con palabras como “lo irreal”, “la fantasía” y “la manipulación”. Así, los programas televisivos logran inscribir ese imaginario provisto de sueños e ilusiones para este sector de la población, donde se conjugan aquellas actividades comunes en ellos: el entretenimiento, la diversión, la alegría y la distracción. En el caso de la televisión se observa que al ser un medio de fácil acceso, y al encontrarse hoy en día en la mayoría de los hogares, se convierte, y en eso estoy de acuerdo con Bordieu, P. (1997), en un medio de amplia convocatoria, por tanto *su intrusión* en la vida de los jóvenes es de mucho peso. Tan solo al preguntarle a los adolescentes entrevistados cuántas horas a la semana consumen televisión el promedio es de 21.4 hrs, esto es 3hrs diariamente como se ilustra en el gráfico No. 7. El televisor encarna lo importante para el imaginario de dichos adolescentes: informa, entretiene, de alguna manera encuentran de todo ¿qué más quieren?



Este gran número de horas dedicadas a ver los programas de la televisión, se puede explicar, también, porque es un recurso fácil y barato, como dice Gubern, R. (2000) se ha adaptado a las nuevas necesidades de los usuarios. Además se ha convertido en un medio simbólico de amplio acceso en nuestro contexto, porque ahora es posible que cada miembro de la familia pueda contar con un televisor para consumo particular, combinado además con la oportunidad de tener, sobre todo en muchos hogares urbanos, acceso a la televisión satelital y por cable. Esta tal vez sea una razón, para explicar por qué, en este grupo de adolescentes, particularmente en los hombres, sea el medio que más prefieren cuando tienen tiempo libre. Lo anterior permite deducir que al existir una gran cantidad de programas, las opciones de entretenimiento entre los consumidores se expanden. Por tanto, sus posibilidades de permanecer más horas frente al televisor, también, se incrementan. En el siguiente gráfico se ilustra el consumo mensual que los entrevistados realizan:

*Gráfica No. 6 Número de horas a la semana que los adolescentes participantes en el estudio ven televisión.*



El análisis detallado de sus respuestas permite establecer que a partir de 10 hrs. de consumo, a la semana, se empieza a concentrar el mayor número de estos estudiantes.

### **La radio: una tarea que relaja**

La radio inscribe otro imaginario expansivo, propio del ocio, en este grupo de adolescentes porque su consumo lo relacionan con el reposo y la tranquilidad que en ocasiones también buscan. Igual que otros medios audiovisuales, la lógica del consumo responde, en este caso, al relajamiento. Quienes prefieren la radio lo hacen porque fundamentalmente tienen la oportunidad de escuchar música, y esto lo vinculan con el relajamiento:

Me gusta escuchar y también porque me relaja y me entero que canciones nuevas hay y también porque pasan noticias.  
Porque me gusta demasiado la música, y en ella escucho mucha información de todo tipo y por eso me gusta.  
Porque me gusta escuchar música así también no te enfadas tanto.  
Porque al oír las canciones, y todo lo referente a ellas me relaja.  
Porque así puede relajarse un poco con las canciones que pasan.  
[Entrevista]

De este modo se puede registrar, y con base en sus respuestas, que el 41% de las mujeres eligen la radio cuando tienen tiempo libre, y solo el 14% de los hombres mantienen esa preferencia. Además, es el medio que ellas prefieren cuando están solas; mientras ellos se inclinan por los videojuegos en sus ratos libres. Con el propósito de conocer más a fondo los motivos por los cuales gustan de la radio, se discutió con ellos y ellas para conocer con cuáles palabras relacionan su consumo y se obtuvieron las respuestas que se agruparon en la siguiente tabla:

Tabla No. 3 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan la radio alrededor del entretenimiento

Palabras	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	hombre	Mujer
La fantasía	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	3	0
Lo creativo	5	2	2	2	2	4	5	6	4	1	18	15
Lo irreal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lo virtual	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Lo manipulo	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
La verdad	7	6	11	1	6	4	2	3	4	2	30	16
Lo nuevo	3	4	5	3	3	6	4	5	7	5	22	23
Lo fácil	1	0	0	2	1	0	0	1	1	0	3	3

Si se mira la tabla anterior se puede constatar cómo en estas respuestas no se observan diferencias significativas entre los hombres y las mujeres. El gusto por este medio se asocia con “lo nuevo” y esta palabra hace referencia al tipo de música que prefieren escuchar, “los nuevos éxitos” lo cual si están enfadados “los calma”. Sin embargo, también sus testimonios hicieron saber que escuchan los mensajes radiales, los cuales llegan a ser entretenidos porque no se puede vivir sin “los chistes divertidos de los locutores”; ahí escuchan otras voces que llegan ser tan familiares como las de sus profesores. Lo interesante, como dice Eco, U. (2006), es que en la canción de consumo las audiencias pueden estar aquí o allá, haciendo esto o lo otro al sintonizar la música y los comentarios que quieren escuchar, *i.e.* es el fondo de dichas actividades.

### **Nos pasamos un rato con los videojuegos y la Internet**

Después de la televisión y la radio dos medios logran despertar su interés para pasar el rato: para los hombres los videojuegos y para las mujeres la Internet. Estos medios, como Dicen Zillmann y Bryant (1996), encarnan formas de entretenerse para excitar o calmar a las audiencias<sup>91</sup>, dependiendo de su estado emocional. En este caso como nuestros entrevistados lo afirman, les gustan las imágenes y sobre todo aquellas que encarnan sus grados de excitación:

<sup>91</sup> Compárese los estudios realizados por estos estudiosos estadounidenses que arrojan lo siguiente: “Los datos revelaron que los programas excitantes atraían a los participantes aburridos, mucho más que a los participantes estresados, y que los programas relajantes atraían a los participantes estresados mucho más que a los aburridos. (Zillman y Bryant, 1996 :590)

Mtro. : ¿Y a ustedes qué les gusta de la Internet?

H: Entretenimiento, por ejemplo, yo básicamente me meto en páginas como youtube para ver videos, o el metroflog para bobear.

M<sub>2</sub>: A mí no me gusta el youtube, no sé, a mi no me interesa, lo que es el metroflog sí.

H<sub>3</sub>: Yo el de coca cola.

M<sub>3</sub>: También este, a veces sí de que ya me aburrió el Messenger ya que no hay nadie conectado o de que en youtube ya viste todos los videos que pudiste ver, me meto a lo que es una página de juegos que se llama juegos.com y así hay diferentes juegos de acción.

H<sub>3</sub>: Juegos.

Mtro: ¿Qué tipos de juegos?

H<sub>4</sub>: Acción o terror.

H<sub>1</sub>: Acción y fantasía.

H<sub>5</sub>: Yo fantasía e infantiles.

M<sub>7</sub>: Además hay páginas interactivas.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Es interesante notar cómo la diversión para ellos consiste en visionar programas o series que provocan expectación, las cuales califican de no aburridas. Las tramas audiovisuales tranquilas, no aparecen en el repertorio de nuestros adolescentes. Para este grupo acercarse a los medios para entretenerse implica, aparentemente, elegir programas para prolongar experiencias excitantes, encarnadas en palabras como “acción”, “terror” y “fantasía”. Por el tipo de expresiones que manifiestan deben ser series donde los personajes presentifican la fuerza y el poder. Tessier, G. (2004), dice al respecto: “La adolescencia tiene sus héroes, sus películas de culto y sus series de televisión preferidas: para las chicas, aquellas que muestran las reglas del juego amoroso; para los chicos, los héroes más temerarios” (p. 85).

Como nos damos cuenta, lo que buscan dichos adolescentes en cualquier medio es entretenerse, pero esas posibilidades se reducen en cierta medida a lo mostrado por las pantallas, en algunos como la Internet son amplias, y en otros casos es más reducida, como la radio. Sin embargo, las opciones de diversión, como lo comentan, no obedecen a sus motivaciones sino a un escapismo momentáneo, ¿cómo es eso? La fórmula de su entretenimiento se mueve por aquello que hace perder el tiempo, se invierte en una diversión instantánea que en

algunos casos se pudiera calificar de superficial y efímera para olvidarse, como lo expresan, de:

H<sub>6</sub>: Hacer tareas.

H<sub>3</sub>: Para salir del aburrimiento.

H<sub>1</sub>: Nos hacen olvidar de nuestros problemas.

M<sub>3</sub>: Yo entro al metroflog y el Messenger para entretenerme nada más.

M<sub>2</sub>: Porque me olvido ya de todo.

M<sub>4</sub>: No pues, nada más una distracción por un ratito.

H<sub>4</sub>: Messenger.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

En esta dirección sus expresiones connotan que el entretenimiento en los medios no es motivado por actividades para satisfacer una necesidad que obedezca a móviles más profundos, lo que gobierna su elección es más bien la gratificación, donde no se realiza ningún esfuerzo. El gusto por estos medios audiovisuales, por tanto, está marcado, si se me permite, por la premisa de que lo importante es la efectividad para escapar de lo rutinario, un entretenimiento *light*, o como dice Imbert, G. (2003), una diversión en clave ligera, porque no está relacionado con sus frustraciones y dificultades. Esto desencadena en este grupo de adolescentes la idea de que para entretenerse no se debe realizar ningún esfuerzo, lo placentero viene dado, de alguna manera, por simple expectativa. El entretenimiento se alimenta, entonces, por la oposición a otras actividades como el trabajo escolar y en cierta forma encarna el valor vigente en las sociedades urbanas actuales, donde se apuesta mucho al placer y al ocio frente al compromiso y la responsabilidad. A esta reflexión se debe agregar otra más: en esta sociedad donde el entretenimiento se vuelve un factor imprescindible, se deben buscar más y nuevas formas de divertirse y muchas de éstas se ofrecen precisamente por los medios audiovisuales. Por consiguiente, éstos encarnan los deseos de los jóvenes de estos tiempos: pasarse un buen rato sin pensar en las preocupaciones escolares y familiares. Este tipo de entretenimiento no se

relaciona con la osadía y el esfuerzo, sino con el sentido del menor esfuerzo, cercano a lo banal<sup>92</sup>.

En esta parte de la exposición y con base en sus narraciones, puedo señalar que se encuentran dos experiencias de entretenimiento: la primera de ellas es un tipo de diversión presentificada por juegos audiovisuales y programas que incrementan sus niveles de excitación y, la segunda se inscribe con materiales asociados con el relajamiento, de manera específica con la radio. En ambas experiencias nuevamente se manifiesta una preferencia de género. Ellas seleccionan una programación susceptible para relajarse, y ellos se sienten más atraídos por aquella que maximiza emociones fuertes.

A manera de epílogo, puedo señalar que nos hemos acercado al ocio suministrado por los medios audiovisuales para descubrir, con base en las experiencias de estos adolescentes, la fuerza que estos medios tienen para instituir nuevas maneras de pasar el tiempo y satisfacer necesidades de acuerdo a la programación audiovisual. Sin duda es un *tipo de información* la que suministran estos medios como lo piensa Pérez, T. (2003), la cual está relacionada con la música, películas y aficiones entre otras cosas. Desde esta perspectiva la búsqueda se define sobre la base de qué diversión elegir, qué serie es más entretenida y en cuál se tiene más disfrute. Esto es manifiesto en el contexto urbano, porque como lo menciono en el punto 6.6, es preferible que estos adolescentes se entretengan en casa que lo hagan fuera de ella. Se conjugan varios factores: 1) un entretenimiento electrónico cada vez más extendido que reemplaza antiguos modos de hacerlo; 2) las ideas paternas de que el hogar es un espacio seguro para los hijos; 3) la creencia de este grupo de jóvenes de encontrar variadas y múltiples maneras de entretenerse con los medios audiovisuales, las cuales son altamente divertidas. Conviene aclarar finalmente que no interesa satanizar este tipo de *entertainment*, el propósito más bien es

---

<sup>92</sup> Al respecto Imbert G. (2003), menciona que es un tipo de diversión de satisfacción inmediata y desechable porque funciona, según su punto de vista, con el principio de placer.

conocer, con base en las opiniones de los estudiantes, cómo el entretenimiento, en su *versión audiovisual*, está logrando posicionarse en nuestros jóvenes. Al ser un recurso fácil los saca de estados de ánimo valorados, por ellos, como negativos, para situarlos en estados de ánimo que mejoran sus afectos. Este tipo de entretenimiento los calma, los excita, les hace olvidarse de las tareas cotidianas que los *estresan*, para escaparse algunas horas a experiencias de distracción gratificantes.

#### **6.4 Construyendo nuestras identidades**

El asunto de la identidad<sup>93</sup> es un punto central cuando se habla de adolescencias. Es una dimensión donde se inscriben actividades prácticas y valorativas que permiten saber quiénes son las personas, en el plano individual y colectivo (Olivé, L. 1994). Sin embargo, el consumo audiovisual es un factor que en los tiempos actuales ayuda a dilucidar, aunque sea de manera matizada, los imaginarios que alrededor de la identidad los adolescentes construyen en una realidad social donde las diferencias de sexo-género constituyen, todavía, su *tarjeta* de presentación. Exponerse varias horas a los medios audiovisuales necesariamente es un motivo para pensar algunos posibles cambios en la construcción sus identidades. Por consiguiente, la experiencia cotidiana en dicho consumo debe resolver, de alguna forma, los intentos por comprender cómo se presentifica la identidad actualmente, sobre todo en los adolescentes urbanos consumidores de imágenes audiovisuales. En esta categoría es donde se muestran de manera más nítida las expresiones antonímicas que sustentan los adolescentes cuando hacen referencia a valorizaciones relacionadas con la identidad, comentarios como: “ahí como que los personajes tienen cuerpos distintos”, “son más atractivos”, “son como el estereotipo que ya tiene la sociedad que ese cuerpo es el más perfecto” “los actores como más o menos tiene los cuerpos perfectos”, “tengo una amiga que...ella, sí se inyectó para verse como en la tele”, “te hablan de relaciones

---

<sup>93</sup> La identidad la entiendo como el proceso mediante el cual los adolescentes interiorizan ciertos valores, códigos y atributos y posteriormente los comparten con el grupo al que pertenecen.

sexuales”, “la mayoría de los programas son por y para los adolescentes”, dejan traslucir de alguna manera cómo las pantallas constituyen un vehículo que imaginariamente permite construir una posibilidad de reafirmar las identidades al tomar distancia del otro género y refirmarse en el suyo y, por otra parte, marcar diferencias con la generación adulta. Los adolescentes sueñan con simetrías corporales que no tienen, pero las imágenes audiovisuales en lo imaginario les permiten construir dichos sueños. Así, el procesamiento de las expresiones relacionadas con aspectos identitarios se codificaron y son las que permitieron en este apartado la categoría: *Construyendo nuestras identidades*.

### **Nosotros somos del grupo “A”**

Los adolescentes no se interesan sólo por información relacionada con la tarea escolar, por ejemplo. Uno de los motivos de acercarse a medios como la Internet es para conocer algo acerca de sí mismos. Con relación a dicho medio, el grupo de adolescentes lo consideran como un recurso que les brinda mayores posibilidades de ampliar conocimientos sobre sus intereses y preocupaciones. Así lo confirman 68 de 76 hombres y 55 de 59 mujeres. Sus respuestas permiten argüir que es el único de los cinco medios audiovisuales, más comunes en su consumo, que brinda más información relacionada con los intereses propios de las adolescencias. En este punto coinciden los estudiantes de las cinco escuelas sin importar el género.

Ese número de adolescentes, que así lo piensan, confirman por qué de los 135 jóvenes entrevistados, el 52% de los hombres y el 44% de las mujeres sostienen la postura de que en los tiempos actuales “no se puede vivir sin la Internet”, como se observa al agrupar sus respuestas en la tabla No.2. En este aspecto no observo diferencias significativas entre ellos y ellas. Sin embargo, de las cinco escuelas, sólo los hombres de la secundaria No. 87, no comparten la opinión del resto de sus compañeros de las otras cuatro escuelas. Al preguntarles de manera específica, en el grupo de discusión, las razones sobre su punto de vista, comentan que la Internet es un medio *ad hoc* para divertirse, sin embargo cuando



esto no es posible tienen a la mano otros medios, como los videojuegos y la televisión para poder sustituir este medio fácilmente. Analizando en detalle sus respuestas, sólo las mujeres de las secundarias No. 40 y No. 87 coinciden en señalar, en un mayor porcentaje con relación al resto de las escuelas, que en los tiempos actuales no se puede vivir sin este medio. El resto de los adolescentes mantienen otras posiciones. (v. tabla siguiente)

Tabla No. 4 Las posiciones de los adolescentes con relación a la posibilidad de vivir o no con este medio

Respuestas	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Se puede vivir sin Internet	3	2	5	2	1	5	0	3	3	1	24	16
No se puede vivir sin Internet	13	7	7	2	8	5	4	9	8	3	32	26
Da lo mismo tener Internet o no	2	4	5	5	4	4	8	3	5	4	24	20

Estas frecuencias obtenidas en la entrevista semiestructurada, se deliberaron en los grupos de discusión y surgió un elemento clave en sus posiciones, porque consideran que la Internet es un vehículo para establecer y asegurar la pertenencia a un colectivo, encarna un valor identificante entre ellos y ellas, *i.e.*, les permite *formar parte de*; por tanto, se puede observar cómo estos adolescentes le están dando un juicio de valor a la Internet para formar y mantener una distinción cultural en términos de Giménez, G. (2002). Por esta razón, ante su mirada, quienes no son consumidores de este medio son vistos como ajenos al grupo, entre otras cosas porque “no saben de que se habla”. De manera específica, su punto de vista con relación a compañeros de su edad que no usan la Internet, el 48% de las mujeres consideran que “están atrasados de cómo viven los jóvenes”. Mientras sólo el 29% de los hombres comparten con ellas esta misma opinión. Se puede inferir que para estos adolescentes, los compañeros o amigos que *no forman parte de* están frente a un sentimiento *de desconexión*, de un estilo de vida al no ser consumidores de este medio. Al respecto se expresan así:

Mtro. ¿De qué se pierde un compañero de ustedes que no usa la Internet?

H<sub>2</sub>: De diversión.

M<sub>3</sub>: De la facilidad que tiene la Internet.

H<sub>1</sub>: De información más adecuada.

M<sub>1</sub>: No está actualizado.

H<sub>2</sub>: Se burlan de él.

H<sub>4</sub>: Como que no sabe de que se habla.

Mtro: ¿Están de acuerdo?

Todos: ¡Sí!

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Estas expresiones invitan a una primera reflexión: si la Internet informa y divierte quien no lo hace queda fuera de ella, y al estar en esa situación se priva de compartir experiencias con otros pares. De ahí que la Internet concretiza una nueva circunstancia histórica relacionada con el conocimiento y un factor de cohesión de grupo. Por tanto, dicho medio instituye una forma de imaginar la adolescencia.

Al continuar con el análisis de sus opiniones, con relación a la idea de vivir o no vivir con la Internet, contrasto una diferencia al cruzar las respuestas en la entrevista semiestructurada: para ellos es más bien compartir formas de entretenimiento y para ellas implica estar actualizadas. Son dos posturas que, si no son contradictorias, al menos hacen cavilar que este medio presentifica la posibilidad de varias funciones, las cuales se acentúan de acuerdo a la situación de cada estudiante. Pero parece pertinente señalar, con base en los datos, que las mujeres mantienen una postura más clara sobre la importancia de la Internet en sus vidas. Y al comparar las escuelas se pudo registrar a un mayor número de adolescentes de la Sec. No. 40. Lo rescatable en sus posiciones es que la Internet es valorado como un medio que simboliza ser parte de una generación, no consumir la Internet es vivir "atrasado de cómo viven los jóvenes", *i. e.*, en cierta forma el imaginario de ser joven se encarna y se instituye por el consumo de este medio simbólico que contribuye a moldear lo que son.

De sus puntos de vista es posible inferir que la Internet, permite a estos adolescentes, de alguna manera, construir nuevos referentes simbólicos para ser parte de un colectivo, genera lazos de sentido al identificarse con *unos* y distinguirse de *otros* (figura No.11), al reafirmar sus gustos, valores y emociones, y esto constata el argumento de Chihu, A. (2002); Giménez, G. (2002); Nateras, A. (2002) y Olivé, L. (1994), de que la identidad es una construcción social.

De manera específica, en estos adolescentes la diferencia/identidad se esboza de dos maneras, una relacionada con jóvenes de su edad que no consumen la Internet, y otra relacionada con un sector de la población que no comparte sus gustos e intereses, simbolizado por el universo adulto. Con relación a la primera, los procesos de identificación de estos adolescentes se construyen si se comparte el mismo juego, los mismos programas. Sabemos que mientras en el hogar, el barrio y la escuela se establecen formas de hacer y de ser particulares, el consumo de la Internet inscribe valores más bien globales, al menos en el plano de imaginario, tal como argumenta Giddens, A. (1997). Sin embargo, independientemente de ello, ser parte de un grupo implica tener aceptación de los pares y eso se manifiesta, desde sus propias valoraciones, cuando comparten esos símbolos. En tanto, con referencia al universo adulto, las adolescencias (A) buscan escapar de las prácticas instituidas de la vida adulta (B), para producir un nuevo vínculo social, solo entre sus pares *i.e.*, se confrontan, desde la posición de los entrevistados, los universos imaginarios del grupo A y el grupo B. Esta demarcación construida por estos adolescentes se muestra en expresiones como “información para jóvenes”, “en la mayoría los programas son por y para los adolescentes”, las cuales permiten constar por qué la Internet es un medio del cual se han ido apropiando. Por tanto, se puede decir que la valorización de la Internet lo marcan los propios consumidores al darle un peso y un valor en la vida, les permite reafirmar y demarcar que *ellos* son del grupo “A” y los *otros* son del grupo “B” como se ilustra en la siguiente figura:

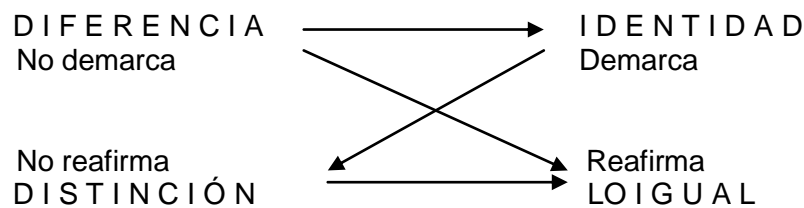


Figura No 1 El proceso de la identidad: lo propio y lo ajeno

En este caso particular, la demarcación se refiere al interés de establecer un valor o un rasgo el cual hace que los integrantes de un grupo se diferencien de otro (Nateras, A. 2002). Mientras la reafirmación hace que una persona o un colectivo de manera activa adopten un rasgo o un valor para identificarse. De esta forma siguiendo la argumentación de Nateras, A. las identidades se construyen relacionamente a través de la mirada del Otro.

Así, estar en el grupo “A”, es el *meme*<sup>94</sup> que encarna los mismos gustos traducidos en códigos lingüísticos, moda, peinados, música y páginas como se ejemplifica en una discusión como la siguiente:

- H<sub>7</sub>: Todos mis amigos tenemos el mismo juego y nos divertimos.  
M<sub>6</sub>: Creo que en la mayoría los programas son por y para los adolescentes.  
H<sub>8</sub>: Ahí hay información para jóvenes.  
M<sub>5</sub>: Hay cosas interesantes sobre los jóvenes.  
Mtro: ¿De qué temas?  
H<sub>5</sub>: Sexo [risas].  
Mtro: ¿Sexo?  
H<sub>4</sub>: Te hablan de relaciones sexuales.  
(Gpo. de discusión 22-04-08)

Estos comentarios muestran que el sentido de pertenencia viene dado por lo que comparten, pero además dejan entrever que satisfacen el interés de grupo. Por otra parte, puedo inferir en esta reflexión que el consumo de medios como éste, genera una nueva materia en cuanto a la producción, por un lado, de un cuadro de identidades y por el otro, uno de diferencias encarnado en la Internet. Este discurso identitario, también permite vislumbrar cómo se niegan una serie de

<sup>94</sup> Unidad de información entre un grupo determinado.

intereses para el grupo “B”, y al hacerlo los afirman para ellos y ellas que son el grupo “A”, confirmando que las identidades se sitúan temporalmente con las respectivas contradicciones que esto implica (Nateras, A. 2002),

Pero no solamente la Internet encarna ser un medio propio para las nuevas generaciones. También pude constatar, en las respuestas de este grupo de estudiantes, que la radio es otro medio de amplia aceptación. No menos cierto es que tiene una audiencia importante en diversos sectores de la población, pero en su caso particular existen programas, sobre todo musicales, que ellos consideran *ad hoc* para un adolescente. ¿Por qué la prefieren? Veamos un fragmento con algunos puntos de vista:

Porque su misión es mantener informado a los jóvenes.  
Crean cada cosa para decir y alegrar a las personas, o que se desahoguen haciendo una llamada a ellos.  
Hay muchas canciones que dicen la verdad y la realidad de la vida.  
Porque para mí es un medio de comunicación muy interesante por lo que escuchas.  
Porque hay estaciones donde las canciones las puedes ordenar o complacer y te las ponen.  
Ellos hablan con la verdad.  
Porque en la radio te enseñan qué hacer con tus problemas.  
Porque las canciones te llegan al corazón.  
Sacan canciones muy *chidas* con pura creatividad especial.  
[Entrevista]

Como se constata en los comentarios de estos jóvenes, dos elementos resumen el sentido que tiene para ellos escuchar la radio, por un lado la información sobre temas alusivos a sus intereses y por el otro, el estilo de música preferida. En este orden de ideas la radio también de alguna forma reitera ser un medio que los identifica, porque su singularidad radica en poner a su alcance la música *moderna* “que llega al corazón”, la cual es apropiada para un público como ellos y ellas. Esto se explica porque como sabemos, en muchos casos los programas informativos y musicales producidos por la radio, en nuestro contexto, tienen un destinatario en muchos casos. En este caso particular los adolescentes en sus expresiones reconocen que parte de esa programación está dirigida a ellos.

En este eje de reflexión podemos aceptar que este medio satisface el gusto de algunos adolescentes. Pero, ¿cuál es la naturaleza de sus canciones? Se puede establecer lo siguiente: es propiamente una canción de consumo<sup>95</sup> que responde a sus gustos porque no solamente el ritmo y la melodía, agradan, también las letras encarnan sus intereses y problemas, combinados con la imagen del cantante -que alguna vez han visto en la pantalla-, ya sea por su forma de vestir, moverse, hablar y de actuar frente al público. Por tanto, las canciones son un referente importante para este grupo de adolescentes porque en ellas fincan vínculos de identificación, las consideran reservadas para ellos, emblemas para asegurar la existencia de su generación. De esta manera, la radio tiene estas dos funciones importantes, (v. Eco, U. 2006): (1) una función catártica porque los relaja, como ellos dicen, de sus problemas cotidianos, y (2) una función de refuerzo, porque también intensifica sus gustos, emociones e identidades. Pero aquí encuentro otro punto de reflexión, porque no solamente lo musical los tiene como destinatarios, algunos programas *de orientación* se dirigen a ellos y ellas, por esta razón se identifican con cierta programación, cuando dicen “Ahí se escucha mucha creatividad y muchas cosas en común de los chavos”, “su misión es mantener informados a los jóvenes”, están mostrando que son temas para el grupo “A”, diferentes a los escuchados por el grupo “B”. Por tanto, son temáticas propias de su edad, porque así lo creen y lo disfrutan intensamente; por eso puedo afirmar que este tipo de programación encarna exigencias de grupo e intensifica idealización de valores.

### **Con el uniforme de las pantallas**

Otro elemento que aflora en las experiencias audiovisuales de los adolescentes es el cuerpo. No se puede dudar que la *res corpórea* es una dimensión atractiva para

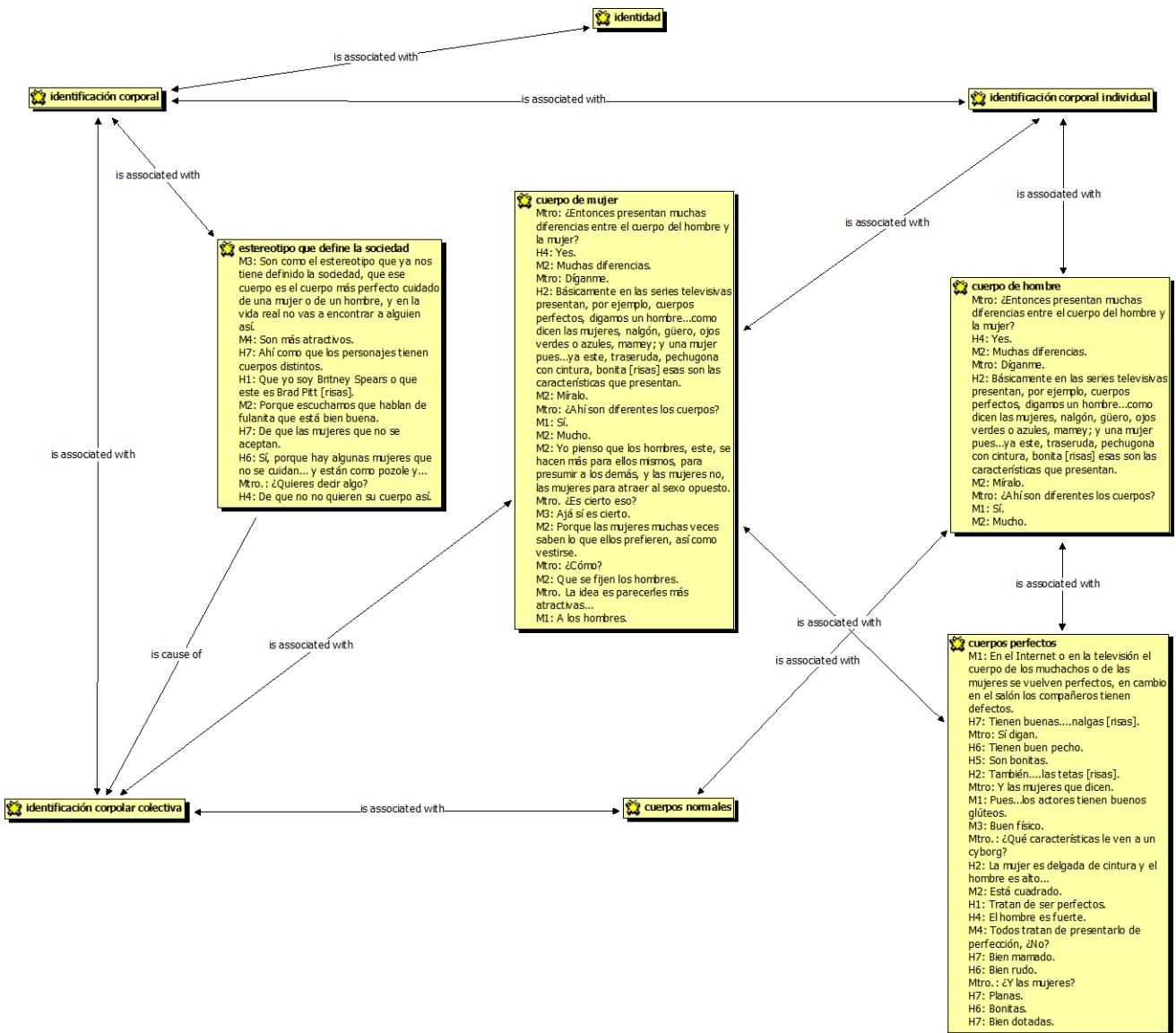
---

<sup>95</sup> Eco, U. (2006) analiza cómo la música de consumo divierte “...no revelándonos algo nuevo, sino repitiéndonos lo que ya sabíamos, que esperábamos ansiosamente oír repetir y que nos divierte” (p.271). Y esta es precisamente la que gusta a los adolescentes. “...en la sociedad en que viven, estos adolescentes no hallan ninguna otra fuente de modelo; o por lo menos ninguna otra fuente tan enérgica e imperativa” (p.281)

cualquiera de ellos, ya sea que tomen como referente el propio o el de una compañera o compañero. Por eso tiene sentido la pregunta, ¿acaso no vivimos el mito corpóreo dónde todo se materializa? Podremos afirmar que sí, por esta razón el cuerpo encarna una de las maneras de hacerse notar ante los demás, sobre todo en esta edad; por este motivo mediante él se presentan ante el mundo<sup>96</sup>. El cuerpo simboliza dos cosas: (1) una forma de ser particular y (2) al mismo tiempo significa ser parte de un colectivo. Así, se convierte en un referente central en ellos y ellas; la codificación de sus expresiones donde se establecen, por una parte, las diferencias corporales del hombre y de la mujer, y por la otra lo que significa un cuerpo “perfecto” y “atractivo” se observa en la siguiente red. Esta representación gráfica recupera las significaciones imaginarias que alrededor del cuerpo instituyen estos adolescentes.

---

<sup>96</sup> Sabemos que el cuerpo siempre ha sido visto como un referente para identificarse con el prójimo, así lo hace notar Jean Paul Sartre. Este filósofo sostiene que el cuerpo de cualquier persona tiene como característica ser conocido por el otro. En este sentido se conoce nuestro cuerpo por la manera en como los otros lo ven, y así nos remitimos a la existencia del prójimo. Sigue diciendo Sartre que el conocimiento se da a través del actuar con el mundo, de esta manera el prójimo me conoce en cuanto por lo que hago corporalmente. (Sartre, J.P. 1985. Existencialismo es un humanismo: México: Ed. Quinto Sol)



Esquema No 6. Representación gráfica que recupera el cuerpo como símbolo en las identidades

Así, en este esquema se puede apreciar que para los adolescentes mostrarse con y para sus compañeras y compañeros se hace mediante el cuerpo. Pero, ¿bajo cuáles condiciones debemos discutir esta problemática actualmente? Me parece que ahora conviene discutirla bajo las condiciones de las pantallas, *i.e.*, actualmente no solo las adolescencias sino amplios sectores sociales la sociedad construyen su imaginario corporal con relación a los medios audiovisuales, esto confirma la idea de Muñiz, E. (2008), de que el cuerpo es una construcción cultural e histórica. Se podría agregar que estos medios buscan acotar el cuerpo



tanto del hombre como de la mujer, porque lo reducen a ciertas características presentadas en sus imágenes, y el asunto es que nuestros estudiantes se identifican con esos modelos. Esto pone de manifiesto que ahora el cuerpo ya no se ve como es sino como se quiere que sea. Así lo revelan cuatro adolescentes:

M<sub>3</sub>: Son como el estereotipo que ya nos tiene definido la sociedad, que ese cuerpo es el cuerpo más perfecto cuidado de una mujer o de un hombre, y en la vida real no vas a encontrar a alguien así.

M<sub>4</sub>: Son más atractivos.

H<sub>7</sub>: Ahí como que los personajes tienen cuerpos distintos.

H<sub>1</sub>: Que yo soy Britney Spears o que este es Brad Pitt [risas].

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Como estos adolescentes lo citan, sus cuerpos se recrean en las imágenes audiovisuales, el encantamiento por la perfección corporal es algo con lo cual se identifican y buscan parecerse a esos modelos, “porque nos dicen como son trabajados” comentan. A lo largo de sus expresiones utilizan palabras como: “bien trabajados”, “más atractivos”, “más perfectos”, para construir su noción de cuerpo y, como se observa, todas ellas son términos consustanciales a las imágenes de las pantallas. Por tanto, el espejo de la pantalla, ese marco delimitado por cuatro lados, les devuelve, de alguna manera, cómo deben ser los linderos de la *res extensa*. Y, en mi opinión, entre esas imágenes que observan diariamente, y su propia constitución corporal, se construye en parte la búsqueda de su identidad, porque como sostiene Nateras, A. (2002), el cuerpo es el artefacto por medio del cual se establece la diferencia con los Otros. En este caso su representación corporal se da en la dimensión imaginaria, porque en ocasiones no responde totalmente a la estructura de sus propios cuerpos, pero se aspira al que muestra la pantalla:

M<sub>2</sub>: Porque escuchamos que hablan de fulanita que está bien buena.

H<sub>7</sub>: De que las mujeres que no se aceptan.

H<sub>6</sub>: Sí, porque hay algunas mujeres que no se cuidan... y están como pozole y...

Mtro.: ¿Quieres decir algo?

H<sub>4</sub>: De que no, no quieren su cuerpo así.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como lo revelan sus comentarios, este grupo de adolescentes consumidores cuestionan sus propios cuerpos cuando no responden a los modelos audiovisuales. Ellos por su cuenta saben si lo logran o no, si encuadran en los cánones de la perfección corporal, de la meta a alcanzar para poder atraer al sexo contrario. Así, los medios audiovisuales dictan, de alguna manera, los procedimientos para ser parte del grupo, mediante aquéllos aprenden cómo hacerle para verse bien y, por tanto, ser aceptados por sus pares. Entonces para estos adolescentes, las pantallas encarnan una última palabra, constatada por las miradas de aceptación de sus iguales.

Sin embargo, sí se observan algunas diferencias por género. Por ejemplo, ellas se preocupan más por cuidar su cuerpo para agradar a sus compañeros, el siguiente párrafo sintetiza esta postura:

M<sub>2</sub>: Yo pienso que los hombres, este, se hacen más para ellos mismos, para presumir a los demás, y las mujeres no, las mujeres para atraer al sexo opuesto.

Mtro. ¿Es cierto eso?

M<sub>3</sub>: Ajá sí es cierto.

M<sub>2</sub>: Porque las mujeres muchas veces saben lo que ellos prefieren, así como vestirse.

Mtro: ¿Cómo?

M<sub>2</sub>: Que se fijen los hombres.

Mtro. La idea es parecerles más atractivas...

M<sub>1</sub>: A los hombres.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como se corrobora, en estas expresiones, en las mujeres se acentúa más el interés por cuidar su cuerpo, está presente el deseo emocional por parecer bien, por presentar lo mejor posible su imagen para “que se fijen los hombres”, y el cuerpo simboliza esa posibilidad de mostrarse ante el sexo opuesto, de lograr la aceptación del Otro, se pudiera argüir lo siguiente: la ansiedad emocional de las adolescentes es igual a verse bien. La perfección del cuerpo se aplaude como un logro y en ellas se aprecia más esta preocupación de “parecer más atractivas”. La figura corporal se inscribe en la aceptación o el rechazo de los pares; por eso, si se busca lo primero debe cultivarse, moldearse. Por consiguiente, puedo señalar, a manera de hipótesis, que las imágenes de los medios les ayudan a modelar su

cuerpo como parte del proceso de pertenecer a un colectivo, *i.e.*, los criterios de la *mujer fashion* y el *hombre power* están encarnados por la pantalla. En este orden de ideas y con base en sus comentarios, para este grupo de adolescentes, el juicio del cuerpo es gracias a los medios, una imagen de lo bello y lo fuerte, de la sugerente delgadez en las mujeres y la *vigorexia* en los hombres encarnado en palabras utilizados por ellos “mamey, fuerte, cuadrado, mamado, bonita, traseruda, acinturada, bien dotada”. Parece, entonces, que los medios audiovisuales permiten construir ciertos valores alrededor del cuerpo, coincidentes entre los adolescentes, de que el cuerpo joven debe tener ciertas dimensiones (Alegría, M. y Sánchez, G. 2008). Hay un olvido si la naturaleza los dota o no de estas proporciones, porque lo importante es la construcción que a su alrededor instituyen las imágenes de las pantallas. Éstas son el *locus* para ver si cumplen o no con las reglas, o bien con las fantasías instituidas sobre su propio cuerpo; puedo decir que no solamente en sus proporciones, también en las formas de vestirlo y de adornarlo. Los medios audiovisuales logran encarnar en este grupo de adolescentes el sentido de que el cuerpo tiene cierta imperfección y es precisamente en esta etapa de la vida donde inicia la valorización y, de alguna manera, el reconocimiento por la anatomía perfecta:

H<sub>1</sub>: A los actores los meten en comerciales de vivir sanamente, cosas así, como para que te pongas tú también a hacer ejercicio, o algo así, y te pongas como él.

M<sub>2</sub>: Ajá, a los actores como más o menos tienen los cuerpos perfectos que uno debería de tener.

H<sub>6</sub>: Aunque todos tenemos defectos.

M<sub>6</sub>: Pero en la tele tienen silicón.

M<sub>7</sub>: Bueno no todos.

H<sub>7</sub>: Tengo una amiga que... ella, sí se inyectó para verse como en la tele.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como vemos, los contenidos de las imágenes de la pantalla envían a los adolescentes el siguiente mensaje: es posible mejorar tu cuerpo. A partir de ello conviene agregar, entonces, que se alimentan dos valores: (a) el cuerpo siempre adolece de algo y (b) se puede llegar a tener un cuerpo perfecto. Dicho mensaje se mueve en ese plano de la ambigüedad, con las implicaciones emocionales que

en ocasiones esto puede provocar en las adolescencias, porque la construcción de sus identidades está, en parte, expuesta a la morfología corporal.

Con esto quiero decir que las imágenes de la pantalla se encargan de acentuar algunas características de los géneros, sobre todo cuando ven sus programas favoritos, en los hombres se multiplican la fuerza y la inteligencia y en las mujeres la belleza se altera, y desde estas premisas se provocan nuevas posibilidades de remodelación y actuación corporales. Estos modelos que los adolescentes observan y asimilan, de las imágenes audiovisuales, son un indicativo de cómo en la actualidad todavía se encargan de invocar ciertos roles tradicionales atribuidos a la mujer y al hombre por medio del cuerpo,<sup>97</sup> sobre todo estos roles son acentuados cuando el elogio a los cuerpos está vinculado con sus dimensiones masculinas y femeninas. Pero finalmente sirven para generar procesos de identidad, porque con el discurso audiovisual se construye imaginariamente<sup>98</sup> dicha *res corporea*, esta es una de las cosas manifiestas y que no podemos dejar de lado: la pantalla *uniforma* a nuestros adolescentes con las mismas dimensiones y colores. No me atrevo a señalar si es para bien o para mal, pero creo que una cosa sí está presente: las adolescencias desde sus formas corporales, potenciadas por los medios, cuestionan el imaginario social alrededor de la imagen instituida del cuerpo y logra encarnar otros valores sobre sus dimensiones físicas, sobre todo relacionadas con la perfección. Como cita Yehya, N. (2001), ese otro cuerpo, que existe solamente como representación de los medios audiovisuales, hoy más que nunca es adorado por el espectador<sup>99</sup>.

---

<sup>97</sup> Es una forma de valoración ligada fundamentalmente a discursos de los medios que pueden no corresponder a los modelos impulsados por la familia y la escuela; desconozco cómo en estos espacios se envían los mensajes corporales y qué tanto afirman o no el dominio audiovisual.

<sup>98</sup> Como plantea Cortés, J.M.(2003) hay una nostalgia por lo que representa el cuerpo y: “En este sentido, hay que ser muy consciente de que uno de los símbolos más claros de la identidad personal es el cuerpo humano y, por tanto, debe ser entendido como una metáfora fundamental en el contexto de la construcción social de la realidad en el cual esa identidad es creada, analizada y validada” (p.233)

<sup>99</sup> Baudrillard, J. (2006), reconoce como el cuerpo se convierte en el objeto más bello del consumo mediático: Dans la panoplia de la consommation, il est un objet plus beau, plus précieux, plus éblouissant que tous – lui-même de connotations encore que l'automobile qui pourtant les résume tous: c'est le CORPS.

Con base en las anteriores reflexiones se puede decir que estos adolescentes están, de alguna manera, unidos a las formas corporales preestablecidas por las pantallas, son personas encarnadas en esas imágenes, y todo parece indicar que les ayudan a tomar en cuenta las variables sensibles para mostrarse a los demás, porque saben qué las medidas físicas del cuerpo se vuelven un elemento tangencial para ser aceptados por los pares sobre la base de sus propios deseos. Estos jóvenes entrevistados ponen la mirada en la significación imaginaria positiva de la condición corpórea, sobre todo al descubrir cómo reaccionan sus compañeros, mejorando su autoestima, un valor fundamental en esta etapa de la vida. El *quid* está aquí, en la fuerza que ejerce la crítica o la aceptación hacia su cuerpo, porque tiene una influencia en su propia estima, sobre todo se muestra con más énfasis en el grupo de mujeres entrevistadas, para ellas la opinión de sus pares deja entrever la fuerza que guarda la aceptación del sexo opuesto. Finalmente como afirma Giménez, G. (2002) la configuración de la identidad no se pueda dar sino solo en relación con el Otro.

### **Las mujeres se sientan en esta fila y los hombres en ésta**

Como he venido señalando, las diferencias de sexo-género parece que son ahora remarcadas por las imágenes audiovisuales, confirmando la tesis de que los roles de género son dinámicos y obedecen al contexto histórico, por esta razón para los estudiantes, las diferencias se redimensionan con nuevos significados, relacionados con lo performativo mediático, tal y como lo sostiene Baudrillard, J. (2004). Los estereotipos de género se fijan y se aprehenden, de alguna forma, a partir de las imágenes de las pantallas, desde luego combinados con otros elementos valorativos y culturales presentes en la sociedad. Pero aquí lo interesante es ver cómo, la cultura audiovisual es un factor que acentúa el imaginario de las identidades y diferencias, y encarna al mismo tiempo sus deseos más íntimos. A partir de los movimientos, las emociones que proyectan, sus gestos y vestidos, por ejemplo, se califica al género, *i.e.*, a través de esos

personajes se favorecen los modelos tradicionales masculino y femenino prevalentes en el imaginario social: yo soy hombre y tú eres mujer.

No es de sorprender, después de reflexionar sobre los comentarios de los adolescentes, que la pantalla se vuelve capital para remarcar las oposiciones concretas e imaginarias de los géneros, sin embargo las valoraciones enfatizan lo corporal; siendo lo fuerte y lo sensual los valores principales que presentifica el mundo de la pantalla, en sus imágenes se crean y recrean los ingredientes para construir las oposiciones. Desde estas premisas, cabe argüir que las imágenes audiovisuales confieren valor a los límites de lo propio y lo ajeno en la búsqueda del autoconocimiento; no se revelan otros conceptos, desde sus expresiones, para establecer lo que es para los hombres y lo que es para las mujeres, tal como se acreditan unos a otros al momento de referirse sobre el género opuesto. Adjetivos como “nalgones”, “güeros” y “fuertes” son conceptos para connotar las particularidades del modelo masculino, en tanto para referirse al modelo femenino apuntalan palabras como “traserudas”, “pechugonas”, es decir *bien formadas*. El análisis de referencias como éstas permiten delinear, en este caso, que las oposiciones de género, desde sus experiencias se enmarca en características y dimensiones corporales. En este sentido, el territorio del cuerpo es un lugar privilegiado para despertar fantasías, cumplir deseos, compartir sueños y construir la alteridad. Por estas razones, es posible señalar que para este grupo de jóvenes el cuerpo simboliza un elemento para la construcción de la identidad individual al confirmar las nacientes dimensiones físicas entre ellas y ellos. La materia corpórea es un sitio de imágenes idealizadas para reiterar la mismidad, el autoconocimiento, les dice quiénes son, de qué grupo forman parte, en que fila están, como se pronuncian en este texto:

Mtro: ¿Entonces presentan muchas diferencias entre el cuerpo del hombre y la mujer?

H<sub>4</sub>: Yes.

M<sub>2</sub>: Muchas diferencias.

Mtro: Díganme.

H<sub>2</sub>: Básicamente en las series televisivas presentan, por ejemplo, cuerpos perfectos, digamos un hombre...como dicen las mujeres, nalgón, güero, ojos

verdes o azules, mamey; y una mujer pues...ya este, traseruda, pechugona con cintura, bonita [risas] esas son las características que presentan.

M<sub>2</sub>: Míralo.

Mtro: ¿Ahí son diferentes los cuerpos?

M<sub>1</sub>: Sí.

M<sub>2</sub>: Mucho.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Pero existe otro marco de reflexión, derivado de sus experiencias testimoniales, que también me conduce a un punto de meditación importante, relacionado con el imaginario corporal de los jóvenes: el cyborg. ¿Y qué instituye? presentifica el imaginario de la perfección versus la fragilidad como sostiene Duque, F. (2003). Con el cyborg se pretende presentar modelos corporales hegemónicos y estéticos acotados por la disciplina y la fuerza, donde de repente se acentúan características femeninas y masculinas. La hibridación es una técnica en los cyborgs para mostrar sus dimensiones estéticas (Duque, F. (2003), acentuando atributos del hombre o de la mujer o de ambos. Con el cyborg se transgreden los límites corporales entre lo imaginario y lo real. El cuerpo, por tanto, se puede perfeccionar y esto es uno de los valores creados con una amplia aceptación entre las adolescencias. Con la figura del cyborg el adolescente entra a una dualidad imaginaria donde el cuerpo es y no es, acabando con el imaginario instituido de que está atado solo a una posibilidad. El cyborg, por tanto, remite al valor de nuevas metáforas como la des-diferenciación, lo híbrido, que dan cuenta del desplazamiento corporal hacia múltiples atribuciones muchas de ellas fantasiosas, que a mi parecer se ilustran en el texto siguiente:

Mtro.: ¿Qué características le ven a un cyborg?

H<sub>2</sub>: La mujer es delgada de cintura y el hombre es alto...

M<sub>2</sub>: Está cuadrado.

H<sub>1</sub>: Tratan de ser perfectos.

H<sub>4</sub>: El hombre es fuerte.

M<sub>4</sub>: Todos tratan de presentarlo de perfección, ¿No?

H<sub>7</sub>: Bien mamado.

H<sub>6</sub>: Bien rudo.

Mtro.: ¿Y las mujeres?

H<sub>7</sub>: Planas.

H<sub>6</sub>: Bonitas.

H<sub>7</sub>: Bien dotadas.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Lo que ellos expresan aquí, es que la figura del cyborg inscribe las proyecciones y fantasías relacionadas con ideas de que el cuerpo puede ser perfeccionado y/o superado con ayuda de la tecnología. Así, ya en juegos de videos, en el cine o en las páginas de la Internet las adolescencias tienen la posibilidad de alimentar los sueños de tener un cuerpo “perfecto”. De esta manera el cuerpo biológico se puede suplantar por el cuerpo del cyborg, adornado por un sentimiento de aprecio hacia la “perfección” de las dimensiones físicas. ¿Estamos transitando de un imaginario meramente biologicista a una dimensión bio-tecnologizada sobre el cuerpo? Lo que puedo sugerir, a partir de los puntos de vista de los entrevistados, es que la víspera de hacer realidad el sueño de la manipulación del cuerpo se acerca a su materialización.

Concluyo este punto de meditación, sustentando lo siguiente: (1) el cuerpo, en estos adolescentes, es un referente simbólico que encarna la afirmación de los modelos de género reafirmando la construcción de sus identidades. (2) el paisaje corporal se convierte en un medio expresivo para enviar mensajes simbólicos, además es atractivo a la mirada del espectador. (3) La *res extensa*, por otra parte, viene a constituir una experiencia vital para relacionarse con los Otros. Así, para este grupo de adolescentes la dimensión corporal les permite socializarse, reconocerse, distanciarse o bien identificarse, i.e., *el cuerpo es la medida de todas las cosas*.

### **De la identidad por el número de lista a la e-identidad digital**

Otro eje de reflexión en esta categoría- *construyendo nuestras identidades*- se relaciona con el nombre. Mientras los estudiantes en la escuela por ejemplo, son llamados por sus apellidos o nombres, en la red lo hacen por su *nick*, también “a veces por apodos”, como ellos lo platican. En el salón de clases son personas de carne y hueso, en la red son personas electrónicas. Esto tiene connotaciones interesantes porque de entrada nos ubica en el sentido polisémico que tiene hablar de la identidad en las adolescencias, sobre todo que ésta se construye



como dice Giménez, G. (2002), a partir de la interiorización de varios elementos de la cultura. En este caso, merced a la Internet en la dimensión imaginaria se configura la posibilidad de una nueva identidad, la cual no requiere tener un nombre y apellido, porque es una identidad digital. Para esta identidad digital no se necesita pertenecer a una familia o a un grupo escolar, tan solo tener a la mano una computadora es suficiente para ser parte de una comunidad virtual. Por consiguiente, son personas que experimentan, por ejemplo, el cambio de la identidad en la escuela a la identidad digital. Un adolescente “pone un nick” y es suficiente para “decirle al otro” lo que le gusta, como se siente, pero ¿quién es ese *Otro*? Alguien está ahí del otro lado de la pantalla, pero no tiene rostro, pero para un adolescente habituado a este tipo de experiencias el rostro no importa, “puedo contactarme con amigos del otro lado del mundo...aunque ni se sepa cómo son” afirma uno de ellos. Como se ha venido argumentando, dicha identidad digital no requiere la presencia física de un sujeto para entrar en contacto con otra persona y mantener una serie de pláticas. Tan solo basta un *nick* para identificar de quien se trata, haciendo a un lado la dimensión histórico-social de dicha persona. En este sentido, como los mismos adolescentes lo dicen, la identidad fácilmente puede cambiar, por tanto es efímera, flotante, vaporosa, mientras en la escuela y en el hogar la identidad por el nombre siempre será la misma.

El párrafo anterior me coloca en la reflexión de pensar que al ser humano siempre le ha agradado cambiar de rostro, *i.e.*, ocultar una forma de ser, o bien asumir otra. De manera más concreta, el ser humano ha gustado de utilizar diversas máscaras de acuerdo a las situaciones y a los contextos donde se encuentre; en la actualidad la Internet favorece esa posibilidad de “poder cambiar de nombre”, aunque sea imaginariamente, cuantas veces se quiera, ese sueño se cumple hoy tal vez con más facilidades que en otros tiempos. Utilizar varias máscaras es atractivo, da la oportunidad a los adolescentes de ser, *e.g.*, una persona en la escuela y otra con los e-amigos. El espejo virtual permite, de esta forma, la mutación de una pluralidad de rostros que son compartidos con otros, varias máscaras = a varias identidades. A manera de hipótesis puedo subrayar que en

las relaciones cara a cara, procuran mantener el mismo rostro en cada situación, el mismo con los amigos o amigas; otro en casa por ejemplo. Sin embargo, en la red cambian de identidad según sea el internauta, teniendo la opción de usar una máscara en cada contacto, como se enfatiza en los siguientes comentarios:

<p>Pues mentir, no sé, ponerte primero un nick y fingir, y decirle al otro muy aventada, me gustan las fiestas, y todo eso, ya que como te puedes acoplar a cualquier persona que tenga esos mismos gustos. Nadie se da cuenta de que te puedes cambiar de nombre. Puedes dar un nombre falso. [Entrevista]</p>
---

Estas ideas, de los estudiantes, resumen de qué manera la Internet da cuenta del nuevo cauce que puede tomar la mutación de las identidades, sobre todo porque su construcción y recomposición no pueden estar ajenas a los avances tecnológicos actuales. En otras palabras son diferentes rostros los que se muestran en el espacio electrónico. Desde los planteamientos de este grupo de estudiantes es posible argumentar la existencia de *identidades flotantes*, un tanto difusas, porque cada identidad puede pasar de una personalidad a otra de acuerdo a cada contacto. Y desde ella aprende el adolescente a actuar, percibir, expresarse, a socializarse, *i.e.*, a vivir en un mundo anónimo que tiene otras reglas, un tanto distintas al mundo que le presentan su hogar y la escuela. Como se puede inferir, estas experiencias no tienen las características de las relaciones donde se miran a los ojos, serían más bien encuentros fríos y ajenos, en contraposición a las relaciones cara a cara, donde el afecto es más estrecho y cálido, porque en las relaciones del ciberespacio las identidades se relativizan debido a no saber con precisión *quién está ahí* y a la posibilidad de “fingir”, “dar un nombre falso”. Particularmente las mujeres lo tienen claro: “También yo pienso que sería como los amigos de la Internet, no serían amigos verdaderos, porque en la amistad deben existir problemas, pleitos, etc. Pero que después se solucionan, y en el Internet no, como que todo es más superficial, o sea que solo para charlar un rato y todo eso, pero ya no para cosas más serias”. Se aprecia, entonces, que subyace la idea que en las experiencias cara a cara no solo se da una interacción

real, sino cierta interdependencia, un vínculo más estrecho, esencial para mostrar los afectos, y esto no se alimenta en las relaciones del ciberespacio. Pero se puede observar también que los estudiantes entrevistados presentan posiciones un tanto contradictorias, a veces consideran positivas este tipo de experiencias, pero en otras ocasiones no tener rostro resulta no ser del todo agradable.

Se puede seguir argumentando, con base en sus opiniones, que la superficie imaginaria de la pantalla es atractiva porque interpela las identidades, manifiesta una distancia simbólica más corta entre lo real y lo virtual y rompe con la identidad creada a partir de mirarse en el espejo; porque ahora la forma de imaginar las identidades se desplaza hacia la pantalla, ahora ella funda una forma de imaginar la identidad. Además, en cierta medida, la pantalla-espejo logra crear otras alteridades, sujetas a lo que no se ve pero se imaginan, *sus miradas* reflejan una multiplicidad de significaciones construidas a partir de sus historias personales e intersubjetivas.

También se puede decir, a partir del análisis de sus expresiones y posiciones, que en estos adolescentes hay una búsqueda de la autoafirmación tomando como eje lo que sucede en las pantallas, en el amplio mundo de la información que los trasladan a otras identidades, a otros mundos donde, parafraseando a Yehya, N. (2001), sí es posible ser Otro.<sup>100</sup>

Mtro: Además de las formas de hablar ¿qué otras cosas provocan en los adolescentes?

H<sub>2</sub>: Por ejemplo los emos de ahí salieron, del Internet, de ahí se hicieron muchos emos, de las imágenes.

Mtro: ¿A qué ayudan los medios?

Mtro: Los medios ayudan para que esos grupos...

H<sub>2</sub>: Para que esos grupos se identifiquen.

Mtro.: Y ustedes con cual grupo se identifican.

M<sub>1</sub>: Con ninguno.

---

<sup>100</sup> Yehya, N. (2001) escribe que precisamente el internauta tiene la posibilidad de construir su identidad varias veces: "Un cibernauta puede vivir decenas de vidas diferentes con solo crear un ejército de yoos distintos que infesten diversos foros[...] La red ofrece la oportunidad de escapar a la cotidianidad, la coherencia y la uniformidad para experimentar otras formas de ser" (p.161)

H<sub>2</sub>: Yo antes llegué a identificarme tal vez con los emos, pero me salí, me salí de eso porque no me gustó.

M<sub>3</sub>: Se arrepintió.

H<sub>2</sub>: ¡eh! Yo vi lo que realmente era y no me latió y ya ahorita estoy pensando en hacerme punk.

M<sub>3</sub>: ¿Cómo?

H<sub>2</sub>: Punk.

Mtro: ¿Hay otros compañeros de ustedes que siguen esos modelos?

H<sub>3</sub>: Sí, de hecho nosotros en el salón tenemos uno que es punk... escucha música que está bien loca.

M<sub>2</sub>: De hecho está loco él de ver tanto.

M<sub>1</sub>: Y de hecho intenta cantar igual que sus artistas favoritos.

H<sub>2</sub>: A ustedes también les gusta pero se hacen.

M<sub>2</sub>: ¡No!

H<sub>2</sub>: ¡Cómo no!

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Lo que ellos están diciendo, de algún modo, es que en los mensajes de las pantallas está encarnado el sueño imaginario de la alteridad. Las pantallas son un vehículo para construir múltiples posibilidades de identidades, efímeras porque son atemporales y ajenas en cuanto que no responden a su contexto, como estos adolescentes lo llegan a reconocer.

Finalmente, después de las interpretaciones realizadas puedo concluir diciendo que estas formas de construcción de las identidades en los adolescentes, a partir de los medios, tienen su anclaje en cuatro fundamentos: (1) la necesidad de encontrar referentes para reafirmar su adolescencia, (2) la expectativa de contar con medios que les informen sobre sus intereses, (3) la posibilidad de jugar al anonimato, (4) reconocer que se construyen y reconstruyen a partir de la narrativa audiovisual.

## **6.5 Del hoyo en las paredes de los baños al ojo de la pantalla**

Uno hilo conductor que quedó claro a lo largo del proceso interpretativo se relacionó con la idea de que los medios audiovisuales hacen posible mirar cualquier cosa. El imaginario de poder ser espectadores de escenas eróticas, por ejemplo se cumple gracias a la pantalla, entre otras tareas refuerza, confirma y

transforma la fantasía que las adolescencias instituyen sobre el erotismo corporal. Por esta razón la categoría: *Del hoyo en las paredes de los baños al ojo de la pantalla*, da cuenta de esa posibilidad para los jóvenes consumidores de las imágenes audiovisuales. Aquí se analizaron expresiones como: “si ya lo vemos en Internet”, “en Internet ves eso que antes no veías”, “todos los adolescentes cuando están solos, sean hombres o mujeres han llegado a ver pornografía”, “un niño se mete a ver pornografía”, “puedo encontrar lo que yo quiera”, “es pura fantasía”. Estas expresiones se codificaron siguiendo la misma estrategia de agrupar las unidades de sentido, analizar sus relaciones y de ese proceso se reveló la categoría mencionada.

### **¿A escondidas?**

La idea de Gheude, M. (1997) y de Imbert, G. (2003)<sup>101</sup> de mirar sin ser vistos es otra forma de estar en contacto con la pantalla. ¿Qué sucede cuando un adolescente está encerrado en su cuarto frente a las imágenes audiovisuales de la pantalla? Desde la propia experiencia de estos jóvenes puedo decir que a escondidas puede mirar cualquier cosa, se penetra en el mundo de lo clandestino, de lo no permitido, de los secretos ignorados. Esta experiencia, como sabemos no es nueva, desde tiempos remotos los hoyos de las paredes de los baños y las cerraduras de las puertas han brindado la posibilidad de presenciar escenas eróticas y personas desnudándose, todo en vivo, a pesar del tamaño del orificio; hoy esas dimensiones son ampliadas gracias a la pantalla. Estas experiencias excitantes satisfacen y confirman las curiosidades de los adolescentes, pero ahora, en el contexto urbano, se cierra la puerta del cuarto para poder ver a solas una serie de imágenes audiovisuales donde es placentero mirar a otros, ver como se muestran, en situaciones donde *el mirón*, no presencia las escenas en vivo, es una segunda vista como afirma Morin, E. (2001), pero desde esa posición, *el*

---

<sup>101</sup> Gheude, M.(1997), sostiene que en nuestro contacto con los medios somos un poco mirones, porque vemos sin ser vistos, porque entramos a un mundo que no es el nuestro sin reparar en el mirón (p. 286). Por su parte Imbert, G. (2003), propone una tesis semejante al señalar que televisión es el medio idóneo para el voyerismo, porque el goce viene dado por el ojo de la cámara en virtud de que la televisión ha roto con toda reserva, porque ya no se dan los cotos reservados, es el *imperio del ver todo* (p. 109).

*mirón*, logra emociones gratificantes, porque el espectáculo del goce contemplativo se disfruta a solas y en silencio . Por el ojo de la pantalla, que toma el lugar del ojo de la cerradura, se miran algunas escenas eróticas de los cuerpos, que en la vida real no pueden ser observadas, y por consiguiente no son permitidas, pero finalmente los medios sí las pueden mostrar. De manera particular, como dice Solans, P. (2003), los cuerpos abren zonas de acción que tienen sus topografías en la sexualidad. Dice una adolescente de la secundaria No. 40: “Porque puedes ver cosas que no debes ver” en clara referencia a escenas eróticas al momento de preguntarles qué ven a solas. Si en la vida real estos adolescentes no presencian escenas que en el imaginario adulto son *prohibidas*, los medios audiovisuales les dan la oportunidad de disfrutar tales escenas, satisfaciendo su voyerismo, que en parte se explica por ser una búsqueda de la identidad a través del reconocimiento del papel sexual de los cuerpos como sugiere Giddens, A. (1992). Las escenas se multiplican gracias a la sofisticación del tratamiento icónico, y para algunos son muchas veces mejores.

Las pantallas, ya sean del cine, la Internet o la televisión motivan al *mirón* a contemplar las escenas eróticas, que tanto gustan a los adolescentes; veamos un párrafo que sintetiza su punto de vista con relación a esto:

H<sub>3</sub>: Yo pienso que cuando de recién quieres conocer, por ejemplo, pues sí te llama la atención buscar.

M<sub>2</sub>: Por curiosidad.

H<sub>1</sub>: Sí, por curiosidad o sea en Internet ves eso que antes no veías.

H<sub>3</sub>: Yo veo en algunas ocasiones.

H<sub>1</sub>: Es por experimentar.

Mtro: ¿Por experimentar?

H<sub>1</sub>: Sí, pero pues... por ejemplo un niño que me ha tocado ver, un niño se mete a ver pornografía, por nomás experimentar.

Mtro: Y también les gusta ver el cuerpo de sus compañeras...

H<sub>3</sub>: No.

Mtro: ¿Por qué?

H<sub>2</sub>: Si ya lo vemos en Internet.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

De afirmaciones como “nomás por experimentar”, “por curiosidad”, es posible comentar, la manera en que este grupo de adolescentes empieza a conocer las

tareas sexuales de los cuerpos y sus proporciones, aunque sean ajenos, ayudándole a satisfacer parte de sus inquietudes emocionales. Estas imágenes de las pantallas llevan a los adolescentes a “experimentar” un sentimiento momentáneo de exaltación cuando se disfruta una sensación especial en términos de Giddens, A. (1992). Por eso, si antes los hombres espiaban a través de los hoyos de los baños a sus compañeras, o bien a través de la rendija de una pared a sus vecinas, hoy, gracias a las pantallas, todo se hace más claro, más cercano, porque se puede mirar ángulo por ángulo la metamorfosis del cuerpo cuando se presta a ser exhibido para la contemplación, por eso en la pantalla todo es “más completo”, dice un chavo, en las pantallas no hay lugar para el secreto, afirma Baudrillard, J (2004). Así, el mirón se instala en un lugar donde pueda ver bien; la pantalla ahora también le asigna ese lugar para ser un digno testigo ocular. “Cada quien se sienta y ve lo que quiere ver” es el comentario de un adolescente. Y desde ese asiento se despierta el mundo de la fantasía y los primeros sueños eróticos. Por consecuencia el ojo de la pantalla suscita las imágenes eróticas del adolescente espectador al combinar efectos de ficción y de realidad, de sombra y de luz sobre lo que esconde el cuerpo del hombre y la mujer, respondiendo a sus necesidades imaginarias. Por tanto, si los cuerpos presentados por la pantalla están hechos para ser mirados, los adolescentes espectadores se sientan cómodamente para poder hacerlo<sup>102</sup>. Ya no hay rendija, ya no más hoyos en la pared, ahora todo se muestra frívolamente en una pantalla (Solans, P. 2003), donde todo ya es más público, la pantalla no tiene secretos, todo lo anuncia.

Así surge el voyerista de naturaleza audiovisual. ¿Diferencias? El voyerista que ve desde el agujero de una pared observa escenas reales; el voyerista audiovisual en el plano de lo imaginario está convencido, también, de mirar escenas reales. La magia universal de la pantalla les propone un mundo de anticipación que se manifiesta en expresiones como decir “ves eso que antes no veías”, i.e., merced a la pantalla nuestros adolescentes se adelantan a los secretos y figuraciones de lo

---

<sup>102</sup> Aumont, J. (1992), sobre este punto establece una diferencia sobre los géneros. Argumenta que existe una disimetría entre personajes masculinos dotados de poder mirar y personajes femeninos hechos para ser mirados.

que son capaces los cuerpos, pero aquí tienen una ventaja: aparecen y desaparecen fácilmente con nuevas representaciones, todo a la medida de los sueños del voyeur, y esos sueños del testigo ocular habilitan de alguna forma sus nacientes imaginarios alrededor del cuerpo.

## **6.6 La construcción de la socialización y los nuevos amigos**

La socialización es una dimensión relacionada de manera muy estrecha con la identidad. Ambas son categorías que retratan parte del Ser de las adolescencias, de ahí que cuando se piensa o se habla de ellos se les relaciona con estos dos marcos analíticos. Compartir sus intereses y creencias en estos momentos que cobra fuerza la cultura de las imágenes audiovisuales, permite resignificar sus formas de socialización. Puedo sugerir que cada época marca sus propias formas de interacción social, cada generación las suyas y, si esto es así, debemos repensar cómo nuestros adolescentes actuales inventan otros cánones de acercamiento, nuevas tentativas de socialidad, sobre todo a partir de la Internet.

Para plantear el debate sobre la presente categoría *-La construcción de la socialización y los nuevos amigos-*, se realizó el proceso de codificación del material empírico obtenido en los diferentes instrumentos y momentos del trabajo de campo. Las tareas de reflexión y análisis de cada etapa permitieron ubicar unidades de sentido que dieron origen a las subcategorías que se presentan en este apartado y con base en éstas fue posible llegar a la categoría que titula este subcapítulo de la investigación. Los sentidos y relaciones de los datos textuales, como fueron ampliaciones, implicaciones, reducciones, se lograron tomando como eje un núcleo de interrogantes que se fueron reelaborando conforme se daba ese acercamiento al material, entre ellas están por ejemplo, ¿por qué les agrada tener amigos anónimos? ¿Cómo los valoran? Para ellos, ¿qué significado tiene contar con amigos a quienes no se conoce físicamente? ¿Por qué estos adolescentes llegan apreciar este tipo de amigos? ¿Cómo logran entenderse a pesar de que son amigos de otros países y a quienes nunca han visto? ¿En qué es diferente el amigo de la red del amigo de la escuela? Estas interrogantes se fueron



configurando al revisar expresiones como las siguientes: “porque puedo platicar con todos mis amigos aunque estén en otro país”, “es que no se crea, no es lo mismo chatear ahí, no es lo mismo estar de frente platicando con uno de lejos, que están lejos de ti y ya”, “a mí me gusta porque están lejos y hay menos problemas con esos amigos”, “en la Internet [...], te dan la oportunidad de que te conozcan y todo eso”, “pero es que en la red puedes decir cualquier cosa, porque no lo conoces”, “en la máquina te liberas más”.

Así, tomando en cuenta los objetivos de mi investigación, esta categoría responde también a la pregunta central que articula el trabajo de tesis.

### **Los nuevos compañeros en la Internet**

La socialización es una de las características que más dibuja a los jóvenes de esta edad. Las relaciones con los semejantes se construyen, entre otros espacios, en las escuelas y en los barrios, pero actualmente la Internet se ha convertido en un medio para dar testimonio de cómo imaginariamente son posibles nuevas maneras de vehiculizar y tejer experiencias socializadoras, “puedes convivir con ellos aunque estén lejos”, por eso el chateo resulta ser importante para potenciarlas. Como argumenta Gwinell, E. (1999), a través de la Internet se logra, en ocasiones, establecer un contacto que va más allá de cualquier otra relación durante la vida cotidiana, al respecto son ilustrativos los comentarios de algunos adolescentes entrevistados que se agrupan en el siguiente fragmento:

H<sub>3</sub>: Me gusta mucho estar chateando y es más *agusto*, porque nadie más lee lo que yo escribo, con más confianza de que ningún chismoso lo va a leer.

M<sub>2</sub>: Porque puedes chatear sin ver a la persona, puedes mandarle cosas, puedes convivir con ellos aunque estén lejos.

M<sub>3</sub>: A mí me gusta porque están lejos y hay menos problemas con esos amigos.

H<sub>6</sub>: Porque tienes tu contraseña y no quieres que nadie vea

H<sub>7</sub>: Pero es que en la red puedes decir cualquier cosa, porque no lo conoces, a lo mejor es malo o algo (risas)

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Si matizo sus respuestas, se puede argüir que en el *chat* este tipo de alteridad tiene nuevas posibilidades, porque el Otro se hace presente en la lejanía. Si los amigos “están lejos” merced a la pantalla, dicha amistad alcanza sentidos y significados particulares que para estos adolescentes tiene sus ventajas. Es decir esta socialización se funda en la dimensión imaginaria de los amigos de la red, enmarcada en la lejanía; pero ese carácter de extrañeza y lejanía si se observa muestra un tinte de positividad para dichos adolescentes. En este sentido lo lejano obedece a coordenadas que no coinciden con los ejes físicos, las personas que se contactan pueden estar en cualquier parte del mundo pero se sienten próximas. Esta experiencia se opone a la experiencia del amigo cercano, que se puede mirarle al rostro, ¿por qué es así? Estar cercano a alguien implica apreciar cómo dice las cosas, *i.e.*, sus gestos, el movimiento con la cabeza, el acento en las palabras por ejemplo. Y sabemos cómo, en la distancia, este tipo de expresiones no pueden ser vistas, tan solo interesa el contenido. El *qué se dice* se abstrae del contexto en el cual se produce, toda la complejidad alrededor del *cómo se dice* desaparece y surgen puentes de socialización donde ya no se requiere el contacto cara a cara. Por tanto estamos ante dos tipos de relaciones basadas en la lejanía/cercanía, y desde luego las dos confieren diferentes tipos de simbolización para los adolescentes.

Aquí el asunto es que estos usuarios del chat se conciben lejos, físicamente, porque la visibilidad del Otro se diluye, como lo asegura Baudrillard, J. (2004), pero al mismo tiempo están cerca, virtualmente. Nuestros entrevistados plantean que los límites propios de la distancia pueden ser franqueados fácilmente, porque “puedes convivir con ellos aunque estén lejos” sostiene una de las adolescentes. Y esta lejanía cobra una particular significación porque el acercamiento, referido muchas veces a un sentimiento de empatía por ejemplo, cede a lo lejano cada vez que hacen uso del chat. Esto plantea una cuestión problemática relacionada con la identidad entre estos adolescentes, donde surgen reglas para legitimar este tipo de relaciones un tanto *atractivas*; porque al no importar la presencia física ni las conductas observables, se construyen imaginariamente ciertos contactos más allá

de lo experimentado cotidianamente, una socialización no interrumpida por elementos paralingüísticos<sup>103</sup> y por lo que se conoce como comunicación artificial<sup>104</sup>. Esto lo confirmo con el punto de vista de tres adolescentes, el cual es compartido por sus compañeros:

M<sub>2</sub>: Aparte de que, mm, en persona, este cuando te ven ya te están juzgando, o sea, este, no sé, por la forma en que te vistes, aunque sea eso, te empiezan a juzgar, y ves que te hacen malas caras, como que ya no te dan ganas de hablarle, entonces por eso también en la Internet pues eso no cuenta, te dan la oportunidad de que te conozcan y todo eso.

M<sub>1</sub>: Muchas veces haces algo y de cualquier cosita se enojan [Los compañeros], o uno también, haces algo y se enojan, o sea en la escuela cómo que estás viendo lo que hacen las personas, pues sí te molesta, en cambio en la Internet, hay discusiones de que no, quien va a ganar las chivas o el América y así, pero solamente de eso o sea, hay más charlas sin broncas en la Internet.

M<sub>5</sub>: Pues sí es que también hay gente que, por ejemplo, que no los conoces y están así como ¡ay! viendo nomás a ver qué pasa, y cuando estás ahí, no sé...  
(Gpo. de discusión 18-05-08)

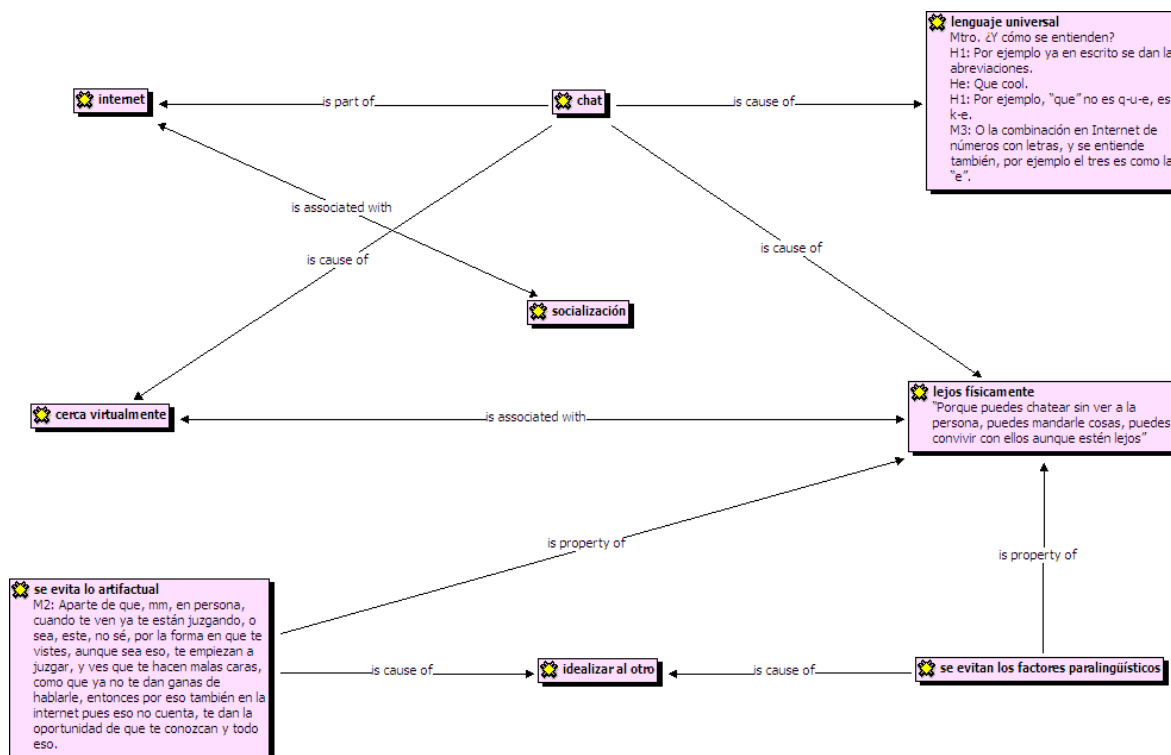
Aquí se puede enfatizar de qué forma, sin importar si el amigo está lejos o no se conoce, se da ese sentimiento de confianza, porque el amigo lejano no puede hablar mal, se focaliza en responder a sus charlas y a “sus broncas”. Gracias a la Internet se puede flanquear el extraño, el que no conoces; la experiencia en este caso es agradable, se le busca, se le tiene en estima, se vuelve alguien confiable, accesible y disponible (Sabido, O. (2009), es decir familiar. Esta actitud debemos sopesarla porque en estas edades las adolescencias empiezan a construir los lazos de solidaridad (Tessier, G. 2004). El asunto aquí es que en la red la posibilidad de encontrarse con un amigo tiene altas probabilidades de que se cumpla, porque siempre estará alguien ahí, con el que se pueda platicar. En este orden de ideas al agrupar las respuestas de cada uno de los estudiantes se pudo registrar que 49 hombres y 35 mujeres dicen que el chat es interesante porque

---

<sup>103</sup> Me refiero aquí a todo aquello que acompaña a nuestro lenguaje como son el volumen de la voz, los gestos, el tono, si se habla con lentitud o rapidez, así como los cambios de tono. Estos elementos como sabemos transmiten información al estar hablando con alguien.

<sup>104</sup> La comunicación artificial se refiere a nuestras formas de vestir, el corte y el color de pelo, y los atuendos, *i.e.*, a todo aquello que las personas recurren, y que de alguna manera permite identificar si es hombre o mujer, joven o adulto, y en ocasiones también da cuenta de sus estilos de vida.

precisamente tienen la oportunidad de conocer nuevos amigos “a la distancia”. En la siguiente red se aprecia gráficamente cómo se asocian los códigos relacionados con algunas respuestas de los estudiantes para configurar lo que simboliza este tipo de socialización:



Esquema No 7 La socialización alrededor del chat

No podemos dejar de reconocer que entablar relaciones con personas a quienes no pueden ver encierra un atractivo particular al ser portadoras de nuevas significaciones imaginarias, sobre todo de deseos a proyectar siguiendo la argumentación de Castoriadis, C. (1998a). Este tipo de amistad permite que los adolescentes puedan fortalecer relaciones con amigos imaginarios a los que se les apuestan algunas virtudes; son discretos, saben escuchar, no juzgan, *i.e.*, porque el Otro no se ve, no se toca, se enmascaran las emociones al no darse cuenta de sus gestos de agrado o desagrado, sus afectos o bien sus rechazos. Desde luego esta nueva interlocución puede provocar y despertar algunas fantasías acerca del Otro, sobre todo porque se llegan a idealizar las características de ese *e-amigo* y

se construye un modelo imaginario acerca de él. Para este grupo de adolescentes encontrar lazos de amistad a veces se vuelve difícil, porque en una relación frente a frente se muestran los sentimientos de las personas. Precisamente en este eje de discusión el 64% de los hombres y el 59% de las mujeres de las cinco escuelas entrevistadas así lo confirman. Encontrar momentos para estar solos y ocultar las emociones, pueden ser algunos de los factores que pudieran explicar esta tendencia a buscar amigos en la red; pero también en el contexto electrónico no se sienten expuestos a la mirada inquisitiva de sus pares, porque como sabemos en esta edad la opinión del Otro deja huellas en el estado emocional de este grupo de población. En esta búsqueda personal la construcción imaginaria de contar con muchos amigos para elegir se hace real, la idealización del amigo de la red encarna los atributos que algunos de ellos no logran encontrar en la escuela o en el barrio. Si lo que interesa a un adolescente es compartir música, pasatiempos, problemas, deportes y bromas, esto se logra materializar porque en la red sí se vuelve posible encontrar alguien con los mismos gustos.

Un dato pertinente en estas reflexiones es que para estos jóvenes adolescentes la Internet constituye uno de los medios audiovisuales al que dedican más horas a la semana después de la televisión. Dicho dato puede ser un indicador explicativo de por qué se ha incrementado en forma significativa la posibilidad de trabar relaciones en la red. Este tipo de alteridad también propone otro orden de reflexiones, porque la relación con los Otros al hacerse cada vez más abstracta, los habitúa a no tenerlo cara a cara como en el salón de clases. Estas maneras de reconocimiento y aceptación social se instituyen en el imaginario con los ropajes de la lejanía y el anonimato. Así, las fronteras entre verlo físicamente y hacerlo virtualmente se funden, el rostro del Otro se borra y se crean nuevos rostros:

Porque puedo platicar con todos mis amigos aunque estén en otro país.  
Puedo contactarme con amigos del otro lado del mundo...aunque ni se sepa cómo son.  
Es que no se crea, no es lo mismo chatear ahí, no es lo mismo estar de frente platicando con uno de lejos, que están lejos de ti y ya.  
[Entrevista]

De estos comentarios se deriva que la computadora es un elemento mediador en este tipo de relaciones, dando sentido a sus nuevas maneras de socialización, porque la mediación con el Otro encuentra un nuevo sustituto. En el chat se instituye el carácter íntimo, ajeno a la mirada del Otro, *no nos vemos*, pero al mismo tiempo nos hacemos visibles a través de la pantalla (Gwinnell, E. 1999),<sup>105</sup> “porque compartimos los mismos gustos” dice uno de los estudiantes, *i.e.*, se implican otros sentimientos de interacción, los cuales no se manifiestan en la presencia cuerpo a cuerpo.

Lo interesante es ver cómo el ciberespacio suplanta la presencia física del Otro, y en este caso la proximidad deja de tener el sentido instituido que tiene, las distancias físicas se borran, las limitantes de carácter temporal y geográfico dan cuenta de otras modalidades de intimar, compartidas por estos adolescentes. El amigo de la Internet está presente porque aparece en la experiencia de los que interactúan en la red; pero está ausente porque su horizonte espacial no coincide con el de aquéllos. En estas nuevas formas de comunicación, como ya lo expresé, la distinción del usuario es a través de su *nick*. Este nuevo sobrenombre carente de referente físico es la identidad que inicia las relaciones en el mundo del ciberespacio. No importa el nombre ni la nacionalidad, tan sólo se tiene acceso a compartir con Otros lo que se quiera a partir de una contraseña. El *nick*, por tanto, es el apodo electrónico que ayuda al anonimato porque, a diferencia del nombre, todos pueden compartir una misma palabra, un discurso común, son los nuevos lenguajes del ahora como lo sostiene Duque, F. (2003). Es un lenguaje distinto que busca tener sus propios códigos de entendimiento, según Tessier, G. (2004), la jerga lingüística de los adolescentes es como una lengua paralela, inaccesible para los no iniciados. En este caso en el ciberespacio se debe conocer la lógica del lenguaje sino quedan fuera de la comunidad virtual. Así, nuevamente se cumple este proceso de desplazamiento de identidades entre el mundo adulto y el

---

<sup>105</sup> En estas reflexiones una idea de Gwinnell, E. (1999, 124), viene a reforzar este planteamiento, ella afirma que la conversación electrónica tiene al otro lado de la red a un extraño, que no tiene voz y forma, que se aparece como alguien lejano y desconectado de la vida cotidiana, permitiendo por esto mismo hablar de cualquier cosa.

mundo joven, “los adultos no entienden” afirman. ¿Acaso los adolescentes consumidores de las imágenes audiovisuales están haciendo realidad el ideal del hombre moderno de encontrar un lenguaje universal?<sup>106</sup> ¿Se está logrando en estos tiempos? Cuando descubrimos que en la Internet se pueden entender y utilizan ciertas claves para hacerlo y que ellos se “entienden” por las “abreviaciones”, es porque existe un intento por crear una red de signos, de inversiones silábicas que se irá concretando al paso de los años, mediante un código de comunicación novedoso, donde el usuario ajeno a él queda fuera de la comunidad internauta. Dice Rojas, M. (2006): “El chateo y la comunicación por mensajes telefónicos buscan la simplicidad fonética y pueden modificar seriamente, en el paso de una generación, el lenguaje escrito” (p.26). Se busca de este modo llegar a ese ideal, a esa posibilidad interactiva donde comparten ese lenguaje, este nuevo alfabeto como se evidencia en los siguientes testimonios:

Mtro. ¿Y cómo se entienden?

H<sub>1</sub>: Por ejemplo ya en escrito serían las abreviaciones.

He: Que cool.

H<sub>1</sub>: Por ejemplo, “que” no es q-u-e, es k-e.

H<sub>3</sub>: Ajá.

Mtro. ¿Y todos le entienden?

M<sub>2</sub>: No sé, los únicos que de repente cuando leen una carta o los viejitos, pues, que dirían, está en inglés o en español o que.

M<sub>3</sub>: Algunos no.

M<sub>1</sub>: Pero la mayoría.

H<sub>2</sub>: Básicamente los que están enredados en el Internet.

Mtro: Los adultos no le entienden...

M<sub>2</sub>: Ellos por ejemplo una carta con abreviaciones como nosotros hacemos no la podrán leer.

M<sub>3</sub>: O la combinación en Internet de números con letras, y se entiende también, por ejemplo el tres es como la “e”.

Mtro: ¿Ustedes le entienden?

Todos: Sí.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

---

<sup>106</sup> Tengamos presente que esta idea ha rondado al hombre. Por ejemplo, Leibniz intentó crear un alfabeto de fórmula universal mediante el cual fuera posible atender todo problema; después los lógicos llevaron la empresa de crear una especie de lenguaje universal sobre bases formales, posteriormente Chomsky lo retoma con su tesis sobre las estructuras profundas y estructuras superficiales.

Después de analizar sus comentarios también se puede argüir que estas condiciones de interactividad posibilitan otra cosa: hacen posible que cada usuario forme parte de una entidad superior, pero al no saber quiénes son los integrantes, es una entidad abstracta. Esto es, no solo se comparten algunos signos de comprensión general, también se comparte un mismo sentimiento, porque la afectividad se traspola a la *e-máquina*, ella encarna al Otro que está lejos, y hace que los sentimientos se manifiesten a la *e-máquina* “le puedes decir las cosas que tu quieres”. En este sentido, un adolescente A y un adolescente B están interrelacionados por la red mediante su *nick*, se conectan y reconectan gracias a este mecanismo creado por el espacio electrónico, generándose todo un sistema de expresiones. Por tanto, en la red existen solo *nicks* interconectados entre sí, por esta razón la *e-socialización* se puede dar mediante esta posibilidad. Si esto es así, entonces cabe inferir que las relaciones construidas por este medio están llenas de emociones sin limitantes, de manifestaciones lúdicas, porque las conversaciones y el intercambio de ideas pueden ser de cualquier tema. Finalmente como expresa Maffesoli, M. (2002), todos los pretextos son buenos cuando se trata de vivir en grupo -aunque éste sea virtual-, y este tipo de interacciones son muestra de la vitalidad que caracteriza a nuestras sociedades actuales, porque hablan de la importancia de la socialización como principio fundamental en la vida de todo adolescente.

En este orden de ideas, la *e-máquina* es la receptora de la afectividad, a quien se le puede contar muchas cosas porque “te liberas más”. Afectos que muchas veces los adolescentes no pueden expresar a quienes están frente a ellos, porque los implica sentimentalmente. El siguiente comentario de tres mujeres adolescentes avala esto:

Es que con la máquina te liberas más...es que en la Internet cuando platicas con la persona le puedes decir las cosas que tu quieres y en cambio en la escuela como que te da más pena.  
Porque enfrente de los compañeros como que da vergüenza y como decir alguna palabra y pos piensan que se equivocó.  
Muchas veces si te metes es porque es más fácil hablar.  
[Entrevista]



Otros adolescentes comentan: “chateo y platico con los que no conozco y me la voy pasando con él, me siento como amigo”. “O puedes echar mentiras de cómo eres”. El anonimato incita a “decir cosas y hacer cosas” finalmente “nadie me conoce”. Esta postura de decir *cualquier cosa* es confirmada tanto por hombres como por mujeres y da cuenta precisamente de cómo se enmascaran las identidades y los afectos. Pero, ¿qué otro imaginario crea esta relación virtual? El encuentro en la red, al ser anónimo, surte en ellos y ellas sentimientos liberadores porque los otros no conocen las debilidades, que tanto efecto tienen en la autoestima de las adolescencias como sostiene Roszak, T. (2005)<sup>107</sup>. Cuatro mujeres dicen lo siguiente en el grupo de discusión:

M<sub>2</sub>: Como que en la red hay ciertas ventajas, para quien es tímido, para quien quiere decir una broma de cualquier tipo o para el que quiere engañar al otro, la Internet se presta mucho para este tipo de cosas ¿no?

M<sub>3</sub>: Son personas tímidas ¿no? que en persona les cuesta trabajo expresarse pero en Internet no, por lo mismo que la persona no los conoce.

M<sub>1</sub>: Entonces es más fácil... así como la cuestión de si alguien tiene algún complejo en el Internet desaparecen.

M<sub>6</sub>: Es que como que te da un poco de temor hablar así, o sea a veces te da vergüenza o algo y en Internet no, ahí estás escribiendo y pues no...

(Gpo. de discusión 11-04-08)

En este texto encuentro cómo los problemas de timidez y dificultades, para la interacción, fácilmente quedan atrás para abrir paso a una socialización con “ciertas ventajas” para expresarse y escribir lo que se quiere. Ante la mirada del Otro, que no tiene rostro, se dan mensajes que encierran un gesto de aprobación. Esa es la ventaja para estos adolescentes al poder conversar en el mundo de la Internet. Con base en sus palabras me surge una cuestión: ¿acaso este tipo de interacción les da cierta seguridad? ¿Es un medio idóneo para resguardarlos de las cosas que los inhiben? Si una relación cara a cara provoca cierto grado de

---

<sup>107</sup> Sobre este asunto particular Roszak, T. (2005), dice lo siguiente: “Puede que el modo de discurso-palabras mecanografiadas en una pantalla de vídeo, sea un torpe sustituto de la conversación cara a cara, pero, curiosamente, hay personas que encuentran particularmente atractivo el anonimato que ofrece este medio de comunicación supuestamente la impersonalidad que los ordenadores personales brindan a los miembros de la red surte un efecto liberador e igualador, pues oculta factores como la raza, la edad, el género, el aspecto personal y los defectos físicos, al mismo tiempo que fomenta la franqueza”. (pp.199-200)

vulnerabilidad, porque contarle al amigo o a la amiga los afectos implica comprometerlos, el encuentro, para ellos, en la red provoca lo contrario, no riesgos y un mundo seguro. Si esto es así, entonces sí se puede afirmar que cuando están frente a un medio que les permite crear redes de estados afectivos logra desinhibirlos, les provoca cierta seguridad emocional. Esto permite contrastar dos formas de comunicación que se pueden agrupar en palabras como “tímido”, “temor” vs. términos como “seguridad” y “fácil”.

Aunque como sostiene Papalini, A.<sup>108</sup> (2006), se puede dar el caso que no todos experimentan los mismos sentimientos, las mismas angustias, pero sí se puede plantear el desdibujamiento y la construcción de otras formas de interacción, y por tanto, de historias individuales a partir del uso de la Internet. Creo que estos adolescentes al saberse interconectados amplían una visión peculiar de las cosas, que al compartirlas les permiten construir otras perspectivas de la llamada socialización mediática. El contacto en la red, ampliando lo que dice Papalini, A. se encoge y se expande, *i.e.*, puede ser o dejar de ser, tener uno o muchos amigos, ser una identidad o múltiples identidades, portar personalidades diferentes, jugar a ser Otro imaginariamente. Como se observa estos adolescentes viven una manera inédita de socialización que se yuxtapone a las formas ya existentes. La socialización virtual constituye una práctica de hacer amigos, ahora pueden construir el sueño de encontrar muchas amistades, un sueño que se hace posible, merced a la pantalla, son amigos que no se ven no se tocan, pero al fin amigos. Así, instituyen en el orden de lo imaginario una nueva manera de conocer muchas personas, que por otra vía no sería posible. En el fondo, lo que este tipo de socialización permea, es que para los adolescentes *no es vida* estar atados a una forma de hacer amigos, hay que inventar, experimentar y resignificar otros modos de hacerlo.

---

<sup>108</sup> En Papalini, A. se encuentra la idea siguiente: “Tal vez, una de las carencias mayores de estas formas imaginarias de vida mixta sea la imposibilidad del contacto con los otros, por la imposibilidad de sentir los mismos apremios, las mismas preocupaciones, la misma fragilidad de la vida” (2006, p.172)

## El e-amigo temporal

Como se aprecia, la socialización declarada mediante el chat se convierte en un asunto relevante, porque en esta edad los adolescentes construyen su ideal del Yo, constituyendo una clave para su desarrollo emocional e identitario. El *e-amigo* contribuye a nutrir esos procesos de identidad. Este aspecto viene a ser un asunto fundamental en esta reflexión. Dentro de este marco de análisis conviene anotar otro punto más, porque ellos ven al Otro dentro un tiempo presente, cumple su papel de acuerdo a las expectativas del internauta. No saben antes nada de él y no importa saber qué pasará en el futuro con ese *nuevo e-amigo*; es decir la biografía del Otro no cuenta, como se constata en estas expresiones:

M<sub>3</sub>: Yo tengo un amigo en la red y a veces pasan muchos días y ya no me acuerdo quién era.

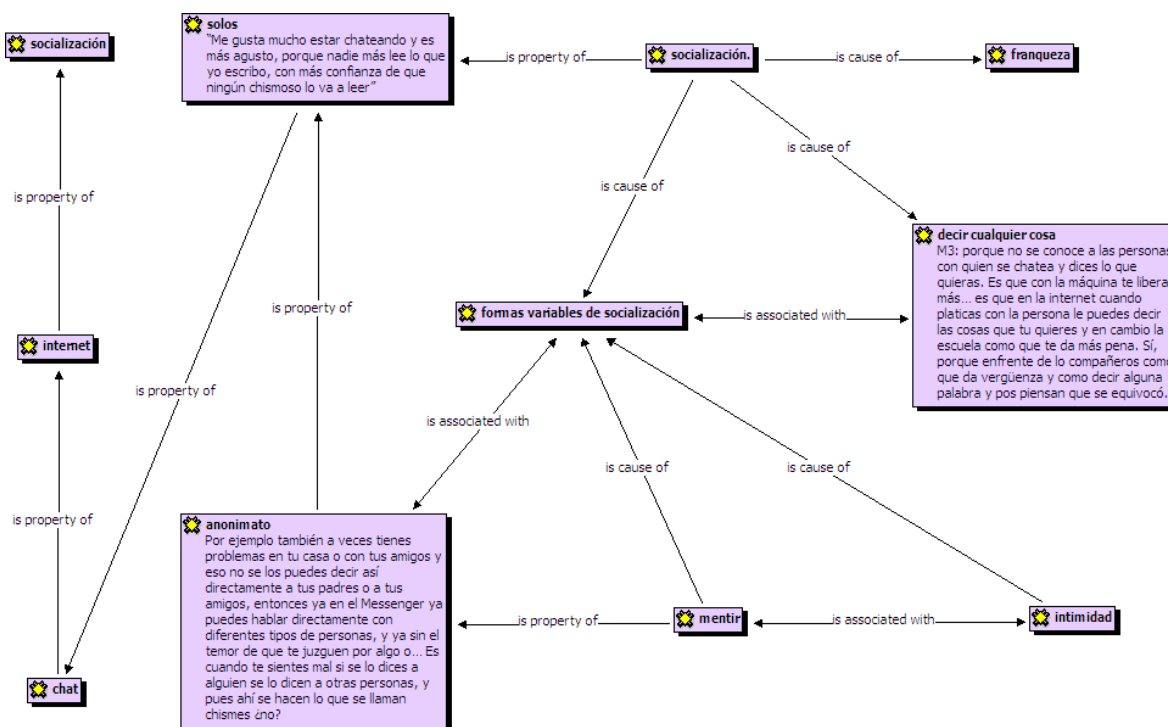
M<sub>4</sub>: Puede alguien ser tu novio por un día por ejemplo ¿no? Hay que hacernos novios, pero al siguiente día ya ni te acuerdas de esa persona, y a lo mejor ya tienes como cinco o seis y ya ni te acuerdas.

H<sub>2</sub>: Bueno la verdad es que otra de las cosas es que a veces, bueno a mí me ha pasado que tengo un amigo en la red y a veces este, pasan no sé, dos semanas y ya ni me acuerdo de quien era, y cosas por el estilo.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Lo importante en sus comentarios es cómo este tipo de relaciones supone la creación de amistades surgidas *ex nihilo*, y así terminan aparentemente sin dejar marcas, tal y como se puede contrastar en sus opiniones. Esto permite argumentar que en este tipo de relaciones los adolescentes se mueven en dos planos socializadores: (1) un tipo de relación momentánea, rápida que no cuesta trabajo establecer, y (2) al mismo tiempo a los amigos se les ve pasar rápidamente, sin dejar huella alguna. En este sentido opina una estudiante de la secundaria No 40: "Porque en persona si sí puedes llegar a tener amigos, y los de la Internet solo son conocidos que platicas con ellos una vez y la próxima semana ya no te acuerdas quiénes son y en persona pues...no se te olvida". ¿Cómo explicar esto? Una posible hipótesis sobre este punto particular es que debido a su edad, sus estados anímicos se ven impulsados a tener imaginariamente muchos

amigos con quienes platicar y contarles sus afectos y tejer lazos emotivos, y conforme pasa ese estado anímico prescinden fácilmente de los “amigos momentáneos”, tal vez sólo buscan en este tipo de interacciones respuestas de aprobación a sus inquietudes, o bien como dice Nateras, A. (2002), este tipo de vínculos afectivos desde la virtualidad tiene un fuerte peso simbólico, aunque éstos sean efímeros y fugaces. Estas experiencias socializadoras basadas en el anonimato se resumen a continuación en la red siguiente.



Esquema No 8 Experiencias socializadoras virtuales

Como se puede apreciar en este esquema, el contacto doméstico con el chat implica una nueva socialización virtual, imaginaria y simbólica, un vínculo de afinidad entre el Yo del adolescente y este referente mediático, donde ya no se requiere la presencia física de otro par, porque la computadora, como ya lo expresé, es la receptora de las necesidades afectivas de los usuarios. Bajo este acercamiento los cánones comunicacionales tienen un giro radical, porque la máquina como *potencia instituyente* -utilizando una expresión de Maffesoli- establece el puente para fijar las reglas y los códigos de estas nuevas formas de socialización y adquieren sus matices según la ubicación del estudiante. Éste fija

sus normas, sin la mirada del profesor o de los padres, preocupados por señalar lo que está bien o mal, mientras los amigos de la red están dispuestos a escuchar todo.

Y a partir de esta *socialización* se instituye una nueva amistad que se cicla y recicla mediante este medio simbólico, y obedece a los deseos, los afectos y los momentos en que emocionalmente se sitúa el adolescente consumidor. Esto es significativo porque los padres de familia y profesores no sancionan a las amistades, porque no se dan cuenta quiénes son los amigos. La preocupación paterna de *las malas amistades* no está presente en el imaginario familiar, porque para los padres, el hijo o la hija en lugar de andar en la calle, se refugia en la casa. Veamos qué aclaran al respecto:

H<sub>2</sub>: Mis padres no me limitan cuánto tiempo debo de durar en la computadora.

M<sub>1</sub>: Veo cosas nuevas y no salgo de casa.

H<sub>3</sub>: Mi mamá prefiere que esté viendo la tele, en la tarde, en la noche no.

M<sub>2</sub>: Para ellos sería mejor que estemos encerrados en los cuartos.

H<sub>1</sub>: Mi mamá dice: “te metes a la casa y ponte ahí en la computadora”.

H<sub>2</sub>: Pero ahorita con tanta inseguridad que se ha provocado, de hecho mi mamá prefiere que esté en Internet.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Aquí, está presente un elemento sutil: para los padres los peligros y las asechanzas para los adolescentes no provienen de los medios audiovisuales, sino del mundo exterior. Esto establece una relación entre el mundo fuera de la casa y el mundo dentro de la casa. Dicha oposición exterior/interior presentifica un nuevo significado en los padres de familia, pero también en los adolescente porque la Internet encarna ser un medio para escapar de la incomprensión de los padres. En la medida en que un adolescente ande fuera, se vuelve vulnerable a los peligros. Y al no dejarlo salir, deja de ser objeto de los peligros provenientes del mundo exterior. Por consiguiente lo exterior encarna el peligro y lo interior la seguridad. Quizá por esto, los padres asumen la idea de protegerlos dentro de casa, sin importar lo que hagan y de manera específica muchas veces no conocen la clase de encuentros mediáticos que sostienen o el tipo de programación vista. Al fin como sostienen “una carta con abreviaciones como nosotros hacemos no la

podrán leer”. Así, ante el imaginario social de vivir un mundo inseguro fuera del hogar, los padres eligen que sus hijos se diviertan en los medios, aunque:

H<sub>2</sub>: Y a veces los padres no saben que hay muchas cosas que no podemos ver... [risas].

Mtro. ¿Cómo cuales?

M<sub>2</sub>: Que no debemos.

M<sub>1</sub>: Porque de que se puede se puede, aunque ellos no saben [risas].

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Otro punto importante, para debatir, en esta forma de socialización es la intimidad. Este asunto de comunicación emocional, como lo sugiere Giddens, A. (1992), gracias al chateo entra en escena y queda descubierta ante la mirada de todo aquél que quiera penetrar. Como ya lo expresé la máquina, precisamente, sirve de escape para narrar la profundidad de sus subjetividades. Los pensamientos se pueden expresar, los deseos secretos, las maneras de ser, los sentimientos propios y ajenos que no pueden decirse o escucharse en casa o en el salón de clases ahora se pueden contar fácilmente a la gran confidente. Cabe reconocer que en otros tiempos cierto tipo de sentimientos se escondían, no había posibilidades de platicarlos con alguien. Ahora existe la posibilidad de ponerlos en escena a la luz de los destellos de la máquina. En otras palabras, en los tiempos actuales su intimidad se ve infiltrada por una cantidad de mensajes que a veces sin permiso se depositan en la mente de los usuarios. Los pensamientos, antes no compartidos con nadie, ahora están implicados en una red colectiva donde los secretos se pueden confiar sin peligro de ningún tipo, están dispuestos a escuchar y ser escuchados, por esta razón es posible, gracias al ciberespacio, experimentar nuevas subjetividades<sup>109</sup>:

M<sub>3</sub>: Porque no se conoce a las personas con quien se chatea y dices lo que quieras

M<sub>2</sub>: Porque como aquí en la secundaria llegas y no conoces a nadie, es más difícil a veces saludarles, socializar con ellos, platicar tus cosas. En el Internet llegas nomás, le das doble clic te pones y “hola cómo estás”, o sea es más fácil lo que sería en Internet decir si estás triste o tienes algún problema.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

---

<sup>109</sup> Por subjetividad, en términos genéricos, se puede entender aquellos signos particulares de cada sujeto que lo distinguen de otro.

Estos comentarios relatan que han encontrado a una confidente dispuesta a escucharlos en el momento que ellos y ellas lo desean y lo necesitan, tan solo hay que sentarse en el confesionario, *i.e.*, para contar secretos hay que estar solos frente a la máquina y “dices lo que quieras”. La máquina se convierte así en la reveladora/transmisora de los sentimientos de los e-amigos temporales; para contar si estás “triste o tienes algún problema” no es necesario decirlo a los amigos de la escuela o del barrio, esto es lo paradójico.

Hago la aclaración que esta nueva forma de socialidad, en términos de Maffesoli, M. (2002), implica también una simbiosis de estado afectivos en los adolescentes, y no anula las formas anteriores, que en sus tratos cotidianos, cara a cara tienen con sus pares en la escuela o en sus colonias. En esta relación se da la simultaneidad, habla uno y luego otro, habla ella y después él, ella y enseguida ella, él y luego él, *i. e.*, aquí las relaciones de la socialización tienen más bien un carácter sincrónico, mientras en la Internet, por la naturaleza de la comunicación, las relaciones son más bien asincrónicas.

Las experiencias socializadoras con los medios audiovisuales, a partir de sus propios puntos de vista permiten llegar a las siguientes conclusiones:

Conclusión No. 1: La socialización mediante la Internet se construye en la lejanía

Conclusión No. 2: La socialización mediática renuncia a la presencia física del Otro.

Conclusión No. 3: Este tipo de socialización se teje con base en el anonimato.

Conclusión No. 4: En esta nueva forma de socialización se muestran pensamientos y sentimientos íntimos.

Conclusión No.5: Este tipo de interacción es momentánea, pero gratificante.

### **6.7. Disfrutando a solas o acompañados**

La localización de expresiones en el proceso de codificación permitieron descubrir otra categoría más: *Disfrutando a solas o acompañados*. Este procedimiento me

llevó a pasajes particularmente ilustrativos sobre lo que significa para los adolescentes ser espectadores de los medios audiovisuales en compañía de alguien o bien a solas: “emocionante cuando estás solo”, “los veo cuando quiero”, “los cuales manejo como yo quiero y por eso me gusta”, “puedo ver solo los programas y las series divertidas”, “yo digo que todos los adolescentes cuando están solos, sean hombres o mujeres han llegado a ver pornografía”, “porque las películas están mejor para verse con amigos”, “es un medio de entretenimiento para poder pasar el tiempo con tus amigas”. Estos pasajes expresan esa oposición que está relacionada con algunas características de los medios audiovisuales, como pueden ser su programación o bien porque el consumo se puede hacer en casa, encerrados en una habitación o fuera de ella.

### ¿Solos o en equipos?

El disfrute de los medios audiovisuales a solas o en compañía me remite a la idea de García, C. (1995), sobre la existencia de bienes simbólicos situados y a domicilio (c. el capítulo IV). Este grupo de estudiantes prefieren el segundo tipo de bienes simbólicos cuando están solos: ellos la televisión y ellas la radio (c. siguiente tabla para un análisis más específico). Tenemos así que para ellos y ellas existen medios apropiados para el goce cuando están solos y medios *ad hoc* cuando están acompañados. Estos dos medios se encargan de provocar experiencias relacionadas con su intimidad.

Tabla No. 5 La preferencia de los medios audiovisuales cuando los adolescentes están solos

Respuestas	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	hombre	Mujer	hombre	Mujer
.00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Internet	4	5	3	1	0	0	2	4	1	2	10	12
Televisión	8	1	8	3	6	4	2	4	5	2	29	14
Radio	4	4	3	3	3	9	4	6	3	4	17	26
Cine	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	2	2
Videojuegos	2	2	3	2	1	1	4	0	7	0	17	5

Con base en estos datos puedo argüir que estando solos, en un territorio, considerado por estos jóvenes consumidores como inviolable, vedado para cualquier intruso, existen más posibilidades de que las imágenes audiovisuales



penetran en las zonas más recónditas de sus vidas, en sus emociones más íntimas,<sup>110</sup> porque recostados en sus camas apretando el control transitan de programa en programa, de mundo en mundo, de fantasía en fantasía, es decir todo cuanto ellos quieren como lo comentan; aunque como sostiene Baudrillard, J. (2006)<sup>111</sup>, este mundo íntimo trae consigo un aislamiento psicológico y social. Esto permite afirmar, cómo los medios audiovisuales saben explotar la intimidad de los usuarios, porque muchos de los programas se hacen pensando que el consumidor lo hará a solas. A excepción de la radio, este grupo de adolescentes, prefiere los medios que más recurren a las imágenes visuales tanto para entretenerse como para obtener información, precisamente a solas. En el siguiente cuadro se puede observar el número de hombres que dedican más de 10 hrs. a la semana en consumir determinados medios cuando están solos:

*Cuadro No. 15 % de hombres y horas semanales al consumo de los medios*

Medio	No. De adolescentes varones	%
Televisión	51	67
Internet	42	55
Videojuegos	31	41

Las mujeres dedican más de 10 hrs. a la semana al consumo de los siguientes medios:

*Cuadro No. 16 % de de mujeres y horas semanales al consumo de los medios*

Medio	No. De adolescentes mujeres	%
Televisión	41	70
Radio	33	56
Internet	10	17

<sup>110</sup> Se convierten en los *paparazzi* permanentes, porque invaden todo el tiempo la intimidad de los espectadores.

<sup>111</sup> En este punto Baudrillard, J. (1985/2006) menciona como gracias al consumo las cosas han cambiado a tal grado que esa intimidad se ha perdido: "Pero hoy ya no existen la escena y el espejo. Hay, en cambio, una pantalla y una red. En lugar de la trascendencia reflexiva del espejo y la escena, hay una superficie no reflexiva, una superficie inmanente donde se despliegan las operaciones, la suave superficie operativa de la comunicación. Algo ha cambiado, y el período de producción y consumo fáusticos, prometeico (quizás edípico) cede el paso a la era proteínica de las redes, a la era narcisista y proteica de las conexiones, contactos, contigüidad, feedback y zona interfacial generalizada que acompaña al universo de la comunicación" (p.188).

Al disfrute íntimo, por tanto, se le dedica un mayor número de horas. Analizando este punto, se puede apreciar que conforme la televisión y la Internet se vuelven más populares y accesibles se enraízan en el consumo íntimo de los adolescentes consumidores, situación imposible de ignorar, porque, como ya expresé, en la actualidad cada miembro de la familia puede tener un televisor en sus dormitorios, además que la Internet, en nuestro contexto, se está volviendo un medio de consumo personal; esto quiere decir que se entretienen el entretenimiento y la posibilidad de estar solos.

En el caso de la televisión, desde hace mucho tiempo es un medio que está a la mano de la población. Este consumo, en lo privado, debe llevar a los adolescentes a experimentar bloques de emociones al estar precisamente solos, pero desde mi perspectiva, alimenta dos cosas: el anonimato y la soledad, sosteniendo el argumento de Baudrillard, J. (2006). Vayamos directamente a la posición de los varones cuando dicen consumirlos en su intimidad, sus testimonios son:

<p>Porque puedo ver solo los programas y las series divertidas. Porque a veces pasan programas chidos y los veo cuando quiero. Porque me gusta solo y me gusta ver lo que va a pasar y el suspenso que se forma. Muy entretenido, interesante y emocionante cuando estás solo. Porque te emociona ahí viendo unos monos sin vida en un mundo imaginario a los cuales manejo como yo quiero y por eso me gusta. [Entrevista]</p>
---

Como se puede deducir, las imágenes audiovisuales que no es posible compartir con los pares, se disfrutan a solas, porque lo hacen cuando quieren y las manejan a su gusto. Es importante señalar cómo, desde su aparición, la televisión y la Internet, por ejemplo, han tenido el papel de privilegiar *el qué* de lo privado. Como argumenta Mehl, D. (1997), la televisión asocia sus emisiones con las concepciones y orientaciones del telespectador. Esta idea se puede inscribir actualmente también a la Internet; porque sabemos, y en este caso los mismos adolescentes lo expresan, se presentan temas relacionados con sus experiencias y sus vidas:

Contiene muchísima información de todo lo que ha pasado con los adolescentes o con lo que busca.  
Ahí viene todo bien especificado y dibujos cuando vas cambiando.  
Responde a todas tus preguntas, y más a gusto porque no hablas con una persona, hablas con una máquina.  
Porque hay páginas en Internet muy buenas sobre las etapas de la vida.  
Es la fuente de información más completa.  
Porque hay páginas muy actualizadas y vienen muchas cosas que quisieran saber.  
Tiene la información que él necesita y es fácil.  
Porque hay programas que te muestran muchas cosas sobre la adolescencia y cuándo son tus avances de la vida y cómo prevenirlas.  
[Entrevista]

En este párrafo se manifiesta cómo la proximidad de ciertas temáticas relacionadas con sus intereses se articula con el disfrute *a solas*, ya que obtienen respuestas gracias a las pantallas sin la mirada de nadie, principalmente del adulto. Este aspecto resulta relevante para mi análisis, porque creo que se da por un lado, (1) la tendencia de los medios a presentar programas sobre aspectos privados de las personas, como puede ser la sexualidad: “Porque puedes ver lo que no puedes ver” dice un adolescente de la secundaria No. 40 y, por el otro (2) la tendencia, en las sociedades urbanas, de disfrutar *encerrados en un cuarto* estos programas<sup>112</sup>. Esta cultura de encontrar en los medios audiovisuales los consejos para la vida sustituye a otros sectores, a quienes tradicionalmente se les ha adjudicado esta función, como la escuela y la misma familia, por ejemplo. Como se registra en sus comentarios anteriores, para estos adolescentes resulta creíble la información de estos medios, relacionada con las “cosas que quisieran saber”, ¿cuáles pueden ser esas cosas? Pueden ser temas sobre su cuerpo, la sexualidad y el noviazgo, entre otros puntos. De allí que la recurrencia se basa, en primer lugar, porque encuentran temas atractivos y, en segundo lugar, porque tienen la posibilidad de acceder a solas. En el consumo audiovisual pareciera quedar claro en una perspectiva analítica lo siguiente: ciertos temas de interés,

---

<sup>112</sup> Nuevamente me parece pertinente la siguiente observación de Baudrillard, J. (1985/2006): “Pero hoy el mismo espacio de habilitación es el que se concibe a la vez como receptor y distribuidor, como espacio de recepción y operaciones, la pantalla de control y la terminal que como tales pueden estar dotadas de poder telemático, es decir, la capacidad de regularlo todo desde lejos, incluyendo el trabajo en casa y desde luego, el consumo, el juego, las relaciones sociales y el ocio” (p. 190)

que resultan ser privados, se hacen públicos, pero lo paradójico es que se escuchan y miran en privado, el siguiente pasaje ilustra lo señalado:

H<sub>1</sub>: De hecho busque ahorita un multimedia en cualquier salón y va a encontrar que tienen pornografía.

Mtro: En el caso de los hombres.

H<sub>2</sub>: Sí y de hecho también las mujeres.

M<sub>2</sub>: No.

Hombres: Sí.

M<sub>2</sub>: Tú tienes pornografía en tu celular para ver a escondidas.

H<sub>2</sub>: Ya no, ya no tiene.

M<sub>2</sub>: Sí, sí tiene.

M<sub>3</sub>: Yo digo que todos los adolescentes cuando están solos, sean hombres o mujeres han llegado a ver pornografía, por más santitos que sean.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

En otra perspectiva, Gheude, M. (1997) aclara cómo el televisor reúne a cientos de personas compartiendo una visión simultánea, reunión invisible, que en mi opinión se da en la soledad del cuarto. En ese espacio se miran los programas favoritos, dice Gheude, M.: “Es en la intimidad y hasta en el secreto donde miro ciertas imágenes, por ejemplo, una película intimista o imágenes eróticas” (p. 286). ¿Qué puedo obtener de este pasaje de Gheude, M.? A pesar de saber que otros están frente al televisor lo paradójico es que hay cierta ignorancia de unos a otros, por ejemplo un tele-espectador sabe que otros están ahí, pero se olvida de ellos. Desde este planteamiento se puede hacer la siguiente pregunta: ¿B puede sentir lo mismo que A? Esta percepción de estar solos, es un tanto cuestionable, porque tal vez los adolescentes consumidores se sienten solos, pero como el mismo Gheude, M. lo señala, atinadamente, piensan que están solos sin estar nunca totalmente solos, porque al estar viendo *e.g.*, un programa de televisión o estar en una página de la Internet, *ven lo que otros ven*. Es un disfrute a solas con el reconocimiento de aceptar que otros están viendo lo mismo, que tal vez sientan lo mismo o que les signifique lo mismo, lo cual llega a convertirse en algo normal, por eso dice uno de ellos:

H<sub>4</sub>: Yo pienso que los adultos dicen que no debemos ver pornografía, y tal vez sí tengan razón, pero pues... yo pienso que es una cosa normal, ¿no? es lo que a cada persona le gusta cuando está sola... los medios sí han abierto mucho las puertas en general, por ejemplo en Internet y ahorita se está viendo más por los celulares y muchos lo ven.

Llega a ser normal, como lo afirman y, por tanto, no tiene por qué sancionarse. Tal idea la sustenta este adolescente debido al reconocimiento de que son muchos compañeros de su edad quienes lo hacen, cada cual en su momento y en su espacio, y eso tal vez lo convierta en un espectáculo común<sup>113</sup>.

Pero la radio también invita, muchas veces, a que se escuche a solas. Los estudiantes reciben la música para también despertar sus fantasías íntimas “estar cerca de alguien” o bien “recordarlo”, porque muchas de las letras de las canciones así lo provocan. Es un medio fecundo para encerrarse en una habitación y dejar volar la imaginación “y relajarse” como ellas dicen:

M<sub>3</sub>: Te imaginas cosas más o menos conforme a la letra de la canción.

M<sub>2</sub>: Te recuerda a alguien.

M<sub>1</sub>: Las relacionas con una persona.

M<sub>2</sub>: Sí, por ejemplo así de qué acabo de escuchar la letra bien, te pones a imaginarte, lo que crees que sería.

H<sub>4</sub>: Su novio.

M<sub>2</sub>: Ajá.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Es importante detallar cuáles son los medios audiovisuales preferidos en compañía, para tener más elementos de análisis. Cuando los adolescentes varones de estas secundarias están acompañados el 54% prefiere los videojuegos, y el 32% se inclina por el cine. Ellas fundamentalmente tienen preferencia por el cine, de las 59 entrevistadas un 31% así lo manifiesta. Como se sabe, éste es un medio ‘situado’, implica el traslado de las adolescencias a las

---

<sup>113</sup> Al respecto Baudrillard, J. (1985/2006) dice: “Uno ya no es espectáculo, el otro ya no es un secreto. Su oposición distintiva, la clara diferencia de un exterior y un interior describían exactamente la escena doméstica de los objetos, con sus reglas de juego y sus límites, la soberanía de un espacio simbólico que era también el del sujeto. Ahora esta oposición se diluye en una especie de obscenidad donde los procesos más íntimos de nuestra vida se convierten en el terreno virtual del que se alimentan los medios de comunicación” (p.193).

salas cinematográficas, ubicadas, en nuestro contexto urbano, en las plazas comerciales, que en algunos casos están lejanas de sus domicilios, por estas razones asisten acompañados, generalmente con sus amigos y amigas. Desde luego, tal y como se dio en los grupos de discusión, es muy claro que los videojuegos constituyen un consumo propio de los hombres.

En este marco de reflexiones señalo que el cine, de manera particular para ambos géneros, es un espacio para el encuentro. Encuentros públicos, donde es posible estar con *otros*, es un lugar que encarna la convivencia, el pasarse un buen rato acompañado de *los cuates* o la pareja. Algunas de sus voces sobre este punto dicen:

Porque como está a oscuras nos vamos a hacer relajó, a aventar palomitas.  
Porque las películas están mejor para verse con amigos.  
Vamos muchos y hacemos relajó, y vamos bromeando y viendo chavas.  
Vas a divertirte con ellos o también con tu novio.  
Porque podemos estar más juntos, conocernos mejor y charlar.  
Es un medio de entretenimiento para poder pasar el tiempo con tus amigas.  
[Entrevista]

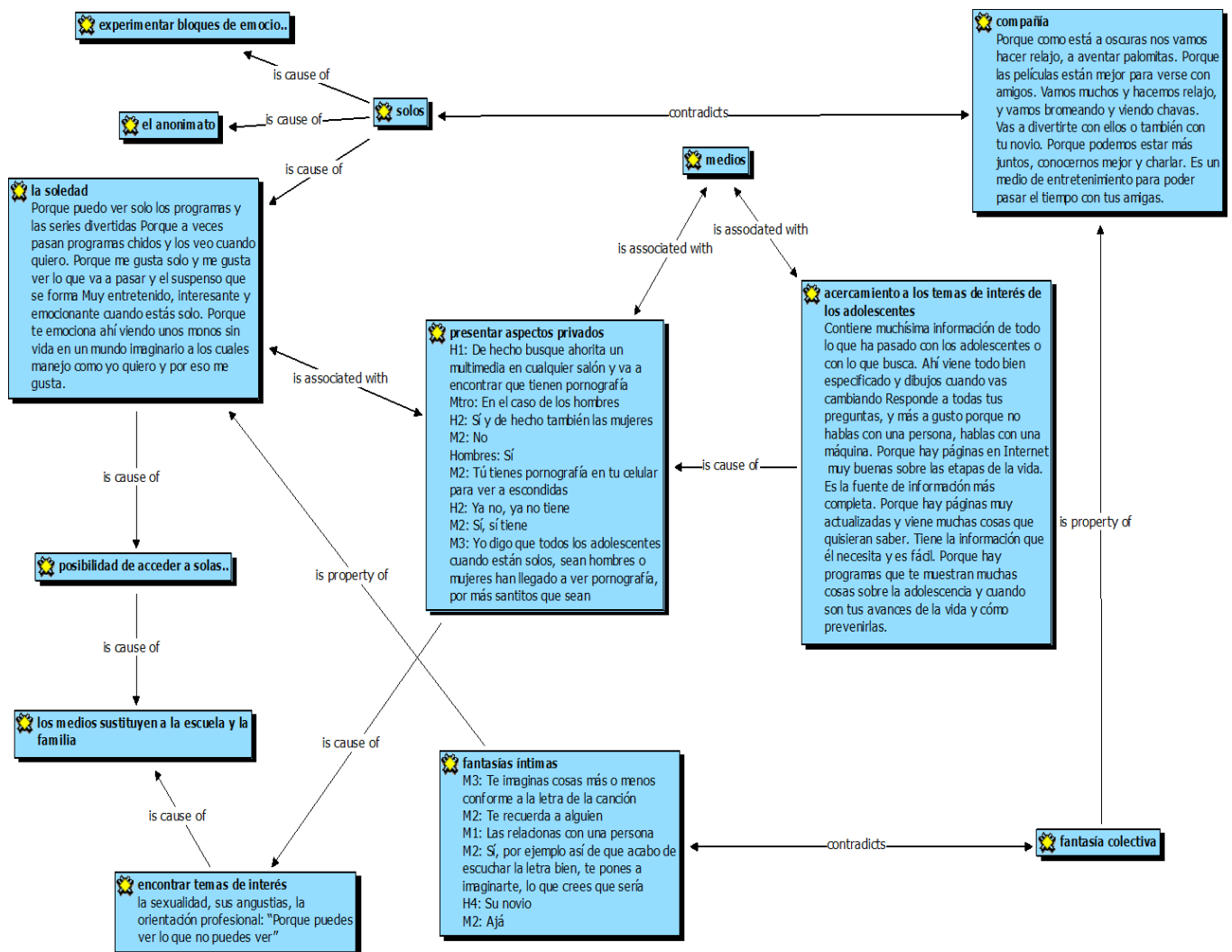
Como se constata el cine es para disfrutarlo acompañado. En esta edad se observa que el propósito es pasarse un buen rato, más que disfrutar de la película lo hacen para gozar de la compañía de sus compañeros y amigos. Y cuando prefieren la compañía de Otros es porque les permite reunirse en torno a la fantasía del juego o de la película, según sea el caso; como dice Morin, E. (2001)<sup>114</sup> se concretan dos psiquismos. Esta idea la amplió diciendo que se empata la búsqueda de una fantasía colectiva, *i.e.*, las fantasías individuales se concentran en un espacio donde se busca experimentar algo común, se comparten las mismas emociones con el Otro y/o los Otros en la penumbra de ese lugar cerrado, y por eso mismo también adquiere un disfrute único al saberse parte de un público que silenciosamente comparte un espectáculo, incrementando

---

<sup>114</sup> Para Morin, E. (2001), el cine es un espectáculo psíquico en cuanto permite la concentración de un psiquismo colectivo de un gran número de personas reunidas es torno a una película: "El filme es ese momento en el que se reúnen dos psiquismos: El incorporado en la película y el del espectador" (p. 179)

como argumenta Carlón, M. (2006) las condiciones de expectación. Por consiguiente, ir al cine tiene un sentido especial, porque connota toda una significación a su alrededor: “hacer relax”, “hacer bromas”, “aventar palomitas”, factores que nos hablan del carácter de estos adolescentes.

El siguiente esquema concentra algunos de los argumentos más importantes expresados por este grupo de adolescentes sobre sus razones para preferir un medio a solas o bien acompañados.



Esquema No 9 Las razones que los adolescentes argumentan para ver un programa solos o acompañados

## 6.8 La cristalización de otras realidades

Cuando pensamos en la realidad se hace tomando en cuenta el mundo simbólico donde se vive. Ese mundo que marca reglas, comparte ideas, afectos y sueños, con diversas intensidades, se muestra ante cualquier persona. Por tanto, la experiencia de X agente se construye por las relaciones establecidas con esa realidad, y esto le permite tener una posición acerca de ese mundo social en el cual está permanentemente. Pero, ¿dicho agente cómo piensa esa realidad? ¿Cuáles recursos entran en juego para describirla? En mi opinión, la presencia de un mundo saturado de imágenes audiovisuales, hace que algunos adolescentes se enfrenten a otras formas de simbolización de la realidad, donde los acontecimientos tienen otros *sentidos*, provocando en ellos significaciones imaginarias inéditas, merced a las pantallas. De ahí, que este grupo de jóvenes construya otras dimensiones del mundo donde viven, el cual se sumerge, entre otras cosas, en una red de ilusiones y apariencias. Estas reflexiones surgen para darle cuerpo a la categoría *La cristalización de otras realidades* que forma parte de este capítulo de la tesis. Nuevamente cada etapa de análisis -de acuerdo a la naturaleza de nuestro estudio-, de los datos encontrados establecieron una relación que iba de las expresiones de los adolescentes a la teoría, es decir una relación de ida y vuelta, material empírico/teoría/material empírico/categoría genérica. Este procedimiento obedecía a los propósitos de la investigación de estructurar este capítulo. La construcción de esta categoría y las subcategorías que comprende tienen como punto de partida unidades mínimas de sentido como las siguientes: “porque puedes inventar tu mundo”, “los personajes de ahí no son de verdad”, “hay cosas que ni en la vida real pasan”, “algunas realidades son más divertidas”, “te lleva a muchas partes del mundo”, “te hace hacer cosas que en la vida real nunca vas a poder hacer”. Así, la integración de la información y su contraste con la teoría hizo posible reunir una serie de reflexiones en torno a los sentidos que se instituyen acerca de la realidad.



## **Pasemos a la página de la fantasía, lo irreal y lo virtual**

No se puede negar que lo real tiene una vinculación importante con la fantasía, esto ha sido así históricamente, porque es posible encontrar cómo los grupos sociales relacionan su realidad con ciertas fantasías<sup>115</sup>. Cuando escucho decir a los adolescentes comentarios como los siguientes: “Hay golpes y no sangran, hay monos que vuelan y nosotros no podemos volar”, “los personajes tienen como muchas vidas”, constatan lo que fundan las imágenes de las pantallas, en un plano donde se combinan elementos fantasiosos con los personajes reales. En dichas expresiones observo que se da una metamorfosis entre lo real y lo imaginario. Lo anterior me permite afirmar que los adolescentes consumidores al ser espectadores de este tipo de imágenes, comprenden la realidad a través de ciertos comportamientos imaginarios los cuales se vuelven familiares en sus momentos de entretenimientos y les hacen tener ciertas valoraciones hacia el mundo real en comparación con el mundo de la fantasía, esto se plasma en testimonios como los siguientes: “Porque es como otro mundo, otra vida”, “porque suceden cosas que en la vida real son imposibles”, “porque hacen personajes o mundos que no existen”. Dichas expresiones permiten reconocer de alguna manera que son posibles otros mundos, otras cosas. Si bien el mundo inmediato, para estos adolescentes, sugiere límites, lo imaginario propone la creación de *otras realidades*, o bien de una *doble realidad* gracias a los productos audiovisuales. *La realidad alternativa* sí puede serlo gracias a que sólo es importante que la fantasía la provoque, por lo pronto esta *otra realidad* está en el plano de lo virtual, es potencia.

De las narraciones de los adolescentes puedo argumentar cómo, para ellos, los juegos del ordenador, el cine y los videojuegos, particularmente, se convierten en el medio *ad hoc* para sobreponer el plano de la ficción a la realidad. Tanto

---

<sup>115</sup> No debemos olvidar que el ser humano por excelencia es un animal que se mueve en el mundo de las fantasías.

hombres como mujeres de las escuelas coinciden en el punto de vista que “la fantasía” caracteriza el consumo de los videojuegos, *i.e.*, el 50% de los hombres y el 59 % de las mujeres; aunque también un número importante de ellos y ellas lo relacionan con lo irreal, tal y como se agrupó en la tabla siguiente:

Tabla No. 6 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan los videojuegos

Palabras	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	hombre	Mujer	hombre	mujer	Hombre	Mujer
<b>La fantasía</b>	10	6	7	5	8	11	5	11	8	2	38	35
<b>Lo creativo</b>	0	0	2	0	1	0	2	1	1	1	6	2
<b>Lo irreal</b>	3	3	4	3	2	2	2	1	3	2	14	11
<b>Lo virtual</b>	4	3	3	1	2	1	0	1	2	0	11	6
<b>Lo manipulo</b>	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	3	3
<b>La verdad</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Lo nuevo</b>	0	0	0	0	0	0	3	1	1	0	4	1
<b>Lo fácil</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1

Como nosotros sabemos, las técnicas audiovisuales que la pantalla maneja—imágenes 3D- permiten llegar con fuerza a la *psique* de este grupo de población, y despiertan un tipo de fantasías relacionadas con una imaginación sin freno o sin regla, como arguye Abbagnano, N. (1987), porque es más fuerte que cualquier cosa que se diga. Las imágenes presentadas no diferencian si los personajes son seres humanos o máquinas. Imaginariamente se pierde esa frontera entre lo que tiene vida y no, entre la ilusión y lo real, y al perderse podría decir que los sentimientos se vinculan con nociones ajenas a la realidad social experimentadas por estos consumidores. Entre otras cosas, porque las historias cobran vida en el imaginario del espectador, *i.e.*, “la fantasía juega con nosotros”, como lo increpa Kant, I. (1990). Estas situaciones fantásticas en esta realidad aumentada<sup>116</sup>, atrapan, en mi opinión, a este grupo de adolescentes y les permiten construir el imaginario de que la diversión se asocia con escenas fantásticas, remitiéndolos a la dualidad natural-sobrenatural, como parte de las historias creadas precisamente a partir de lo que provocan las imágenes de las pantallas. Los mismos jóvenes lo resaltan en los siguientes comentarios:

<sup>116</sup> Es importante tomar en cuenta lo siguiente: si la realidad virtual es una realidad fantástica, puede comprenderse como una realidad aumentada, en posición a la realidad originaria, inmediata.

H<sub>2</sub>: Te hace hacer cosas que en la vida real nunca vas a poder hacer.

H<sub>1</sub>: Porque hay cosas que ni en la vida real pasan como si te atropellan o por cosa te dan otra vida o algo y sigues el juego.

H<sub>4</sub>: Porque puedes inventar tu mundo y a tu personaje, además te lleva a muchas partes del mundo.

H<sub>6</sub>: Pues tratan de hacer una forma de ser diferente a lo que es la persona.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Merced a este tipo de expresiones, es posible meditar que gracias a esta fantasía que se despierta en dichos adolescentes se legitiman escenas y personajes no comunes ni aceptados en el mundo real, y en algunos casos como lo sostiene Maldonado, T. (1999), se estetiza lo que pudiera ser repugnante alcanzando valores positivos, y como dice Imbert, G. (2006) nadie se lo cree pero todos lo ven, posibilitando dimensiones de realidad-fantasía a partir de los juegos. Los adolescentes así lo expresan:

Porque los personajes de ahí no son de verdad, son hechos a computadora.  
Porque los personajes son ficticios y solo es un medio de entretenimiento, aunque también virtual y manipulo los juegos violentos.  
Porque hay juegos que se ven muy bonitos o muy irreales que al poder chocar en todas partes en una ciudad, lo haces tú solo.  
Porque hay veces que en unos juegos pasa que les avientan misiles y balazos y no se mueren y en realidad si te avientan a ti algo sí te mueres.  
[Entrevista]

En efecto, tal y como se observa en sus comentarios, lo virtual, la ficción y lo irreal aparecen en una dimensión de superposición con lo real, dichas dimensiones se explican una en función de la otra, en palabras como “poder chocar y seguir vivos” “ser inmortales”, entre otras. Esto me permite inferir que es posible reivindicar la realidad por la fantasía. La versión de Augé, M.<sup>117</sup> (1998), que las adolescencias en lugar de jugar, como lo hacen los niños y las niñas, se entregan a la fantasía, es una prueba de por qué estos estudiantes de secundaria tienen un gusto particular por este tipo de medios audiovisuales, particularmente del videojuego. La recurrencia de este medio a usar técnicas como la rapidez de los personajes,

---

<sup>117</sup> Augé, M. retoma algunas ideas de Freud para vincular su tesis de que la fantasía es algo a lo que todo mundo recurre en ciertos momentos de la vida, sin embargo cree que el adolescente al ser un soñador se abandona con mayor facilidad a ella. (1998:70)

inteligencias no humanas, cuerpos indestructibles, *i.e.*, a propiedades *videomórficas*, empatía, en ocasiones, con las características psicológicas de las adolescencias de buscar evadirse de la realidad, de recurrir a la fantasía, muchas veces dominada por lo racional. La fantasía como contenido de lo imaginario, es un recurso para liberarse de las ataduras del marco explicativo como lo sostiene Castoriadis, C. (1998a), y dar paso a un marco comprensivo. Estas pueden ser algunas de las razones poderosas que despiertan en los adolescentes entrevistados el gusto por este medio. Lo paradójico de sus comentarios es precisamente su reconocimiento de que, por un lado, los videojuegos y algunas series de televisión encarnan la perfección de *otra realidad*, pero al convertirse en un referente contrario al mundo real, dando lugar al mundo de lo irreal, encarna las fantasías secretas de vivir otra realidad:

M<sub>1</sub>: Además de que algunas realidades son más divertidas que las que vivimos a diario.

H<sub>2</sub>: O sea, la vida cotidiana es aburrida, y este en la, las películas por ejemplo, y todo eso que pasan que en cada día les pasa, es una aventura a los personajes y es como que divertido, así como que quisieras vivirlo.

M<sub>2</sub>: Es mucha la diferencia.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Con base en sus expresiones, también encuentro que gracias a esas fantasías confirman su permanencia en la realidad, generándose entonces ese juego de estar en dos mundos al mismo tiempo, en el mundo de los sueños y la realidad objetiva, los cuales se comprenden uno a partir del otro, analicemos los siguientes testimonios:

Mtro: ¿Qué pasa en las series de video o en las telenovelas que ven?

H<sub>4</sub>: Se muere el malo en las series de los videos, y en lo real no sucede así.

M<sub>1</sub>: Ajá, siempre.

H<sub>2</sub>: Game is over.

M<sub>2</sub>: Gana el bueno y pierde el malo.

H<sub>2</sub>: Todos felices.

Mtro: Entonces...

M<sub>2</sub>: Las series deben ser un poco más reales, sí porque, uno vive así su vida, que tiene que pagar cosas, no sé, se muere un pariente o algo, y en las novelas no, no pagan cosas, no se preocupan por el recibo de luz, ni nada, todo es contrario, viven la novela sin pagar nada, son diferentes.

H<sub>3</sub>: Cosas que no puedes así en la vida real, bueno sí pasan pero no se pueden, no sé, ver la explosión de un carro así de cerca y que gire y cómo se prende, y te imaginas muchas cosas como pueden ser.

M<sub>2</sub>: Te pasan eso del príncipe azul, y este... el amor.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Estamos aquí frente a dos realidades, una de ellas la podemos calificar como la *realidad alternativa*, y como tal se opone a una *realidad objetiva* que remite a las cosas materiales. Son dos realidades, pero la primera está permeada por lo virtual, pretende ser real, pero no lo es, (Pérez, T. 2003). Parece serlo, pero es una realidad imaginada mediante la cual se rescatan y dan forma a los sueños, los dramas y las ilusiones de estos adolescentes, encarnadas en palabras como “todos felices”, “gana el bueno”, “no hay preocupaciones”. La *realidad alternativa* se hace más excitante cuando las imágenes audiovisuales recurren a la fantasía, y el caso de estos jóvenes se materializa en términos como “nadie se muere”, “puedes inventar tu mundo”. Por consiguiente, dichas imágenes de ficción, por serlo, de alguna manera hacen crecer el mundo imaginario en dichos adolescentes, tal y como queda expresado en sus relatos. Esta experiencia produce también la posibilidad de entrar y salir a dos mundos a través de dichas imágenes, se sale del mundo de la realidad objetiva para entrar al mundo de la fantasía.

Como vemos las imágenes audiovisuales permiten a estos jóvenes agrandar su imaginación atravesando caminos que en la realidad no es posible hacerlo, de ahí las siguientes preguntas: ¿a quién no le agrada esto? ¿A quién no le gusta penetrar los caminos de los sueños? Se puede responder que estos adolescentes llegan a lugares donde no esperaban, construyen tramas con finales inesperados: “Tomamos un avatar, el que va a representar, y ahí...pueden andar navegando conociendo gente o una ciudad virtual y este, también hay juegos, y por ejemplo, su avatar usted lo puede vestir y poner accesorios y cosas así, y eso entretiene un rato”, propone uno de ellos. Pero al final de cuentas, ¿no son tramas que los transportan a otros sueños, a dimensiones imaginarias sobre las cuales las vidas cotidianas se apoyan? La cuestión onírica como fantasía, como ilusión, como

dimensión imaginaria, ayuda darle sentido a la vida cotidiana y al mismo tiempo la vuelve más agradable. En este sentido también, gracias al sueño, el pasado es presente y futuro, el presente es pasado y futuro y el futuro es pasado y presente. Quizá por esta razón, mis entrevistados opinan que el tiempo se pasa más aprisa al momento de estar sentados frente a un videojuego.

Frente a esa realidad, está la *realidad objetiva*, aquella a la cual se enfrentan con dimensiones y valoraciones instituidas, pero es una realidad delimitada y acotada que no se relaciona con la fantasía. Dicha realidad no puede ser transformada, la comprenden por experiencias prácticas de la vida social misma, en ella las cosas no se pueden cambiar, son así y no pueden ser de otra manera.

Ahora bien, al confrontar la *realidad objetiva* con la *realidad alternativa* se penetra en otra dimensión importante, la cual es necesario abordar porque encarna una forma particular de percibir la realidad: el tiempo. Desde luego el tiempo en los adolescentes consumidores se inscribe en la lógica del sentido común, comienzo de una actividad y su término. En esta lógica se dan experiencias relacionadas con su vida cotidiana como son el comienzo y término de clases, inicio de un programa en la televisión o la radio, por ejemplo. En este punto 32 hombres de los 76 y 22 mujeres de las 59 confirman ver pasar el tiempo de manera rápida, cuando están sentados frente a estos medios: “Porque te diviertes y pasa el tiempo más rápido”. “Porque te entretienes y no te das cuenta del paso del tiempo” o bien: “Porque te entretiene, y si te gusta se te va el tiempo y ni cuenta te das”. De manera específica esta experiencia temporal la relacionan en primer término al consumir videojuegos, seguida del consumo televisivo y la Internet. Se evidencia así una relación con aquellos medios a su alcance y que *manejan* temporalidades ficticias.

Pasemos ahora al examen de otro concepto que permite analizar cómo se ponen en juego dos realidades; este concepto también surge en las entrevistas y los grupos de discusión: lo virtual. Este término es otro referente revelador con un significado especial en los adolescentes consumidores para dar cuenta del

discurso de la *realidad alternativa*. Ellos reconocen en sus comentarios, tal y como sostiene Baudrillard, J.<sup>118</sup>, (2000), que lo virtual tiene el efecto corriente de oponerse a lo real:

H<sub>3</sub>: Todos los juegos, bueno, casi todos, tiene que ver con cosas que en la realidad no existen, son virtuales y son creados a computadora.

M<sub>2</sub>: Porque los videojuegos no son verdad, y aparte es pura virtualidad.

M<sub>4</sub>: Porque los juegos son pura virtualidad, al igual que las películas no son verdad.

H<sub>1</sub>: Porque nada de eso se puede hacer en la vida real, no puedes volar.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como vemos sus deliberaciones trasladan a una noción de virtualidad con sentido de desrealización siguiendo la perspectiva de Joly, M. (2003)<sup>119</sup>, porque su significado lo vinculan con imágenes ajenas a lo real, con existencia de objetos y personajes que dan cuenta de una realidad falsa que oponen a la vida real. De acuerdo a sus valoraciones lo virtual interpela en estos adolescentes dos categorías básicas: las nociones de realidad y verdad, confirmando la tesis de Baudrillard, J. (2000), de que la apuesta en estos momentos es por lo virtual, porque lo interpela todo. Sin embargo, a pesar de estar conscientes de estas características estas imágenes tienen su atractivo muy alto. ¿Por qué? Porque en algún sentido son formas distintas de metaforización de la realidad y remiten a pensar las relaciones con el mundo de otra manera. La búsqueda de nuevas orientaciones interpretativas, como lo he dicho, es propia de las adolescencias y es posible encontrar en las imágenes virtuales una posibilidad. Lo virtual aparece para ellos como un marco lleno de significaciones encarnadas en la invención de otras respuestas. Pero además, el imaginario de lo virtual actualiza y da sentido a las fantasías naturales de las adolescencias, porque desde ahí fundan otras

---

<sup>118</sup> Para Baudrillard, J. (2000) -que hace una serie de críticas a lo que simbolizan los medios audiovisuales-, lo virtual convierte al mundo real en una forma de simulación, lo virtual es una forma de recuperar la hiper-realidad, donde todo se pasa por la mediación tecnológica: " Dans le virtuel, il n'est plus question de valuer, il est simplement question de mise information, de mise calcul, d'une computation généralisée où les effets de réel disparaissent (Baudrillard, J. 2000, 47).

<sup>119</sup> Joly, M. sostiene que: "En Le monde diplomatique, (un diario francés), la categoría de <<imagen virtual>> privilegia por su parte la instrumentalización y las técnicas, y si bien reactiva en cierto modo la problemática de la relación con lo real, no obstante aparece sometida a la noción de pantalla, no ya como superficie de representación, sino como máscara, disimuladora y, a la vez, protectora. (2003, p. 119)

formas de actuar sobre la realidad. Por eso las series de los videojuegos “Halo”, “Gears of war”, “Grand theft auto”, y las películas como: “La era del hielo”, “Las crónicas de Narnia”, “Spiderman”, “La piedra filosofal”, “La cámara secreta” se vuelven de amplia aceptación al reforzar sus fantasías.

Encuentro, por tanto, en sus puntos de vista dos polos, a veces contrarios, a veces contrapuestos: uno que encarna el mundo de los deseos y las ensoñaciones, y otro referido a las cosas reales. Las series audiovisuales remiten al mundo que se aspira, se sueña y se anhela a pesar de su carácter simulador, y el segundo los traslada, les recuerda cómo son las cosas objetivamente. Otro punto de reflexión que encuentro en sus expresiones se relaciona en cómo ellos y ellas se explican las transformaciones históricas, porque ahora los cambios se comprenden viendo cómo los cyborgs<sup>120</sup> dan cuenta de tiempos pasados y los correspondientes a tiempos futuros, por eso hacen los siguientes comentarios:

Porque ahí salen monos que vuelan o avientan poderes, ya no es como antes, y haces misiones y te disparan y no te mueres.  
Porque vienen cosas que uno nunca pensó que iban a venir.  
Un mono que tú mueves es pura fantasía, y te montas en ese personaje no siéndolo, como será en el futuro.  
Como un personaje puede volar siendo humano, eso es lo que pronto se podrá hacer. Te presentan muchas fantasías y encuentras lo nuevo en base a la tecnología.  
[Entrevista]

A decir verdad, los cyborgs encarnan los nuevos tiempos, ya actuales, ya futuros, presentes en el imaginario de estos adolescentes que sin preámbulos ven en estos nuevos *entes* las perspectivas ontológica y epistemológica que sí pueden dar cuenta, sobre todo del futuro cercano. Así, los personajes de los medios se muestran mitad personas, mitad robots, seres híbridos donde se mezcla lo artificial

---

<sup>120</sup> Me parece pertinente este pasaje de Duque, F. (2003) para comprender qué se entiende por este concepto: “¿Qué es un cyborg? Tal como fue ideado en principio, es un hombre corregido en sus defectos y carencias y a la vez potenciado en sus facultades, mediante el empleo y la implantación de tecnología en su cuerpo” (P.167). Los adolescentes relacionan al cyborg, principalmente, con la idea de un ser con capacidades superiores al hombre lo cual lo hacen invisible ante muchos problemas; sin embargo Haraway, D. (1995) como lo sugiere Duque propone una clasificación de cuatro tipos de cyborgs con la finalidad de distinguir las diferentes conceptualizaciones que existen a su alrededor.



y lo humano, y es esta combinación de cualidades fantásticas del ser humano y de las máquinas que, desde la perspectiva de este grupo de adolescentes, nos aproximan al futuro: “es lo que pronto se podrá hacer” dice uno de los entrevistados. Estas experiencias hablan precisamente cómo los cyborgs encierran no solo contenidos sobre los avances de la ciencia sino también aspectos relacionados con los sueños del hombre, porque estas figuras son producto de la imaginación, son creación humana en términos de Castoriadis, C. (1998a).

El cyborg desplaza, de esta manera, otras fuentes para poder hacer proyecciones de los tiempos que vendrán. La construcción de los cambios históricos en la sociedad humana se empieza a explicar por la vinculación de una realidad sujeta a los cambios tecnológicos que los medios diariamente se encargan de enviar a los espectadores. La relación de los usuarios con su realidad y la construcción de otros mundos posibles ya no se pueden explicar al margen de las transformaciones tecnológicas. En la pantalla los adolescentes consumidores de las imágenes audiovisuales se miran para reconocer los cambios, cómo se instituye la sociedad, y en este sentido se reconocen como parte de esas transformaciones que en los tiempos actuales se están viviendo. En sus comentarios se observa cómo llegan a considerar el futuro:

H<sub>2</sub>: Sí puede ser posible que las personas sean un 50% sí personas y un 50% computarizadas.

M<sub>3</sub>: Serán robots humanos... bueno de aquí a 100 años.

M<sub>1</sub>: Como está la tecnología sí.

H<sub>7</sub>: Pues lo que puede suceder en el futuro, es que pueden traer nuevas infecciones, es como el juego de Resident Evil.

H<sub>8</sub>: Puro futuro, las personas corren, vuelan y todo.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

El cyborg es, así, la figura imaginaria de los cambios biológicos que se avecinan, donde el ser humano ya no será como es actualmente, “será robot humano”. El cyborg hoy por hoy encarna ese imaginario, quizá mañana será otra criatura biogenética. Y como afirma Weibel, P. (2003), la tecnología de la imagen digital da a los individuos un acceso ilimitado y posibilidades para construir el llamado ciber-

mundo<sup>121</sup> del futuro. Esto significa que no solo es posible la valoración de su realidad social sino la invención de otras realidades y otros cuerpos. Y este es un punto claro, en el marco de estas reflexiones, en los adolescentes: gracias a la cultura audiovisual es posible diseñar esa cosmovisión onírica, diferente a la actual, sin estructura temporal de fondo, convirtiéndose así en un “magma de significaciones (Castoriadis, C. 1998a). Es decir, cuando ellos afirman esa cosmovisión, conviene reconocer esa condición y sus implicaciones, porque desde ahí podemos aceptar la realidad actual.

### **El cine: de butaca en butaca**

La evolución del cinematógrafo está logrando, también, adentrarnos al mundo de la fantasía, *i.e.*, ha tomado una vertiente ficcional muy acentuada en algunos filmes, precisamente en aquellos más gustados por algunos de los adolescentes. Esta condición es un tanto actual, no porque sea así totalmente, sabemos que películas de ficción siempre han estado presentes en la industria fílmica. Sin embargo, en la actualidad emerge una disposición a recurrir a estas técnicas para atrapar a determinado público y adentrarlo al mundo de la fantasía. Los últimos filmes más taquilleros y publicitados como: *El señor de los anillos*, *Harry Potter*, *Los seis signos de luz*, *Beowulf* y *las Crónicas de Narnia*,<sup>122</sup>, por ejemplo, recurren a las parábolas de la fantasía y la magia, tal y como sostiene Maldonado, T. (1999), como recurso para atraer público, de manera particular a los adolescencias y jóvenes.

El cine logra conjuntar el gusto por lo nuevo y lo viejo, de tal manera que logra una coexistencia entre el espectáculo y la fantasía, donde se conjugan una serie

---

<sup>121</sup> Este ciber-mundo debe comprenderse, como un espacio artificial, creado por tecnologías informáticas.

<sup>122</sup> Para Maldonado, T. (1999), esta recurrencia a la ficción, en este tipo de películas, llega a un momento determinado donde la increíble se vuelve creíble, veamos como lo expone: “Pero el asombro y a veces prodigioso realismo de la representación que nos ofrece el medio fílmico (o televisivo) cambia, y no poco la naturaleza de nuestra enajenación. Aunque sepamos permanentemente que nos encontramos ante una ficción ahora ya no estamos tan seguros de ello. Lo increíble se hace más creíble” (p.20)

de valores subversivos que multiplican las paradojas de la realidad. Como dice Morin, E. (2001), el cine logra agrandar y animar las imágenes en la pantalla y eso es precisamente una de las cosas que atrae a los consumidores, Dice un adolescente: “Yo voy al cine por el tamaño de la pantalla y el sonido”. Como vemos la pantalla grande recurre a la técnica de transformar las cosas y los personajes: “... absorbe finalmente a los humanos en sus sustancia impalpable y concreta, irreal y real...y valora excesivamente lo real, lo transfigura sin transformarlo por su propia virtud maquinal...” (Morin, E. 2001:47). Gracias al desarrollo técnico la creatividad y la fantasía se han convertido en algo común en muchos de los rodajes, robando la atención de los adolescentes espectadores porque ahora no solo los personajes del cine pueden tener esos poderes, ellos también descubren cómo la condición humana tiene la posibilidad de construir imaginariamente algunas utopías.

Entre los mensajes enviados, a través de las películas mencionadas, es que los espectadores pueden transformarse en personajes con esas capacidades *especiales*. Este es uno de los grandes cambios que el cine logra encarnar en ellos, por eso los entrevistados relacionan el cine con la fantasía y el elemento creativo. Ellos así lo viven:

<p>El cine es fantasía como las películas. Porque todo lo que pasa en una pantalla de cine es pura fantasía, como en películas de caricaturas y acción. En las películas son pura creatividad de alguien que inventó, todo es película. Porque a lo mejor son cosas que ni pasaron en la realidad, puras cosas que crean. Cuando brincan de un edificio a otro, o cuando vuelan; eso no es real es pura fantasía. La fantasía porque hay producciones que más allá de una película es nada más que fantasía, es irreal pero creativo, pues tiene que desarrollar una historia que interese al público. [Entrevista]</p>
---

Como se ha visto, no solo el cine, sino también los programas televisivos y las series de los videojuegos son capaces de contar otras metáforas narrativas que se oponen a otras formas de narración. Mientras en el salón de clases las gestas en

cierto sentido son anacrónicas, en los medios audiovisuales los personajes encarnan las grandes hazañas y acciones fuertes como “brincar de un edificio a otro”. Por eso, en el nuevo tipo de películas, muchas veces, algunos adolescentes ya no se comparan con seres humanos de carne y hueso, ahora los héroes se recrean en los cyborgs y las máquinas, como ya lo mencioné. La fuerza, cierta dosis de inmortalidad, la mutabilidad, entre otros elementos, presentifican algunos de los nuevos valores, como lo manifiesta Roszak, T. (2005). El poder del cyborg encarna el culto al héroe instituyendo las nuevas metáforas y adjetivos estremecedores. Quizás por estas razones para este grupo de adolescentes no guarda mucho significado hablar de los líderes de nuestra historia<sup>123</sup>. Por consiguiente, los tiempos actuales se olvidan de los héroes tradicionales: el héroe de la independencia, de la revolución, *i.e.* aquellos ideales cultivados por la escuela ya no son parte de su imaginario, algunos adolescentes no recuerdan sus nombres, porque su significado les es un tanto vacío, se han caído. Pero sí memorizan los nombres de los personajes de la televisión de las series de los videos y películas de ficción, de los futbolistas... de todas aquellas figuras no heroicas que inscriben los valores provocados por los medios audiovisuales. Así, el héroe en la escuela es visto, como algo ajeno y lejano; ahora estos adolescentes se identifican con *el héroe* cercano, alabado por los medios: Pocahontas, Harry Potter, Spiderman, Ironman, Superman, Conan, Rambo, personajes que Papalini, A. (2006), llama héroes posmodernos, y son nombres que afloran en su memoria pues los citan fácilmente. Por tanto, esas pudieran ser algunas causas, por las cuales, ya no gusta el héroe nacional, el caudillo revolucionario de los libros de texto y sus gestas heroicas. Las tramas audiovisuales se arraigan fácilmente en ellos, en oposición a las gestas de la historia patria. Porque en las primeras nuestros estudiantes se consideran sujetos activos en su desarrollo:

---

<sup>123</sup> Sobre ese asunto es apropiado el punto de vista de Roszak, T. (2005), porque arguye que: “Las mentes jóvenes con esta guía; ejercen sus facultades imaginativas ideando fantasías de grandes búsquedas, grandes batallas, grandes proezas de astucia, osadía, pasión, sacrificio. Se labran su identidad de acuerdo con las pautas de los dioses, reyes y reinas, guerreros, cazadores.... (p.244)

H<sub>1</sub>: En los videojuegos yo voy haciendo ese capítulo.  
M<sub>2</sub>: En los videojuegos tienen una actitud retadora, algo así como que, este, con un poco más de agresividad, porque siempre hay enemigos en los videojuegos.  
M<sub>3</sub>: Además usas más el pensamiento.  
M<sub>1</sub>: Y en la televisión tú vas siguiendo cada capítulo.  
(Gpo. de discusión 22-04-08)

En este fragmento se ve cómo estos jóvenes piensan que son parte de la construcción de los finales de esas historias, valoran los personajes, quién merece ganar o morir, *i.e.*, cumplen el requisito fantástico exigido por su imaginario, cuando dicen: “yo hago el capítulo”, “yo digo quien es bueno y malo”. Aquí los adolescentes echan a volar la imaginación, los lleva a construir tramas, diseñar personajes con capacidades, *i.e.*, inventan sus propias historias que niegan ser reducidas a lo real racional (Castoriadis, C. 1998a). Mientras en sus clases de historia, por ejemplo, las tramas ya están hechas, “no puedes hacer nada”, por tanto son espejo de un pasado opaco, donde ellos están en la condición de ser agentes pasivos:

Mtro: Pero en sus clases de historia ustedes también pueden seguir la trama, ¿no?  
M<sub>2</sub>: Pero ahí no puedes hacer nada.  
H<sub>2</sub>: Es tranquilo.  
H<sub>3</sub>: Sí bueno, este, la persona llega y se sienta y ya.  
M<sub>1</sub>: Ni los conocemos.  
M<sub>7</sub>: En el salón te lo cuentan de manera diferente.  
Mtro.: ¿Y cómo les gustaría que les narraran las historias?  
H<sub>6</sub>: Cuchillazos.  
H<sub>5</sub>: Y Madero llegó y...  
Mtro.: A ver, a ver ¿Cómo les gustaría?  
H<sub>7</sub>: No pues estaría bien, hacerla de emoción, nos llamaría más la atención.  
(Gpo. de discusión 22-04-08)

Como nos podemos dar cuenta, las pantallas logran encarnar algunas características de los héroes mediáticos exacerbando sus atributos. Lo anterior me hace pensar en las estrategias que utiliza la escuela para presentar los héroes nacionales, ¿son las mejores? ¿No gustan, porque son los profesores quienes no encuentran la mejor estrategia para hacerlo? Son interrogantes que requieren de una reflexión amplia, la cual no es objeto de esta discusión.

En cambio los personajes mediáticos aparecen casi todos los días en los programas y series, con toda la fantasía posible, y son considerados en su imaginario como ídolos creados para los espectadores, por eso son admirados y sus nombres fácilmente recordados. Esto tiene un impacto efectivo en estos adolescentes, porque además, son personajes con amplios recursos de imitación. Con esto quiero decir que este proceso de empatía, con dichos héroes, entraña, por consiguiente, posibles vías de identificación, porque esas experiencias del sentir y compartir, de alguna manera ayudan a la reafirmación de su Yo. Se cuenta con ídolos a quienes imitar, y de acuerdo al personaje que se imita se explica en parte cómo desean ser. Y por el contrario, nuestros adolescentes no son seres sintiendo las hazañas y las tareas de los héroes de la escuela, como se registra en sus comentarios, porque no suscitan afecciones por la lucha de estos caudillos y por sus ideales, sus nombres no tienen la fuerza y vivacidad como para alterar sus sentimientos.

En este sentido al preguntarles sus experiencias con relación al cine, de manera particular qué les provoca, dos palabras son recurrentes en los estudiantes entrevistados: la fantasía y lo creativo. Los jóvenes de las cinco escuelas, coinciden en sus posiciones, no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres, ni tampoco entre planteles educativos de diferentes estratos socioeconómicos con relación a lo representado por este medio. (c. la tabla siguiente)

Tabla No. 7 Conceptos con los cuales los adolescentes relacionan el cine.

Palabras	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	hombre	mujer	hombre	Mujer
<b>La fantasía</b>	11	5	7	3	6	5	3	7	7	2	34	22
<b>Lo creativo</b>	3	6	4	3	3	3	1	3	3	3	14	18
<b>Lo irreal</b>	3	1	2	0	1	4	4	0	2	0	12	5
<b>Lo virtual</b>	0	0	2	1	0	1	0	1	0	1	2	4
<b>Lo manipulo</b>	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1
<b>La verdad</b>	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
<b>Lo nuevo</b>	0	0	3	1	2	0	4	2	3	1	12	4
<b>Lo fácil</b>	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	3

Pero existe otro elemento de análisis en ese punto. Siguiendo la argumentación de Eco, U. (2006), el cine se adueña de una temática porque forma parte de las costumbres de la sociedad<sup>124</sup>. Si esto es así, se entiende por qué el cine viene a ser para dicho grupo de adolescentes un medio que presenta con mayor claridad los valores y anti-valores de lo que observa a su alrededor<sup>125</sup>. Los entrevistados lo manifiestan de manera elocuente con las siguientes expresiones:

M<sub>7</sub>: El cine es una trama que narra una historia y la muestra como es, sin importar las imágenes, ni las cortan en pedazos como sucede en la televisión.

M<sub>2</sub>: En todas las películas los buenos luchan con todos los malos y siempre la mayoría de las veces es amor.

H<sub>2</sub>: Pues le voy a dar un ejemplo de Gokú para derrotar a los malos y después se muere el principal de la serie y... todo mundo vivió feliz.

H<sub>3</sub>: Todos felices.

Mtro. : Les gustan los finales.

H<sub>4</sub>: Algunos.

H<sub>7</sub>: Pero de todos modos quien va a ganar es el bueno.

H<sub>8</sub>: En la historia gana el más poderoso.

H<sub>7</sub>: A los que se alíen más.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Aquí encuentro cómo ciertos valores, que pueden tener una valoración contraria en el mundo instituido de la escuela, se presentan en las pantallas acentuando sentimientos de aprobación o desaprobación en estos estudiantes, según sea la personalidad de los héroes y heroínas que aparecen en las películas y series. Por tanto, los personajes buenos como malos aparecen con *alta fidelidad* y a todo color, lo cual supone como dicen Zillmann y Bryant (1996), un veredicto moral. Esto me parece significativo porque los medios audiovisuales legitiman muchas veces, con mayor fuerza el juego de los valores, positivos o negativos, prevalecientes en la sociedad, i.e., muchas veces los programas de los medios audiovisuales se encargan de plantear dilemas sobre ética práctica, dilemas que en instituciones como la escuela y la familia no se discuten, pero gracias a la

---

<sup>124</sup> Al respecto me parece sugerente el siguiente planteamiento de Maldonado, T. (1999): "Cada civilización tiene su sistema propio de representaciones, y la nuestra ha hecho una elección precisa: un sistema que produce imágenes destinadas a ser experimentadas, según algunos, como más reales que lo real mismo" (p20)

<sup>125</sup> Tradicionalmente el cine, sobre todo el mexicano, es visto como un recurso para dar cuenta de nuestra realidad, del mundo axiológico que en determinado momento histórico está presente en el imaginario colectivo.

programación de estos medios la formulación de un juicio de valor se vuelve posible. Por eso, valga la afirmación, la escuela pierde en ocasiones ese certificado de licitud para socializar nuevos valores.

No puede perderse de vista, por consiguiente, que estos adolescentes están inmersos entre las mencionadas imágenes digitales y las analógicas. ¿Por qué? Porque sabemos que en su vida están presentes las dos y juegan con ellas. El problema es que en ocasiones las fronteras entre unas y otras no llegan a ser tan claras, como sucede con el mundo de *Matrix*, donde de repente ya no sabe cuál es una y otra, *i.e.*, como argumenta Maldonado, T.(1999), en este mundo las imágenes irreales se experimentan como si fueran más reales que la misma realidad. Desde luego los entrevistados reconocen que los personajes de los videojuegos y algunas películas no son reales, y saben que en el mundo virtual las leyes de lo real no pueden ser aplicadas, pero las imágenes virtuales ofrecen un mayor número de posibilidades para despertar las emociones y estrujar los sentidos, porque es posible entrar a otros mundos, donde también se incrementan la construcción de significaciones imaginarias alrededor de la realidad y eso genera el gusto por la pantalla, incrementa las pasiones. Se puede decir entonces que las imágenes digitales ya no les son útiles solo para entender el mundo sino para adherirse a otros mundos.

### **Las imágenes de los medios versus las emociones en la escuela**

El gran peso de las imágenes audiovisuales en la construcción de los imaginarios en los adolescentes consumidores, se explica en parte porque, como lo he venido mencionando, la cibercultura ha logrado penetrar en su intimidad, está a su alcance, tan sólo basta con pulsar un control para entrar a un *mundo paralelo*. Una imagen de la pantalla sintetiza y magnifica al mismo tiempo la realidad que pretende mostrar al espectador, y esta forma de hacerlo exalta sus emociones, porque el cortejo de los colores, sonidos y figuras puede resultar agradable o atractiva o no atractiva, *i.e.*, las imágenes audiovisuales son máximamente



eficaces. Los medios han dado lugar, así, a una serie de experiencias para potenciar emociones por ese contacto cotidiano, desplegando estados emotivos de alegría, enojo, tristeza, entre muchas (Aumont, J. 1992). Podría afirmar que por eso gustan las imágenes audiovisuales, no solo por lo que expresan sino por la manera en cómo disparan los sentidos. Este es, en efecto, una de las cosas atractivas de este tipo de imágenes, porque tienen el privilegio de sentirse, lo cual significa que estos adolescentes no son solamente espectadores sino experimentadores.

Las emociones<sup>126</sup> se dirigen hacia los objetos que pueden resultar agradables o desagradables, se mueven en la contradicción de estar vinculadas a la subjetividad, pero al mismo tiempo son compartidas por Otros. Esto me permite argumentar que no podemos ocultar las emociones, por eso nuestra experiencia dicta que podemos afirmar cuando X o Y están alegres o encolerizados, *i.e.*, a pesar de las variaciones y los matices, cada persona comparte cierta afectividad al relacionarse con los Otros y las cosas que lo rodean.

A partir de los comentarios, de los estudiantes participantes, constato que los medios audiovisuales instituyen un nuevo orden fenoménico, al ser un vehículo de la expresión para potenciar las emociones, porque ahora los adolescentes deben ser consumidores de dichos medios para poder compartir con sus pares experiencias afectivas y placenteras, como se aprecia en el siguiente texto:

Mtro: ¿Y por qué les gustan ese tipo de series y películas?

H<sub>4</sub>: Por la fantasía.

H<sub>1</sub>: Producen emociones.

H<sub>3</sub>: Las relaciono con algo.

M<sub>2</sub>: Porque si estás triste ya se te olvida.

H<sub>2</sub>: Por ejemplo, los nuevos videojuegos que salieron... también ya están incluyendo jugar contra personas, también eso ya es emocionante.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

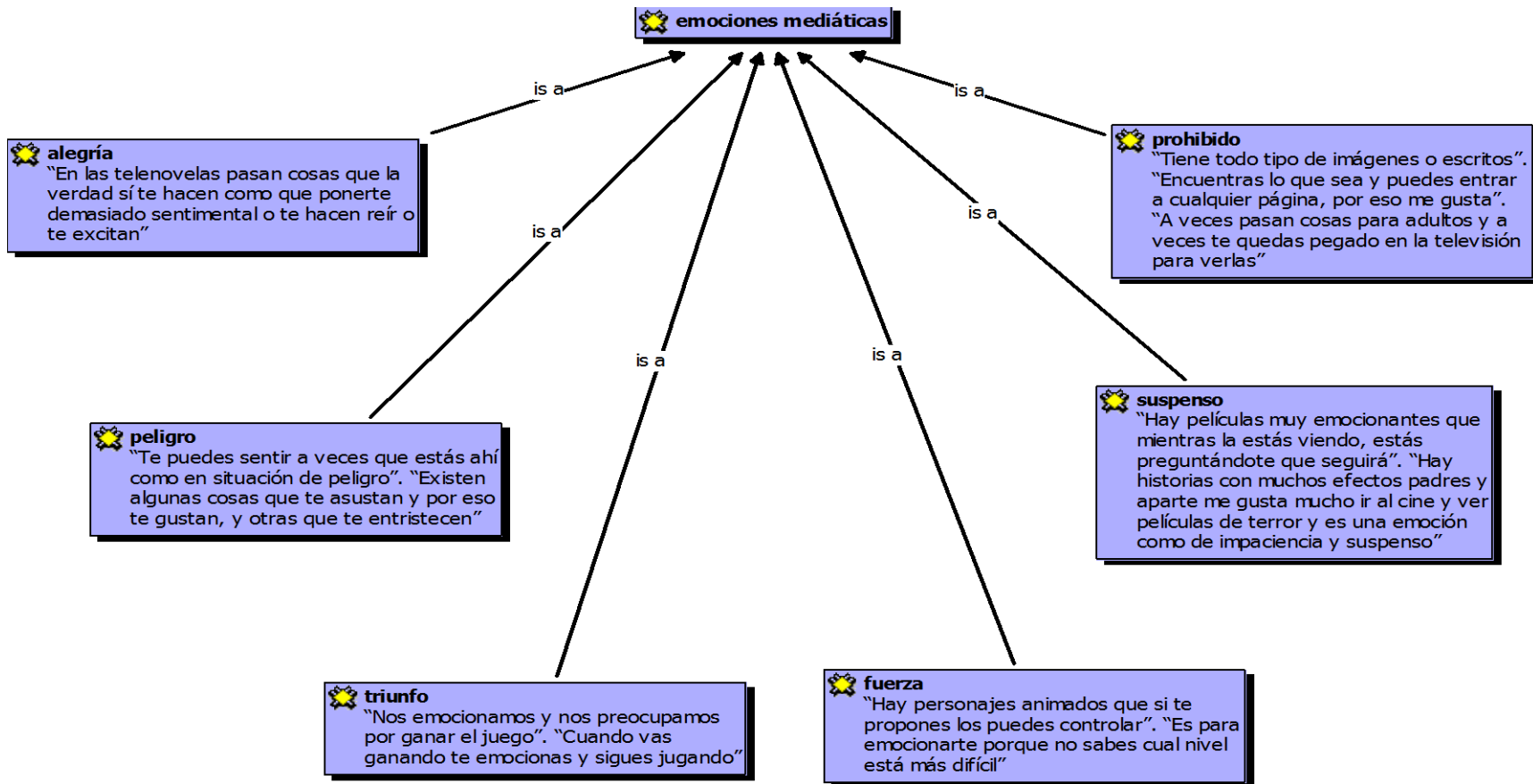
---

<sup>126</sup> Me refiero aquí al término emociones en sentido amplio, ya sean emociones fuertes como el miedo, la sorpresa o la novedad, o bien a emociones referidas a la vida social como tristeza, deseo, rechazo. (Aumont, J.1992)

Por tanto, cuando hacen referencia a sus emociones las relacionan con “algo”. Ese “algo” puede comprender una gama de sentimientos como enojo, satisfacción, miedo, tristeza, celos o alegría. Así, este “algo” constituye un cúmulo de experiencias afectivas *-phatos-* experimentadas por el espectador. Con base en la argumentación de Hansberg, O.<sup>127</sup> (2001), diré que las emociones en las personas tienen una dosis de intencionalidad, si es así, entonces los adolescentes espectadores se dirigen a los medios que les potencian básicamente un juego de emociones, que los excitan, *i.e.*, los medios son los cómplices para experimentar ciertos niveles notables de excitaciones no encontradas en otras experiencias y espacios, y son emociones encarnadas principalmente en afectos como se identifican en el siguiente esquema.

---

<sup>127</sup> En el análisis que Hansberg, O. hace sobre los tipos de emociones, plantea que algunas de ellas están relacionadas con aspectos cognitivos, otras con deseos; pero también existen aquellas relacionadas con la deliberación, o bien con el placer o dolor; finalmente existen emociones que tienen una clara conexión con nuestras acciones intencionales, por eso son razones para actuar, aunque desde luego en otro tipo de conexiones esto no es muy claro. El interés de Hansberg es precisar que las emociones están siempre dirigidas a objetos. (1996/2001, pp. 12-27)



Esquema No 10 El juego de las emociones alrededor de los medios

Como se registra en la red anterior, las imágenes audiovisuales tienen un poder magnético porque favorecen una serie de emociones multiplicadas cada vez que deciden disfrutar de un encuentro con los medios y esto tal vez no puede ser experimentado en otras situaciones. ¿Por qué estas emociones son buscadas en los medios audiovisuales? Porque, como los mismos adolescentes lo indican son placenteras y despiertan expectación. Estas experiencias de sentir “bonito” de “estar en otro mundo”, “superar retos”, son algunas de las razones por las cuales estos adolescentes gustan de estar en contacto con los medios.<sup>128</sup> Ellos mismos lo comentan de la siguiente forma:

M<sub>6</sub>: Unas películas pueden ser de amor y esto te provoca cosas bonitas, así como el suspenso, terror comedias, drama y acción.

H<sub>2</sub>: Es como estar en otro mundo y luchar con muchas cosas raras y superar retos, te sientes bien.

M<sub>3</sub>: Me emociono, me da coraje si me matan, alegría si llegó a pasar o cuando termino el juego y brinco, me chupo los labios o casi desbarato el control cuando me emociono.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Así, el collage de imágenes audiovisuales *despierta* y *potencia* emociones, de acuerdo a la situación particular donde se encuentren, por eso un adolescente con toda la intención como dice Hansberg, O. (2001), se acerca a este tipo de medios. Pero, también, tienen un ingrediente más: son emociones compartidas con otros y que luego van a vincular directa o indirectamente con la realidad vivencial, aunque esta ambivalencia se podría explicar por las características psicológicas de cada uno de los usuarios. Esto se explica cuando ellos recurren a las mismas palabras para decir lo que se experimenta frente a los medios: “me emociono, te sientes bien, eso ya es emocionante, producen emociones”.

Como vemos, las emociones logran una triple adhesión: (1) no admiten una condición de monotonía y aburrimiento, (2) el disfrute puede ser en compañía o a solas, (3) se dan sin que necesariamente medie una explicación lógica o un

---

<sup>128</sup> Hobbes, T. (1994), considera que la sensación de placer surge de tener algo presente que resulta agradable a los sentidos, por ejemplo, a la vista o al oído. Pero existen aquellas cosas placenteras que despiertan la expectación en las personas, al cumplirse se experimenta alegría en caso contrario provoca pesar. (p. 43)

discurso. Las emociones surgen de lo más profundo –magma de Castoriadis-, por eso me atrevo a señalar que no caben los razonamientos, al menos cuando se está al frente de las pantallas, porque siguiendo la argumentación de Mandler, A. (1986), tienen que ver con factores internos, con “las vísceras” afirma; con lo profundo, con los deseos a proyectar (Castoriadis, C. 1998a), por eso los adolescentes espectadores se ven excitados frente a las pantallas, sienten lo visto ahí.

En este momento me parece oportuno comparar este tipo de emociones, potenciadas por las imágenes de las pantallas, con aquellas relacionadas en otros espacios donde estos adolescentes se mueven *e.g.*, la escuela. ¿Por qué? Porque de antemano conocemos los diferentes tipos de emociones suscitadas por los medios audiovisuales y aquellas originadas cuando escuchan un tema nuevo de labios de sus profesores. Y hago precisamente esta comparación, esperando no caer en reduccionismos, porque son dos de los universos donde los estudiantes invierten un mayor número de horas, pero reconozco que pueden ser universos mutuamente irreductibles porque trazan emociones un tanto distintas. Este es un punto clave en el presente trabajo, porque si algunos entrevistados consideran *aburridas* las lecciones en clases, ratifican emociones divergentes a las experiencias obtenidas en el consumo audiovisual, *i.e.*, en el salón de clases se experimentan más bien emociones de enfado, enojo, desaliento, resentimiento y frustración como se asienta en los apartados 6.1 y 6.2. Tenemos entonces dos emociones: emociones A, provocadas por los medios audiovisuales que se ligan a lo placentero, a lo inesperado; y las emociones B, vinculadas en cierta medida con el aburrimiento y la rutina. Esto tiene un valor fundamental, porque puede ayudar a explicar lo que pasa en la escuela con estos estudiantes. De manera particular hace pensar cuáles son las estrategias docentes que los profesores están utilizando para motivar los aprendizajes escolares.

En este orden de cosas, las imágenes audiovisuales les agradan a los adolescentes consumidores, porque les permiten una permuta simbólica, en razón

de que al vivir un mundo donde fascina lo irreal, les provoca el deseo de dejar atrás la fragilidad, las debilidades humanas y transmutar el paso a emociones relacionadas con la fuerza, la belleza y el poder, presentes en sus imaginarios, como lo sostiene Cortés, J.M. (2003).<sup>129</sup>

Por estas razones, creo que no podemos desconocer por qué en nuestro contexto aceptamos la invasión de las imágenes audiovisuales, tanto en la vida privada como en la vida pública; están en todos lados, como lo asienta atinadamente Wolton, D. (1977),<sup>130</sup> atraviesan de manera significativa la red de lo social. Como lo he señalado, gracias a estas imágenes este grupo de adolescentes amalgaman una serie de imaginarios propios de la modernidad tardía. Nosotros sabemos, en cierta forma, que han copado nuestra cotidianidad y si se acepta esto, se puede entender qué significa en realidad, para este grupo de adolescentes, vivir en este mundo saturado de imágenes audiovisuales, donde en ocasiones se despiertan emociones opuestas a las experimentadas en espacios como el salón de clases.

El gusto por las imágenes audiovisuales tiene sus variantes con relación al género, los hombres se inclinan por dos de ellos: por los videojuegos y la televisión; y las mujeres en un número importante prefieren la radio y la televisión (c. de manera detallada la tabla No. 6). Sin embargo es posible afirmar, en ambos casos, que sus experiencias se relacionan con lo visual, sin importar el medio simbólico que las proporciona.

---

<sup>129</sup> “Las imágenes determinan cómo un grupo social está representado en sus formas culturales y si un individuo es identificado o se siente identificado como un miembro de ese grupo” (Cortés, J.M. 2003; 232) Re-situando esta idea podemos ver cómo las imágenes tienen una fuerza simbólica tal que atraviesan muchas de las acciones de las personas. Por eso se identifican con ellas, piensan con ellas y definen muchos de sus roles alrededor de ellas.

<sup>130</sup> Para Wolton, D. la imagen organiza todos los órdenes de la vida social. Hace y deshace los poderes, organiza el destino de las personas y extiende hasta el infinito las fronteras de lo imaginario, dándole sentido a la realidad, la ficción y la virtualidad. A partir de esta tesis es posible comprender por qué arguye que la imagen es omnipresente. Sin embargo la pretensión de Wolton, D. como él lo dice, no es idealizar ni diabolizar la imagen, el propósito es más bien relativizar su presencia en la vida cotidiana. (1997, pp. 10-11)

Tabla No. 8 El consumo de los medios audiovisuales en el tiempo libre de los estudiantes

Respuestas	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	mujer	Hombre	mujer	Hombre	mujer	hombre	Mujer	Hombre	mujer	Hombre	Mujer
.00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Internet	1	3	1	1	0	0	0	2	1	0	3	6
Televisión	5	3	10	6	3	4	4	3	5	5	27	21
Radio	2	6	0	0	1	6	5	9	3	3	11	24
Cine	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3	1
Videojuegos	8	1	4	1	8	4	2	0	7	0	29	6

Se puede observar cómo desde su posición de género y desde las condiciones del receptor, se debe considerar quién es la persona y desde luego dónde está ubicada para conocer mejor sus inclinaciones por determinado tipo de imágenes y lo que despiertan en ella. Por ejemplo, en el caso de las mujeres entrevistadas las imágenes de los videojuegos provocan emociones de desagrado, como se advierte enseguida:

M<sub>2</sub>: Los videojuegos son demasiado agresivos, como de cortarle la cabeza a los monos y de ver pura sangre, así volando y es lo que no nos gusta, la violencia.

M<sub>1</sub>: Porque como que ellos prefieren, o sea, como que más programas con más violencia.

M<sub>3</sub>: Sí, caricaturas así como de matar y todo eso.

H<sub>2</sub>: Tal vez no les gusta porque no le han invertido tiempo.

M<sub>2</sub>: No, no es por eso.

M<sub>3</sub>: Porque la mayoría de los videojuegos son para hombres, fútbol, de peleas...

H<sub>6</sub>: Golpes.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Se puede contrastar cómo este grupo de mujeres asocian lo violento con el género masculino al recurrir a palabras como “agresivos”, “de peleas”, “violencia”, “de matar”, y se reservan otras cualidades para ellas al momento de establecer el gusto por determinadas series, a las mujeres por su parte les gusta:

M<sub>1</sub>: Ver historias de amor.

M<sub>2</sub>: A las mujeres nos gustan como más cursis, tiernos.

M<sub>3</sub>: Pues todas esas así de amor, como estilo Cenicienta.

H<sub>2</sub>: A ellas les gusta ver lo que es un mango o una telenovela.

Mtro: ¿Por qué las telenovelas?

M<sub>5</sub>: Porque hablan de historia de amor.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Sobre esta base, las mismas mujeres sugieren un mundo color de rosa para ellas, el modelo del *amor romántico* que plantea Giddens, A. (1992). Para acreditar la imagen de lo femenino recurren a palabras como “historias de amor” y “cursi”, y asignan un mundo rojo para el modelo masculino, cubriendo de alguna manera los imaginarios sociales instituidos alrededor de los géneros, y que en algún sentido las medios audiovisuales tienen la tarea de reforzar. Aunque debo aclarar que principalmente son las mujeres quienes establecen esas diferencias en los gustos. Esto quedó de manifiesto en el grupo de discusión porque ellos no argumentaron una posición contraria al punto de vista de sus compañeras. Ahí emergen, pues, dos modelos que este grupo de adolescentes no cuestiona,<sup>131</sup> los cuales obedecen, fundamentalmente, a una construcción de tipo psicosocial, y que en este caso, tanto hombres como mujeres se encargan de reforzarlos de alguna manera. Como sostienen Pearson, J. Turner, L. y Todd, M. (1993), ambos géneros se perciben de manera diferente, y al hacerlo se atribuyen también, gustos distintos dentro de sus propios repertorios. Estas características interpelan factores relacionados con las sensaciones y los sentimientos, y desde luego hacen florecer las emociones propias de cada género, como son la fuerza para lo masculino y la fragilidad para lo femenino (Cortés, J. M. 2003). Sus comentarios muestran cómo esos roles, atribuidos socialmente a los géneros, los llevan a preferir tales o cuales narrativas audiovisuales.

Siguiendo con este eje de reflexión, y con base en las palabras de los alumnos, las oportunidades de divertirse, a través de las pantallas, se pueden incrementar porque se puede elegir A, B o Z, y al hacerlo aumentan las posibilidades de excitación que para este grupo de jóvenes muchas veces no es posible encontrar con otros recursos, es más *chido*, dicen. Cuando utilizan esa palabra es para connotar un mundo de diversiones más amplio. Con sus comentarios me hacen

---

<sup>131</sup> Aunque debemos reconocer, en mi opinión, la existencia de rasgos de carácter masculino que hoy los medios llegan a apostar para lo femenino en algunas series de ficción, sobre todo cuando presentan a las malvadas heroínas con características masculinas simbolizadas por la fuerza, la dureza y la astucia. Pero también debo aclarar que, a los héroes masculinos los rasgos socialmente femeninos no se les atribuyen.



pensar que las ideas instituidas acerca de la diversión en este grupo de población están cambiando. Hoy, pienso que ya no podemos aceptar que solo se divierten cuando hacen deporte, bailan o van a un centro comercial:

H<sub>4</sub>: Pues por lo mismo, porque a veces, por ejemplo, si voy cada semana con mis compañeros, y diario hacemos lo mismo, en cambio eso pues ya te aburre, en cambio si tienes un videojuego, pues tienes varios juegos y ya te estás divirtiendo más, no sé pasando de niveles o cosas por el estilo.

M<sub>2</sub>: Sí. Aparte es diferente con los amigos de la Internet, o sea los amigos de aquí de la escuela los ves diario, y pues en el Internet no, encuentras más, a veces más, porque chateas, te encuentras diferentes personas, así tienes diferentes temas en los cuales puedes hablar.

M<sub>5</sub>: Pues sí, eso es a veces.

Mtro. ¿Cómo?

M<sub>5</sub>: Sí, cuando te aburres de platicar lo mismo.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Como se registra en sus puntos de vista, las imágenes proporcionadas por los medios audiovisuales dan para mucho: “lo diferente” y “la diversión” constituyen una serie de experiencias, gracias a la *visualidad*, como argumentan Barbero y Rey, (1999); significan todo aquello que es posible experimentar de manera placentera en cualquiera de los espacios por donde se mueven, ya sea públicos o privados. En este sentido estas imágenes también se instalan en su subjetividad, para abrirse camino al imaginario, como lo señala con acierto Morin, E. (2001).

Además, la imagen al ser seductora, como dice Rojas M. (2006) entretiene, esto es así porque lo seductor esconde algo envolvente, atrapa los sentidos, ahí no hay argumentos como en la escuela, no son necesarios, y como dicen dos jóvenes de 15 años en el grupo de discusión, lo importante es lo que se ve: “las imágenes son más llamativas por lugares y colores,” “sacan imágenes muy llamativas y colores fosforescentes”. Finalmente, una imagen de la pantalla tiene esa capacidad de adaptación a cualquier usuario, no importa el sexo ni la edad, porque responde a las necesidades de los espectadores y, entre otras cosas, tiene ese potencial para provocar sus emociones, esto es llega a la profundidad de la psique.

## La tarea de las imágenes audiovisuales

Algo importante es que las imágenes audiovisuales se suceden rápidamente, una tras otra, y permiten por una parte percibir el mundo de la realidad de manera distinta y por otra, construir mundos diferentes. Esto provoca a su vez que las imágenes de las pantallas transgredan los límites de la realidad, porque ésta ya no se presenta en blanco y negro sino en múltiples colores que hablan de su indeterminación (Castoriadis, C. 1998a). En ese ir y venir hay un desplazamiento de una realidad monocroma por una policroma. En esta realidad alternativa los objetos se difuminan, gracias a la cantidad de colores, se pierden los contornos de las cosas y aparecen nuevas formas de percepción ilimitadas que interpelan el mundo real. Gracias a esto es posible afirmar cómo las experiencias de estos adolescentes, de acuerdo a sus expresiones se ven intensificadas por la artificialidad de los colores de las imágenes audiovisuales, como ellos lo señalan:

Mtro: ¿Y las imágenes qué les despiertan?

M<sub>7</sub>: Alegría.

H<sub>6</sub>: Inteligencia.

M<sub>7</sub>: Rapidez.

H<sub>7</sub>: Fuerza.

M<sub>2</sub>: Adrenalina.

H<sub>3</sub>: A veces coraje.

Mtro: ¿Qué más?

M<sub>3</sub>: Ternura.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Como se registra en sus comentarios, las imágenes potencian una serie de experiencias que los hacen ingresar a una dimensión imaginaria que se opone a experiencias ya conocidas, por eso cuando aluden a palabras como “la rapidez”, “la adrenalina” y “el coraje”, nos hablan de cómo se transportan a mundos llenos de nuevas significaciones, y así, las imágenes de la pantalla cumplen su tarea.

Con base en sus narraciones también puedo decir que la forma de ser y estar en el mundo, en estos tiempos, es mediante este tipo de imágenes, porque constituyen todo un sistema representacional, (Rojas, M. 2006), para todo aquél que es un asiduo espectador de la pantalla. Lo paradójico en todo ese sistema es

que gracias a ella la realidad presentada por las imágenes audiovisuales no perdura, por el contrario es efímera, y esto se puede registrar cuando apagan la pantalla, al hacerlo ven como esa realidad desaparece, se pierde, se escapa. Y al siguiente día, cuando se vuelve a encender, aparece tal vez otra, con nuevos colores y nuevos matices. Esto me hace pensar que las *adolescencias virtuales* conocen múltiples realidades tantas como los medios les permiten. Con base en esto se ha llegado a considerar que estos adolescentes descubren que las imágenes audiovisuales no corresponden a una realidad objetiva, sino a la creación de un mundo nuevo, donde la relación entre pensamiento y objetos no tienen correspondencia, porque casi siempre es diferente. No hay lugar para la regularidad porque muchas de estas imágenes de los medios audiovisuales no se ajustan a la realidad, más bien la alteran y la convierten en fantasía. Esto motiva la siguiente interrogante: ¿los adolescentes consumidores de las imágenes de las pantallas ponen distancia entre el mundo presentado por los medios y otras realidades como por ejemplo la del contexto escolar? Se puede responder que sí, sí lo hacen. Sin embargo, tal vez no alcancen a comprender que las imágenes audiovisuales se encargan de situar a los usuarios en un mundo que abstrae los elementos cotidianos vividos día a día sea en la escuela o en la familia. El salón de clases es un ambiente donde ellos crecen, configuran valores propios de acuerdo a su contexto, y les permite compartir imaginarios de sensibilidad particular, pero, ¿qué sucede cuando dan entrada a las narrativas audiovisuales? Esas imágenes ilusorias entrañan una manera de apreciar la realidad más efímera, tienen la característica de ser más pobres como dice Rojas, M. (2006) y como tal más ajenas; por tanto, la tarea que cumplen es mantener más alejados a estos adolescentes de los imaginarios culturales instituidos por la escuela, como ellos lo arguyen:

M<sub>2</sub>: Pasamos tiempo haciendo lo que es estar en la computadora, viendo tele, ¡eh! En vez de pasar tiempo haciendo la tarea, leyendo, como dicen haciendo ejercicio, pasar tiempo con la familia.

H<sub>2</sub>: Se te olvida lo que tienes que hacer por estar pegado a la computadora.

H<sub>7</sub>: Te dañan, bueno te cansas más la mirada viendo la pantalla, y con el libro pues mucho menos, pero no nos gusta leer.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Resulta pertinente aclarar, por otra parte, cómo estos adolescentes se dan cuenta que ni los colores, ni los movimientos ni el volumen responden a las circunstancias del mundo real. Este sistema de representaciones está un tanto ausente de los espacios cotidianos por donde transitan, donde reconocen otras formas de convivencia mediadas por un segundo sistema representacional incompatible con el primero. Sin embargo, a pesar de darse cuenta, muchas veces, de que finalmente es así, no pueden esquivar lo placentero de las imágenes audiovisuales, tal vez por esta razón tienen un valor significativo en su experiencia vital y también guardan una dimensión ontológica particular.

A todo esto debo agregar otro factor explicativo: la percepción que llegan a tener los adolescentes espectadores con relación al mundo presentado por las imágenes. Del grupo de estudiantes entrevistado, el 51% de los hombres y el 39% de las mujeres piensan que los medios presentan un mundo mejor que el actual, sus respuestas se observan en el gráfico No. 7 y los siguientes comentarios *in extenso* lo ratifican:

M<sub>1</sub>: También hay películas como la de Harry Potter que habla de otras realidades.

Mtro. ¿Distintas a las que viven diario?

M<sub>1</sub>: Sí.

M<sub>2</sub>: Es que aparte en esos juegos cuando hay un problema lo puedes resolver fácilmente y la realidad no, a veces los problemas no los puedes resolver fácilmente

Mtro: ¿Están de acuerdo?

Todos: ¡Sí!

M<sub>2</sub>: En la tele te pasan la vida de lujo, estás bien de salud, en cambio en la realidad no, o sea, uno tiene problemas de salud o no tiene para pagar algo, tienes broncas.

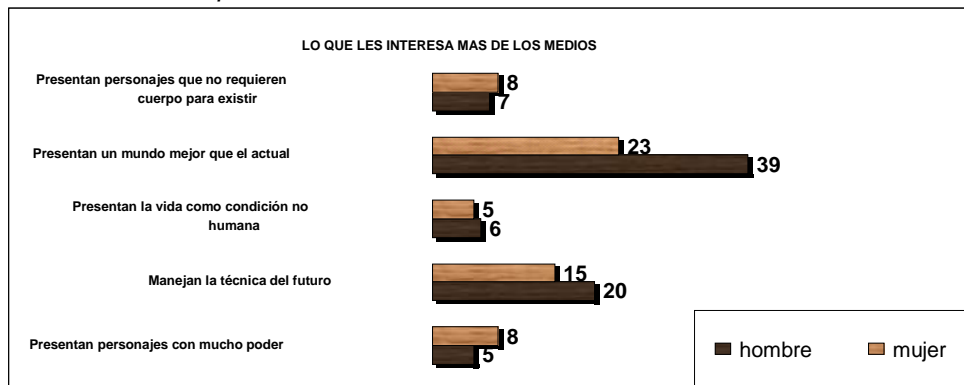
M<sub>3</sub>: Además de que algunas realidades son más divertidas que las que vivimos a diario, o sea, la vida cotidiana es aburrida, y este... en las películas, y todo eso pasan que en cada día les pasa una aventura nueva a los personajes, es como divertido, así como quisieras vivirlo.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Sus palabras como “vida de lujo”, “no hay problemas”, “los problemas se resuelven fácilmente” pueden sonar elementales, pero encierran puntos de reflexión con una amplia gama de significados, porque admiten que la repetición de estas imágenes

ayudan a la construcción de “mundos”, los cuales son mejores para vivir. Esos mundos tienen sentido gracias a que todo es posible, por eso los llegan a aceptar y les permiten en cierto modo instituir imaginarios que comparten como grupo consumidor y, por lo otro, les ayudan a interpelar los valores instituidos. Esto tiene una significación importante porque se puede inferir lo siguiente: el mejor de los mundos posibles se conoce y vive a través de las pantallas. Pero no solo eso, también lo están relacionando con otros elementos que configuran nuevos imaginarios alrededor de las técnicas futuristas. Entonces, para estos adolescentes, como nos podemos dar cuenta, las imágenes tienen actualmente varias tareas, atractivas por supuesto.

Gráfica No. 7 La representación del mundo encarnado en los medios audiovisuales



¿Pero, por qué otra razón se siente atraído a las imágenes audiovisuales este grupo de adolescentes? Esta es una pregunta fundamental para dar cuenta por qué otro motivo son atractivas las imágenes de los medios. Y la principal respuesta es que despiertan sus fantasías (v. tabla No. 7). La fantasía se vive como un continuo de la realidad para un número importante de estos jóvenes. Hombres y mujeres están en la creencia de que los medios atraen porque presentan fantasías, así se observan en la siguiente tabla, aunque como se sabe depende de cada medio y la situación particular donde se encuentren. Las experiencias excitantes ante las imágenes de las pantallas se llegan a potenciar porque la fantasía es un elemento clave para incrementar esos niveles de excitación.

*Tabla No. 9 Principales razones de por qué a este grupo de adolescentes les resultan atractivos los medios audiovisuales*

Respuestas	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	Hombre	mujer	hombre	mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer	Hombre	mujer	hombre	mujer
.00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Porque son reales	2	4	4	1	3	0	3	5	1	3	13	13
Porque son rápidas	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	3	2
Porque ahí el tiempo no cuenta	2	1	1	0	2	2	1	0	3	0	9	3
Porque inventan cosas y personajes	3	2	6	4	3	4	4	2	5	2	21	14
Porque presentan fantasías	10	6	7	4	5	7	3	6	6	3	31	26

A partir de sus respuestas puedo afirmar, también, que los artilugios de las imágenes audiovisuales se caracterizan por esa recurrencia constante a la fantasía para elevar el grado de permanencia de los usuarios. En este tipo de imágenes “no cuenta el tiempo”, “se inventan otras cosas y personajes”, y estas dimensiones van de la mano de la fantasía. Aquí no son tan diferentes a los trucos utilizados en la antigüedad por el chamanismo, en el sentido de buscar efectos mágicos acerca de la realidad, para atraerlos, por ejemplo. Sin embargo, la fantasía, que hoy buscan los adolescentes consumidores, encuentra un vehículo importante a través de los medios, ¿y por qué se recurre a la fantasía? Como ya lo comenté en líneas anteriores es un eje que da sentido a su vida cotidiana; porque, de alguna manera, no pueden vivir ajenos a esta necesidad de evadirse de la realidad, de los problemas que los atrapan, de las dificultades sociales donde muchas veces no hay escapatoria. Así, la fantasía ayuda a reexpresar y construir otros sentidos de acuerdo a la situación de cada estudiante; porque no podemos hacer a un lado que dichos adolescentes viven y tienen dificultades propias de su desarrollo emocional, por eso la búsqueda de otros mundos, donde todo se vuelve fácil, donde “no hay broncas”.

Quizá por estos motivos, la realidad construida por la pantalla tiene una existencia que estos adolescentes no buscan poner en duda. Las imágenes audiovisuales

encarnan, de alguna forma, su realidad; la estructura y capacidad que tienen de enviar mensajes les hace pensar que a través de ellas es posible conocer otros mundos. Por consiguiente, dichas imágenes tejen una forma de comprender el entorno social. Pero no puedo dejar de reflexionar que para este grupo de jóvenes *la realidad alternativa* no coincide plenamente con *la realidad objetiva*. Sus puntos de vista, como se registra en sus respuestas, se mueven en esas realidades, descubriendo dos versiones de la misma: (1) aquella audiovisual y (2) aquella real. Lo que sí me parece pertinente recalcar en esta reflexión es cómo este grupo de jóvenes están reconociendo la importancia de las imágenes audiovisuales para conocer otros mundos de los cuales no tienen experiencias inmediatas, solo mediante las pantallas. Sobre este punto encuentro una idea importante en Maldonado, T. (1999), para reafirmarlo: "... deshacen nuestro vínculo con el mundo de las cosas y los cuerpos, disminuyen cada vez más nuestras posibilidades de experiencia en el mundo físico" (p.76). Vivimos, por tanto, un mundo imaginario construido por las fantasías, en alguna medida provocadas por las imágenes de los medios audiovisuales las cuales cumplen así su tarea.

### **6.9 Aquí y ahora: vivir o no vivir con las lecciones de los medios audiovisuales**

Desde el propio planteamiento de las adolescencias es posible inferir que los momentos actuales plantean una paradoja importante relacionada con la idea de que por un lado, no se puede vivir sin los medios audiovisuales (A) y, por el otro, la postura contraria de que sí puede vivirse sin ellos (B). Estas dos posiciones están presentes de alguna manera en diferentes grupos sociales y nuestras adolescencias no escapan a lo instituido de estas visiones un tanto esquizofrénicas, porque algunos de ellos asumen una actitud tecnófila (A) y otros una actitud tecnófoba (B). Esa mezcla de cosmovisiones antagónicas predominan en estos momentos, porque la sociedad maneja una serie de interrogantes sobre el impacto de los medios audiovisuales que no pueden ser todavía respondidas, no sabe hasta dónde van a llegar los cambios simbolizados por la cibercultura, por eso confía y desconfía al mismo tiempo. Quizá por esta razón, en mi opinión, son

comunes oposiciones como: diversión-escuela; sentir-conocer; naturaleza-cultura; ficción-real; doxa-episteme. Estas oposiciones presentes en gran parte de los comentarios de los adolescentes acerca de la importancia de los medios audiovisuales, sirvieron para elaborar la última categoría del presente capítulo. Para su formulación, metodológicamente se siguió el mismo procedimiento que se ha detallado a lo largo del trabajo. Expresiones de los adolescentes, fueron la base para iniciar el proceso de interpretación y llegar finalmente a la formulación de la categoría: *Aquí y ahora: vivir o no vivir con las lecciones de los medios audiovisuales*. A continuación se escriben algunas frases, relacionadas con la televisión, que jugaron un factor clave para el proceso de interpretación y donde las oposiciones se observan con nitidez: “la tele es un medio importante pero no indispensable”, “es necesario porque es un entretenimiento familiar”, “porque hay cosas más entretenidas, no solo la televisión es vida”, “porque es lo único que entretiene”, “porque creo que no es algo que dependamos de ello”, “sí es necesaria porque a la vez es un medio de comunicación y distrae”, “porque de todos modos vives tu vida”, “porque de todo es lo más común para entretenerse en el hogar “aunque se ha convertido en algo más que necesario, no lo es tanto porque la gente se ha dejado llevar por ella”, “porque queriendo o no, todos necesitamos la tele en cualquier momento”.

### **La televisión a veces es una mala maestra**

Con relación a la televisión las respuestas son contradictorias porque los adolescentes entrevistados tienen una posición encontrada sobre este medio. Lo paradójico radica en que a pesar de ser el medio de mayor consumo por el número de horas que invierten, y de instalar como acertadamente dice Carlón, M. (2006), una experiencia espectral sin precedentes, muchos de ellos aceptan que da lo mismo tener o no tener el televisor, o bien poder vivir sin él. Tanto hombres como mujeres coinciden en sus respuestas en este punto. De manera detallada el 45% de los hombres y el 44% de las mujeres adolescentes, entrevistados, expresan que da lo mismo tener televisión o no. Los argumentos expuestos por este grupo (B) de estudiantes son los siguientes:



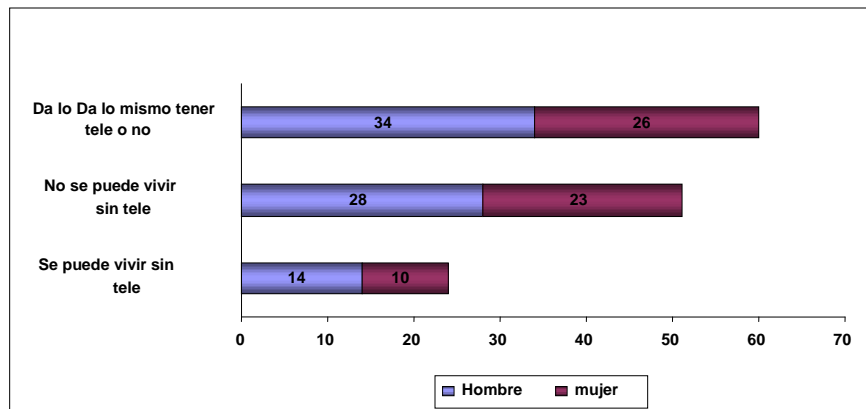
La tele es un medio importante pero no indispensable, porque algunos programas dañan el pensamiento de la gente.  
Porque no es una fuente de energía ni nada por el estilo.  
Porque hay cosas más entretenidas, no solo la televisión es vida.  
Porque creo que no es algo que dependamos de ello. Sí sirve para distraernos pero hasta allí.  
Porque de todos modos vives tu vida.  
Aunque se ha convertido en algo más que necesario, no lo es tanto porque la gente se ha dejado llevar por ella. Si antes no existía, hoy el tiempo lo aprovecharíamos en otras cosas en vez de ver televisión.  
[Entrevista]

De sus opiniones puedo inferir cómo los adolescentes entrevistados comparten de alguna forma un imaginario social instituido que permea alrededor de este medio encarnado en términos como “no indispensable”, “dañan el pensamiento”, “no dependemos de ella”. La pregunta sería en este caso la siguiente: ¿cuál es ese imaginario? Un imaginario un tanto pesimista, en el cual la televisión simboliza la pérdida de tiempo, el ocio, no permite la reflexión y destruye la lucidez humana, (Bourdieu, P. 1997; Imbert, G. 2003; Liceras, A. 2005; Eco, U. 2006; Condry, J. 2006), llevando, entre otras cosas a un pensamiento banal y a un empobrecimiento de la experiencia con la realidad física. Con base en esto se puede plantear la siguiente hipótesis: la permanencia durante varias horas al día hace que los jóvenes usuarios piensen que el avance de la televisión, su universalización, les reste otras posibilidades de entretenimiento y la inversión de tiempo en otras cosas más productivas, como pueden ser jugar con los amigos del barrio, de la escuela o bien hacer trabajos escolares. La televisión como se aprecia en sus reflexiones alienta formas de diversión, muchas veces contrarias a la naturaleza socializadora de estos adolescentes, porque reconocen que la vida de todas maneras se vive y más que beneficios para el espectador “dañan el pensamiento de la gente”. Sus argumentos sostienen la visión un tanto apocalíptica de este medio, en algunos sectores de la sociedad. Por otra parte, tenemos las posturas de un grupo de adolescentes (grupo A), que manifiestan no poder vivir sin la televisión, y como se observa para ellos la televisión es buena en sí misma y sus puntos de vista se oponen al grupo B:

Es necesario porque es un entretenimiento familiar.  
Porque queriendo o no, todos necesitamos la tele en cualquier momento.  
Si es necesaria porque a la vez es un medio de comunicación y distrae.  
Porque de todo es lo más común para entretenerse en el hogar.  
Porque es lo único que entretiene.  
Porque no pudieras ver telenovelas que te entretienen un rato, y ver otros programas que a diario ves.  
Porque es un medio de información y entretenimiento.  
[Entrevista]

En estos comentarios la pantalla encarna un imperativo relacionado con la idea de que todo aquello que entretiene tiene un valor positivo. Por esta razón, quizá, este grupo de estudiantes considere que la televisión es necesaria porque “distrae”, “entretiene” e “informa”. Estos adolescentes (A), se ubican en una posición contraria respecto de la anterior (B), porque para ellos sí representa un medio común y familiar. Y decir esto de alguna forma es aceptar que crecen y se afirman con la televisión, de la misma manera que crecen con los amigos de la escuela y del barrio. Para este grupo, estar en el mundo no es posible sin este medio tal como se muestra en el gráfico No. 9, porque el televisor es parte del ambiente cotidiano del hogar y entraña el surgimiento de una empatía con el aparato al darse una relación *interobjetiva*. Así, la televisión es parte de los muebles de una casa, deja de ser algo extraño para *ser parte de*, es un elemento estructural de los miles de hogares de nuestro contexto social, por esta razón el 81% de los adolescentes entrevistados a favor de la televisión, arguyen que su consumo está relacionado con el entretenimiento. Como nos damos cuenta la postura de A y B se yuxtaponen con sus respectivas representaciones simbólicas incrustadas en el imaginario colectivo, la televisión al mismo tiempo se acepta y se rechaza con la carga valorativa que esto implica. Desde luego no sabemos que sí y que no gusta de la televisión en nuestros adolescentes, aunque ellos lo relacionan con el entretenimiento sabemos que este medio tiene otras tareas como la información. Pero el asunto aquí es que podemos formular la hipótesis de que refuerza un imaginario creado por la sociedad con relación al significado de este medio, lo que vale para ella, en un contexto donde lo antagónico está presente en muchos campos creados por la misma sociedad.

Gráfica No. 8 Posición acerca de la televisión



### Con el cine... la misma lección

Los cambios tecnológicos al producir cambios generacionales inventan formas de consumo diferentes, no es que el cine ha dejado de estar en el gusto de los consumidores, más bien su encanto presentifica, creo yo, dos vías paralelas de consumo. Tradicionalmente se le ha considerado como un *bien situado*, (García C. 1995), porque convoca la asistencia a lugares específicos para ello. Sin embargo, conforme las películas están a la mano del usuario se evidencia un consumo a domicilio. Pero es importante aclarar que las condiciones de expectación no son las mismas; quien va a una sala disfruta la oscuridad que provee la secuencia de principio a fin del filme, no pierde la expectación de la trama hasta su conclusión, entre otras cosas. Estos elementos de expectación, al parecer, se ven reducidos o se pierden, cuando la película se mira en casa. Quiere decir que no es la misma experiencia ser testigos de una continuidad a una discontinuidad de imágenes audiovisuales. Y aunque la gran mayoría dice no asistir a las salas cinematográficas, a manera de hipótesis señalo que el grupo que sí lo hace, profundiza precisamente los elementos de expectación compartida, haciendo del séptimo arte todavía un medio particular para encarnar los sueños y disfrutar un buen momento.

En el caso de nuestros adolescentes entrevistados, el 55% de los hombres y el 61% de las mujeres, afirman que al menos en sus vidas da lo mismo ir al cine o no. Mientras 24 hombres y 16 mujeres dicen no poder vivir sin asistir a una sala cinematográfica. Solo el 13% de ellos y el 7% de ellas tienen una posición contraria: no se puede vivir sin frecuentarlo. En este punto advierto razones diversas. Una parte de estos grupos opinan que existen otros recursos, que sustituyen sin ningún problema su asistencia a salas cinematográficas. Por esta causa un alto porcentaje de estos adolescentes apuestan a una experiencia vital sin este recurso. ¿Cuáles son sus argumentos? Sus puntos de vista apuntan en la siguiente dirección:

Ya casi toda la gente tiene suficiente tecnología para no ir al cine. No siempre vas a ir al cine a ver una película, por ya estar en tu casa las puedes ver y más cómodo. Porque puedes las mismas películas en la televisión de tu casa. Ya que hay otros medios para ver películas no nomás el cine. Porque muy pocas veces voy al cine porque cobran y en veces me castigan y no tengo, por eso tengo DVD. Porque las pelis después te las pasan en la tele, total. Hay cosas más importantes, aunque de vez en cuando sirve de distracción. [Entrevista]
--

Si se toman en cuenta sus consideraciones, se puede advertir que conforme otros medios de entretenimiento se instalan en el gusto de los consumidores, como el DVD y la propia televisión, el cine deja de tener la presencia que mantuvo, sobre todo en nuestro país, durante primera mitad del S. XX. Esto no significa que el gusto haya declinado totalmente. En la actualidad los adolescentes urbanos privilegian de manera cotidiana otros medios más a la mano, y por tanto, más familiares como son el televisor, los videos y la computadora; pero además las animaciones virtuales se recrean en estos medios con la misma capacidad tecnológica. Estas pueden ser algunas razones clave por las cuales, sobre todo las adolescencias urbanas, con una postura un tanto contundente manifiestan que “para ver películas se puede hacer en casa”, tal vez por esta razón el cine se desplaza sin dificultad por otros medios de entretenimiento. El consumo audiovisual se ha transfigurado, como argumenta Carlón, M. (2006), porque ahora

ya no solo son películas, también programas televisivos y series de videojuegos recurren a la misma magia que el cine, a las mismas imágenes que potencian la fantasía en los jóvenes. Si esto es así, pareciera prescindirse de la *pantalla grande* para darle su lugar a la *pantalla chica*. Como se puede observar la visión onírica que instituye imaginarios en estos consumidores se da al margen del medio y el lugar donde su consume.

### Qué sí y qué no de las lecciones de los videojuegos

Como he mencionado las imágenes de los videojuegos tienen la particularidad de recurrir una narrativa visual más bien atomizada, abundante, inmediata e instantánea, *i.e.*, son imágenes del aquí y el ahora. Por eso atrae a los adolescentes consumidores, principalmente varones. Gracias a este tipo de imágenes las emociones se exaltan ensanchando el limitado espacio natural, quizá por esta razón parte de un grupo de adolescentes sustenta que no se puede vivir sin sus lecciones. Así, las opiniones tanto en hombres como mujeres tienen un comportamiento similar en dos de las afirmaciones (v. tabla No.11). En ellos se encuentran compartidas las posibles respuestas; mientras muy pocas de las mujeres entrevistadas comparten la idea de que no es posible vivir sin este medio simbólico.

Tabla No. 10 Distribución de los alumnos por escuela con relación a la posibilidad de vivir o no vivir sin los videojuegos

Respuestas	Frecuencias Secundaria 40		Frecuencias Secundaria 44		Frecuencias Secundaria 71		Frecuencias Secundaria 87		Frecuencias Secundaria 88		TOTAL	
	hombre	mujer	Hombre	mujer	Hombre	mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	mujer
<b>Se puede vivir sin jugar videojuegos</b>	3	11	8	4	7	5	3	1	7	3	28	24
<b>No se puede vivir sin jugar videojuegos</b>	7	0	3	1	3	3	4	1	7	0	24	5
<b>Da lo mismo jugar o no a los videojuegos</b>	8	2	7	4	2	6	5	13	2	5	24	30

Como se registra el consumo del videojuego se debate entre dos posturas<sup>132</sup>. Una rescata el valor alucinatorio de sus imágenes (X), y otra, un tanto consciente de estos efectos, los considera enajenantes (Y). Una posición informa sobre el gusto de este tipo de imágenes y la otra entraña su rechazo. Quienes están en el primer caso, arguyen lo siguiente:

H<sub>4</sub>: Porque no haría misiones ni cuando estuviera con un amigo, no jugaríamos a aventar poderes.

H<sub>1</sub>: Porque sin los videojuegos la forma de expresión no sería igual y la imaginación pasaría a estar más apagada.

H<sub>3</sub>: Porque es lo mejor del mundo, sin ellos estuvieran aburridos todos los morritos del barrio.

H<sub>5</sub>: Porque vas haciendo la guerra con todo el mundo, y que hay nadie que te pueda ganar.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Mientras los adolescentes del segundo grupo (Y) argumentan:

M<sub>2</sub>: Nomás es una distracción, no te deja nada bueno.

M<sub>1</sub>: Hay cosas más interesantes por hacer que nomás estar jugando.

M<sub>5</sub>: Porque puedes tomar esas horas libres en hacer otras cosas importantes.

M<sub>6</sub>: No te pasa nada sin jugar videojuegos, porque no comes de ellos ni te dan nada para vivir, solo pura violencia.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Al discutir con ellos y ellas sus razones, las mujeres del grupo de estudio (Y), proyectan sus temores sobre la violencia explícita y los efectos nocivos, que pueden provocar en sus compañeros, presentes en palabras como “no dejan nada bueno”, “no dan nada para vivir”. De manera particular para el género femenino la categoría de “violencia” tiene una connotación profunda porque implica los valores negativos en los cuales se mueve la sociedad. Mientras la actitud beligerante en términos como “poderes”, “guerras” entre otras, constituyen el elemento reiterativo que los hombres rescatan en las series de este medio simbólico. Al contrastar estos puntos de vista, pude inferir cómo el primero de los bandos (X), ve en este

---

<sup>132</sup> En párrafos anteriores se afirma que los videojuegos se debaten entre posiciones antagónicas, porque precisamente en este medio audiovisual es donde se ha anclado el imaginario de lo bueno y lo malo de los medios. Estas posiciones rescatan, por un lado, los peligros de una realidad empedecida y, por el otro, la posibilidad de de una realidad agrandada.

medio, un recurso apropiado, un aliciente importante en su vida para pasar el tiempo y divertirse, porque de otra forma sus oportunidades y sus experiencias de entretenimiento se verían empobrecidas y sus experiencias estarían ausentes de sentido si no se contara con los videojuegos. Otra cuestión que es posible derivar de las expresiones, de los hombres, es que la vida sería desastrosa sin este medio, en un contexto plagado de actividades lúdicas pero de carácter electrónico. El segundo grupo, o sea las mujeres (Y), apunta a ideas relacionadas con la “influencia negativa” en la configuración del carácter y la cosmovisión de las personas, pero todo enmarcado en una tesis de índole psico-sociológica, al dar cuenta del imaginario adulto y considerarlos como dañinos para el desarrollo mental y emocional de sus compañeros. Desde los razonamientos de estos grupos (X y Y), los videojuegos encarnan con sus respectivas valoraciones lo mejor y lo peor para el entretenimiento. Nuevamente a manera de hipótesis se puede decir, que la serie de valoraciones positivas y negativas con relación a los videojuegos hacen evidentes las contradicciones en las que se mueve la sociedad alrededor de los avances tecnológicos, sobre todo los que se vinculan fundamentalmente con el entretenimiento.

### **Bueno... a la radio a veces se le pone atención**

La radio, al igual que otros medios simbólicos, tiene la particularidad de ser un medio de consumo individual y al mismo tiempo colectivo. Individual porque permite a los adolescentes consumidores escuchar para sí mismos, sin la interferencia de otros, los programas musicales más gustados, pero al mismo tiempo miles de jóvenes pueden estar atentos a la programación. La magia de la radio es su don de ubicuidad, por esta razón logra un consumo acrecentado en los adolescentes que la prefieren. Por otra parte, cuando se escucha la voz de alguien a quien no se ve y no se toca, hace que dicha impalpabilidad sea mágica, lo cual para estos adolescentes permite cierta relajación, sobre todo cuando el oyente escucha lo que quiere escuchar. La voz del locutor se mueve en esas dimensiones: extranjera y propia, es digna de atención, pero también no lo es. El adolescente radio-escucha está inmerso en ese imaginario de recrear esa voz o

bien de suprimirla, tan solo con mover un botón. Pero de manera particular, el tipo de canciones es la encargada de estimular los sentimientos de estos adolescentes al momento de sintonizar una emisión. Este grupo de adolescentes elige las canciones que espera escuchar y eso es, quizá, lo apasionante sobre todo para el género femenino. Al hacerlo acentúan sus emociones, descubren lo profundo de los sentimientos, se arrancan los suspiros.

Aquí lo interesante es conocer su punto de vista relacionado con la idea de si un joven puede vivir sin este medio o no. De los adolescentes entrevistados el 45% de los hombres considera que da lo mismo vivir con o sin la radio. En el caso contrario están las mujeres porque el 58% considera la imposibilidad de vivir sin este medio y para ello utilizan palabras como “ni pensarlo”, “ya no tendría con que relajarme” refiriéndose a qué les provocaría si la radio desapareciera. Al cruzar estas respuestas con el número de horas que a la semana escuchan radio se encuentra lo siguiente: 33 mujeres, esto es el 56% la oyen por más de 10 hrs. semanales y el 36% de los hombres están en la misma condición. Con base en estas cifras parece claro que ellas son las consumidoras más frecuentes de este recurso, pero ¿cuáles son sus razones para inclinarse en favor de la radio?:

Porque es el medio de comunicación que está en todas partes y si pasa algo importante y no hay luz ¿a qué recurriríamos?  
Ni pensarlo, vivir sin radio, pasan unas canciones tan bonitas que te hacen pensar y recordar cosas chidas.  
Porque ¿en dónde quedaría la música?  
Porque se ocupa mucho escuchar música o de la información que dan, aparte, si no tengo tele, ocupo la radio.  
Cuando estuviera sola y acostada, ya no tendría con que relajarme.  
[Entrevista]

De esta lista de opiniones desprendo lo siguiente: la música es el factor más importante por el cual consideran a este medio simbólico fundamental en sus vidas. Esta significación imaginaria la comparten también con la idea de ser un medio que ayuda a mantenerlas informadas. Sobre este último punto, se hace presente una diferencia con aquellos adolescentes del género masculino cuya posición fue a favor de este medio, porque ellos solo encuentran en la radio un



recurso para escuchar la música favorita, y no vinculan su importancia con el referente de la información. Esta es una diferencia cualitativa porque las mujeres tienen una preferencia por la radio no solo por lo musical, también porque en la programación existen contenidos de interés como se discutió en el apartado 6.3. En cualquier caso lo significativo en este renglón es que los adolescentes, particularmente estos jóvenes urbanos, se reconocen ligados a este medio a pesar de ser tradicional en nuestra cultura audiovisual. En otros términos, se puede apuntar que esta figura de considerarlos solo como sujetos visuales queda sin argumentos cuando descubrimos su afición por la radio.

### **Ahora ¿a quién le gusta la Internet?**

El despliegue de la Internet hace posible un mundo amplio de entretenimiento, instituyendo, entre otras cosas, una serie de cambios de diversión en los usuarios que los sacuden de los pies a la cabeza. La amplia gama que ofrece sustituye, en parte, formas tradicionales de invertir el tiempo libre y configura una serie de entretenimientos acordes a todas las edades. ¿Cómo se puede valorizar este recurso en la vida de los adolescentes entrevistados? Con base en sus comentarios puedo decir que ya no lo valorizan como algo accesorio sino como una parte consustancial de la experiencia vital, porque se está convirtiendo en un instrumento útil para habérselas con el mundo y sin duda creando nuevas dependencias como señala (Pérez, T. 2003). Su destino corre de la mano de la Internet; por ejemplo, es parte de su proyección ya que contribuye a la institución de nuevos valores sobre sí mismos y acerca de su realidad, además de ser un medio cómodo para la comunicación y la información. Si para ellos la Internet encarna un valor positivo con tanta fuerza, no parece quedar en duda que la escuela debería aprovechar toda su potencialidad.

La fuerza de su inmersión se manifiesta cuando al entrevistar al grupo de 76 adolescentes del género masculino, 40 de ellos mantienen su postura de no poder vivir sin la Internet, en el caso de las mujeres 26 de las 59 coinciden en esta posición. ¿Cuáles son sus argumentos? Los siguientes:

Porque hoy en día todo está basado en el Internet y es más práctico contar con él.

Porque ya es uno de los pasatiempos de hoy.

La gente es lo que busca, ahorita toda acude al Internet ya sea para diversión o para trabajo.

Porque se perdería un medio de información y sería muy difícil de informarte sin él. Si no lo hubiesen inventado tendríamos que buscar libros, y lo hicieron para evitar la fatiga de buscar.

[Entrevista]

Como se puede apreciar en sus respuestas, estos adolescentes buscan formas de divertirse, de encontrarse y ocuparse instituyendo formas que encarnan situaciones donde la Internet juega un elemento radical como modo primario para acceder a la información, se valora su importancia no solo para “la diversión” sino también para “el trabajo”. Esto me permite afirmar que la Internet se ha vuelto una cosa demasiado humana como para poder prescindir de ella. Esto lo confirmo cuando escucho sus expresiones que connotan el sentido que tiene en sus diferentes actividades cotidianas, pero de manera específica cuando están de acuerdo con el comentario de uno de sus compañeros: “Porque hoy en día todo está basado en el Internet”. Si esto se comprende así, entonces se está convirtiendo en una prolongación de la mente y del cuerpo, a tal grado que llega a encarnar una segunda vía de nuestro pensamiento y una tercera extremidad capaz de brindarnos cierto tipo de ayuda en el mundo que habitamos. Por eso, ante la pregunta: ¿a quién le gusta la Internet? encuentro respuestas que por otro lado me remiten a pensar este recurso ya no como un medio, sino como un fin en sí mismo, esto confirma la tesis de Pérez, T. (2003), de que la sociedad actual se las tiene que ver con la revolución de las nuevas tecnologías. Ciertamente, ya sea para el trabajo o el entretenimiento, para este grupo de jóvenes el mejor de los mundos posibles tiene que ver con la existencia de este medio<sup>133</sup>. Pero también 12 de ellos y 16 de ellas mantienen una postura contraria. Este grupo arguye lo siguiente:

---

<sup>133</sup> Y es que la Internet se convierte, a medida que pasa el tiempo, en un mundo seguro y al mismo tiempo anónimo, en el cual los adolescentes no adquieren mayor compromiso.

Puedes buscar información por otros lados, como puede ser en los libros.  
Hay muchos medios que te informan, no tan bien, pero te informan.  
Porque no es el único medio para sacar información entre otras cosas. Sí se puede vivir sin la Internet o a la mejor eso es lo que yo pienso, porque aquí en la escuela casi no se usa.  
Así estaríamos menos embobados en lo que es la computadora, en las películas, y así todo eso.  
[Entrevista]

Aquí observo que para este grupo existen otros recursos con amplias posibilidades para sustituir a la Internet; pero pude registrar en el grupo de discusión, que sus argumentos se deben principalmente a no ser usuarios frecuentes de este medio simbólico. En el caso de aquellos que manifiestan su interés por la Internet, se puede deber, en parte, a la invasión de este medio en la vida cotidiana y simboliza la posibilidad de poder tener una computadora en casa, y preferentemente en el cuarto, para poder estar en contacto con el mundo. En nuestro contexto no todos los hogares cuentan con él, por ello 66 de los 135 entrevistados comentan que les gustaría contar con la Internet en su domicilio, para consumo personal. Poseer una computadora, encarna, en el caso de los hombres, sus sueños de compartir y remodelar su imaginación. Y en el caso de las mujeres, contar con una computadora, también, constituye un sueño al que gracias al descenso de los precios pronto se “hará una realidad”.

Regreso finalmente a la pregunta de pensar un mundo posible sin medios, al respecto estos estudiantes mantienen la siguiente postura:

Mtro: Entonces ¿qué pensarían de repente si no hubiera Internet, no hubiera televisión, y no hubiera cine, radio?

M<sub>2</sub>: No me quiero ni imaginar.

H<sub>7</sub>: Lloro [risas].

H<sub>6</sub>: Tendría que leer a huevo los libros.

M<sub>7</sub>: Ya no sería fácil.

M<sub>8</sub>: Ya no tendríamos contacto.

M<sub>6</sub>: Todo sería más aburrido.

H<sub>6</sub>: No se podrían hacer trabajos difíciles y rápidos.

H<sub>4</sub>: Es que para todo está la fantasía, sin fantasía es imposible.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Como se observa, estos adolescentes apuestan a un mundo encapsulado en los medios audiovisuales. Tal vez, haber nacido en la época de la consolidación de las imágenes audiovisuales los lleve a sostener que el presente es imposible vivirlo sin ellas. El mundo no sería fácil, por ende “las cosas serían más difíciles”, “el mundo sería más aburrido”, tal vez, por eso lo aceptan como una extensión de ellos mismos. De esta forma, un imaginario radical se hace presente en los adolescentes: relacionarse y actuar con la realidad<sup>134</sup> es toda una aventura con estos recursos. Ahora viene una nueva interrogante ¿qué otras significaciones imaginarias están por trazarse a medida que son valoradas como algo natural en sus vidas? Esto no puede tener respuestas determinadas. Mientras tanto, como lo afirman, el presente no tiene sentido si no son testigos de este avance tecnológico, y ¿el futuro...?

Concluyo este capítulo reconociendo que este grupo de adolescentes, al igual que otros grupos sociales, no son personas invisibles ni asépticas, tienen su propia concepción de las cosas, crean el mundo donde viven, y lo hacen desde sus propios sentidos y significados, instituyendo sus propios entramados de-la-realidad. Me parece que esto queda de manifiesto después de escuchar sus expresiones y experiencias emanadas de su contacto con la cultura audiovisual. Es obvio señalar que este tipo de cultura le imprime un significado a su realidad; porque la encuentran por todos los espacios donde se mueven. A veces en unos con mayor intensidad que otros, pero me parece que sale a su encuentro en cualquier sitio. Uno se podría preguntar si valoran su vida como más complicada o más sencilla con los medios audiovisuales, ¿son tan propensos a ella! Pero finalmente las adolescencias consumidoras tienen sus propias respuestas, muchas veces contradictorias. Por esta razón, el consumo de las imágenes audiovisuales constituye una estructura vital que moldea y remodela su vida, sus imaginarios. Nada tiene en ellos y ellas una significación única, una expresión relacionada con los medios audiovisuales se recubre de múltiples significados, sus

---

<sup>134</sup> Es una apreciación que tiene relación con el *qué* y el *cómo* de la realidad en un sentido profundo, porque alude a prácticas, habilidades y valoraciones nunca precisas.

posiciones se hunden en la metáfora, en el sueño, en las invenciones, porque sus experiencias regresan al origen y se recrean en el presente. Los imaginarios que están creando tienen diferentes ropajes, a veces los colores son más intensos en ocasiones más opacos, pero se muestran y se recuperan sobre todo en los mitos.

## VII. LAS ADOLESCENCIAS, LOS SUEÑOS CON LA PANTALLA. RECREACIONES MÍTICAS

Los elementos simbólicos del pasado, con su dimensión creativa, entran a nuestro momento histórico pero con la significación que lo nuevo les da; lo antiguo se comprende a la luz de la actualidad, *i.e.*, dichos elementos del pasado son reinterpretados y remodelados en el presente, como sostiene Castoriadis, C. (2005b). Esta premisa central sirve para comprender cómo, gracias a la cultura audiovisual, se reactualizan algunos mitos, los cuales animan al colectivo social. Los mitos son orientadores de sentido, gracias a las significaciones sociales. Tienen un papel en la sociedad, al constituir parte de un sistema de interpretación, mediante el cual se recrea a sí misma y se mantiene unida. “No hay sociedad sin mito” dice Castoriadis, C. (2005b:71) y como plantea Barthes, R. (1957): “Notre société est le champ privilégié des significations mythiques” (p. 211)<sup>135</sup>. En esta dirección, el mito no puede ser ajeno a los grupos sociales modernos presentificando diversas orientaciones de sentido, uno de esos sentidos se encarna en el mensaje de las imágenes audiovisuales. Por tanto, el consumo audiovisual es un referente para dar cuenta cómo en nuestros días los mitos al volverse presentes nos recuerdan los grandes temas que han preocupado al hombre. La tendencia actual con respecto a los medios audiovisuales es mitificar lo siguiente: lo que no se ve no importa, no se conoce. Así como en la antigüedad, por ejemplo, no había sociedad sin Dios, actualmente algunos grupos sociales, son lo que son gracias al consumo audiovisual. De esta forma, las imágenes de la pantalla encarnan valores fundamentales de los consumidores y se convierten en una guía importante para referirse a los objetos reales y simbólicos del mundo que viven. Esto quiere decir, entre otras cosas, que los usuarios con estos valores

---

<sup>135</sup> En este mismo sentido está el planteamiento de Eliade, M.: “...los mitos incitan en realidad al hombre a crear, abren continuamente nuevas perspectivas a su espíritu de inventiva” (1999:137)

proyectan su mundo. Con el mito, por tanto, podemos conocer a los sujetos en la actualidad, qué piensan, cuáles son sus sueños y experiencias, cómo viven. Esto porque de acuerdo a mi argumentación, el mito constituye un vehículo fundamental para dar cuenta del imaginario efectivo. Por estas razones, consideré adecuado construir en este capítulo una serie de categorías relacionadas con el mito, porque al ser un sistema simbólico que configura la invención de una parte importante de las significaciones imaginarias de los adolescentes, era fundamental traer a la luz cómo los mitos subyacen en la profundidad de la *psique* social. De esta manera, las expresiones de las adolescencias sobre lo que representan los medios audiovisuales se simboliza, de alguna forma, en los mitos. El relato mítico viene a fundar una forma de acercarse al mundo que viven las adolescencias cuyo significado e interpretaciones se manifiestan al recurrir a palabras como: *efectos, suspenso, relajante, extraño, verídico, fantástico, peligro, alucinación, extraordinario, imitas, misiones, conectar, emocionante, acción, poderosos, fuerza, personajes extraños, realidad/verdad*. Estas palabras son enfáticas en los comentarios de los adolescentes que participaron en el estudio y su recurrencia es altamente significativa.

La importancia de las imágenes audiovisuales como recurso para acercarse y conocer a la realidad social cobra, entonces, nuevas significaciones en los tiempos actuales. Por esto, la vida social en el grupo de jóvenes entrevistados se articula a la importancia de estas imágenes traducidas en identidades, pasatiempos, estilos de vida, formas de ser y de actuar que le permite valorar su alrededor. Sin más preámbulos, dichas imágenes tienen un peso importante en este grupo de adolescentes, instituyendo significaciones imaginarias simbolizadas en el mito.

### **7.1. El mito de la alucinación**

Esta primera categoría –como figura mítica– se construyó tomando en cuenta las propiedades que connotan las expresiones que los adolescentes vierten sobre los medios audiovisuales y que se materializan en palabras como: “suspenso”, “fuera de lo normal”, “fantástico”, “fuerzas extraordinarias”, “fantasía”, “efectos”, “sueños”.

Estos conceptos resaltan la importancia de la “alucinación” que despierta el ritual que está detrás del consumo de los medios audiovisuales, tal y como se evidenció al momento de hacer el análisis del material. Desde la antigüedad, la sociedad ha intentado comprender algunas conductas y emociones de sus integrantes relacionándolas con experiencias muy particulares que no eran consideradas como *normales*. Estas experiencias eran provocadas por ingerir alguna sustancia, o bien por ser testigos de imágenes externas que los conectaban en un trance anímico llamado *trance alucinante*<sup>136</sup>. La alucinación es una experiencia a través de la cual se pretende penetrar en lo desconocido y establecer comunicación con lo incomunicable. Estas prácticas, antiquísimas, pretendían que los participantes se desconectaran del mundo real para *conectarse* con otra *realidad* buscando transgredir lo socialmente establecido, entregándose al misterio, al éxtasis, a la libertad ilimitada que combinaban imágenes extrañas y absurdas, pero que permitían experimentar experiencias internas profundas (Torrance, R.2006).

Dichas prácticas alucinógenas, por ejemplo, estaban presentes en algunos de los rituales<sup>137</sup> del chamanismo<sup>138</sup>, y uno de sus propósitos era lograr que los espectadores pasaran de una dimensión de consciencia a otra con gran rapidez, induciendo, como ya lo expresé, a estados de trance (Poveda, J.M.1997)<sup>139</sup>. Debo aclarar que el chamanismo ha tenido diferentes connotaciones desde la visión de la cultura occidental. Como explica Poveda, con este término se alude a ciertas prácticas tanto de las sociedades primitivas como de la sociedad contemporánea. Esto me lleva a argüir que al referirnos al chamanismo es pertinente situarlo en un contenido cultural específico. Pero, ¿cómo se percibe la realidad en las

---

<sup>136</sup> Me permito utilizar en este apartado el término trance como sinónimo de éxtasis, porque en sentido amplio me refiero a los procesos mediante los cuales una persona se trasporta a estados de consciencia diferentes a situaciones experimentadas en la vida común ordinaria.

<sup>137</sup> Tengamos presente que los rituales constituyen acciones repetitivas con marcado simbolismo en un pueblo determinado.

<sup>138</sup> Como argumenta Poveda, J.M. (1977), existen varias definiciones de chamanismo, pero entre las que presenta, retomo la manejada por Eliade, de considerar esta práctica como una técnica de éxtasis.

<sup>139</sup> Poveda, J.M. (1997), menciona lo siguiente: “Durante ese estado alterado de consciencia suele estar incrementada la percepción sensorial, las formas, los colores, sonidos y sensaciones; todo es más brillante, más nítido, con coloridos intensos y tonalidades nuevas” (p. 448)



sociedades canónicas independientemente del tiempo y la ubicación geográfica?  
En estas sociedades existe:

“...una cosmovisión según la cual el concepto de realidad básica no acaba en los objetos físicamente perceptibles, sino que se prolonga más allá, en esas dimensiones de la realidad donde habitan seres invisibles, poderes, espíritus o ánimas que actuarían con el mundo mundano y que con su acción configuran una u otra realidad empírica” (Poveda, J.M.1977:81).

Esto sería una característica común a cualquier práctica chamánica. Pero como el mismo Poveda argumenta los estados de modificación de consciencia también se pueden dar fuera de los sistemas culturales chamánicos. En este sentido, y retomando este argumento, puedo decir que así como el chamán y sus seguidores tienen sus oraciones, ceremonias y alabanzas que potencian sus sentidos, en estos tiempos la pantalla de los medios audiovisuales también invoca una serie de imágenes celebradas por los estudiantes consumidores como únicas, al intensificar sus emociones. Es decir se puede establecer cierto símil entre lo que provoca un trance alucinante chamánico y una pantalla, sin dejar de lado que son sistemas culturales diferentes, entre las que destaca el carácter religioso que se le atribuye al chamanismo y el poder y las facultades del chamán en la tribu, como es la atribución de curar ciertas enfermedades. La similitud radica, en este caso, en que ambas experiencias engendran cargas afectivas profundas.

De esta forma, como ya lo establecí, el propósito en este punto es rescatar algunas experiencias similares entre una práctica chamánica y la expectación audiovisual, las cuales pueden consistir en lo siguiente. Mientras el chamán puede pronunciar algunas palabras oraculares, como parte de la experiencia, el usuario de una máquina de Internet, recurre a una palabra mágica<sup>140</sup> encarnada en el password, para sumergirse en el subyugante mundo de la magia. Del mismo modo

---

<sup>140</sup> Me refiero aquí que cuando un X estudiante ingresa a la Internet, tiene su clave, la cual viene a ser la palabra mágica que permite la entrada al mundo de las imágenes.

que los rituales chamánicos provocan cierta entrega de los participantes y los hacen entrar en estados de inconsciencia, la pantalla provoca una especie de “suspense” como las adolescentes lo afirman, para trasladarlos a cierto grado de “alucinación”. Así como los adeptos del chamán hacen suyas las alabanzas y los cánticos en las ceremonias, para invocar el bien o para interpelar el mal, los usuarios de los medios audiovisuales se adhieren a sus tramas y se sienten “parte del grupo” al compartir fuerzas “extraordinarias” *i.e.*, sentimientos de éxtasis, ya sea de carácter sensual, ya de empatía, de miedo o de agresividad, mediante los cuales encuentran sentido y valoran lo que ven. Aquí es importante señalar que mientras las sensaciones emocionales de los espectadores de la pantalla se ven estimuladas por imágenes visuales y auditivas, gracias a las técnicas audiovisuales, las asociaciones emocionales de los participantes en las ceremonias del chamán también se ven estimuladas por asociaciones emocionales internas.<sup>141</sup>

Para iniciar sus travesías hacia el mundo de la “alucinación” la audiencia se sienta alrededor de la pantalla. Este ritual es un llamado a que los espectadores estén dispuestos a entrar en el viaje de lo “extraordinario”. En un primer momento se preparan para todo tipo de apariciones icónicas, lo hagan a solas o en compañía. A veces como dicen estos adolescentes con “el refresco y la botana” o cualquiera otra bebida que le da singularidad a la preparación de sentarse frente a la pantalla, lo cual es parte de lo simbólico<sup>142</sup>. En un segundo momento es la entrega a la narrativa audiovisual, la desconexión del mundo exterior, la experiencia intensa de vivir otro estado de consciencia. Aquí se “liberan las emociones” como ellos dicen y se adentran al mundo de las visiones y la ensoñación. Las imágenes de los medios audiovisuales los trasladan a otra dimensión, a otro mundo. En este trance

---

<sup>141</sup> En ambos casos, con sus respectivas diferencias, se ven interpelados por la disociación con el mundo ordinario. Entre los practicantes del chamanismo de manera permanente se vive una realidad ordinaria y una mágica, mientras que los espectadores de las imágenes audiovisuales al desconectarse de la pantalla regresan a su mundo ordinario, pero extrañando el mundo de la “fantasía”.

<sup>142</sup> Encuentro una similitud, con sus reservas desde luego, entre los nahualli aztecas, cuando consumían el peyote, pócima que servía de agente visionario en la celebración de sus rituales.

siguiendo sus palabras “se detiene el tiempo”, la realidad aumenta sus efectos visuales.

Aquí está el asunto: cuando estos adolescentes están en el segundo momento, buscan experimentar este tipo de situaciones excepcionales, sensaciones “fuera de lo normal”, que se disfrutan intensamente, porque encarnan nuevas experiencias. Aquí, el viaje se provoca por una intensa carga emotiva originada por estar frente a la pantalla y no por el consumo de brebajes o pócimas<sup>143</sup>. Los adolescentes consumidores están poseídos por las imágenes audiovisuales, como lo llegan a estar los asistentes a una ceremonia chamánica. Se identifican con ellas y atestiguan a su favor, son a la vez activos y pasivos de las tramas audiovisuales, sueñan y despiertan con ellas. Una hipótesis más, en este asunto, es que, así como los iniciados ingieren alguna sustancia para escapar de sus males y lograr su conecte, del mismo modo, cuando las adolescencias están frente a la pantalla, determinado número de horas, como los mismos entrevistados dicen estar, facilita o inhibe ciertas experiencias alucinantes traducidas en descargas emocionales que expresan en palabras como “alegría”, “peligro”, “suspenso”, “fuerza”. Como afirma Augé, M. (1988), el trance del chamán es un ascenso del hombre hacia los dioses, de forma semejante el trance alucinógeno de las imágenes audiovisuales lleva a estos adolescentes a “otras realidades”, es un viaje al mundo de “las fantasías” y “los sueños”<sup>144</sup>. Por esta razón puedo afirmar que la pantalla es la adivina de sus deseos, los personajes que crea se vuelven parte del mundo mítico, encarnan los poderes que ostenta el chamán. El simbolismo chamánico es suplantado por el simbolismo de la pantalla. De la misma manera que la experiencia del ritual chamánico es alucinante, la experiencia con los medios audiovisuales encarna el mundo de la alucinación

---

<sup>143</sup> Debo aclarar que no busco establecer un símil completo entre el trance alucinante que practica el chamán y lo que logran las pantallas. Solo pretendo llegar a ciertas analogías que sustentan mis hipótesis.

<sup>144</sup> “El sueño y no solo el sueño chamánico se describe y se concibe ciertamente las más de las veces como un viaje, pero al mismo tiempo, solo existe por la narración de que es objeto, el relato del sueño, primer relato de viaje (Augé, M. 1988:45)

porque transporta a otras realidades, como lo manejan estos adolescentes, se ausentan de las “cosas aburridas”, los trasladan a un mundo imaginario.

En este orden de ideas las imágenes audiovisuales fundan “la alucinación”. Por esta razón se puede afirmar que dichas imágenes se convierten en los nuevos alucinógenos de los adolescentes consumidores de la cultura audiovisual. Así como los antepasados, por ejemplo, buscaban en la magia una forma de alucinación, en la actualidad las adolescencias la evocan en las imágenes de sello audiovisual. Son la fuerza que los atrapa, en su mejor sentido, y los lleva a experimentar “otras experiencias”, como se observa en la siguiente deliberación.

Mtro: Ustedes que piensan de las imágenes.

H<sub>2</sub>: Hay muchas que te alucinan.

Mtro: ¿Alucinan?

M<sub>2</sub>: Mentes débiles, luego, luego...

H<sub>4</sub>: Son otras experiencias

H<sub>1</sub>: De hecho hay por ejemplo videos que tienen una advertencia, primero que si usted es este, no sé... una enfermedad en el corazón o algo, no vea lo siguiente, es impresionante, se pueden morir.

Mtro: ¿Pero por qué los alucinan?

M<sub>2</sub>: De hecho cuando terminas a veces, bueno a mí me ha pasado, que cuando a veces terminamos de ver alguna película de terror, al rato ya no queremos ir al baño porque pensamos que nos están siguiendo, que nos están viendo o... que nos van a matar o algo así.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

En esta discusión la palabra “alucinan” expresa el sentido que le otorgan a las imágenes, porque los llevan a experimentar “efectos” no comunes, haciendo surgir pensamientos extraños y vívidos. El “te alucinan” simboliza lo sobrenatural, por eso mismo los cautiva. Derivado de la fuerza expresiva a la que recurren se puede decir lo siguiente: 1) estos adolescentes hacen el ritual de sentarse frente a la pantalla, 2) se prestan a experimentar “lo extraordinario”, “la acción”, “el conocte” con las imágenes, 3) se sumergen en los trances alucinógenos surgidos por tramas visuales y auditivas: “es como estar en otro mundo”, “presentan otra realidades” dicen. Este ritual ¿acaso no remite, con sus respectivos énfasis a

rituales de la antigüedad como el chamanismo, las fiestas dionisiacas, plenas de frenesí?<sup>145</sup>

Las alucinaciones a partir de las imágenes audiovisuales permiten la creación de mundos donde los sujetos se vuelven objetos y los objetos sujetos, como lo sustenta Eliade, M. (1999); es decir son posibles por un lado transformaciones de lo humano y, por el otro, la superposición de realidades que los consumidores buscan para escapar de lo ordinario. Los adolescentes dicen con relación a lo visto en las pantallas lo siguiente:

Te muestran personajes que nunca existieron.  
Casi siempre es de matar o de estar en un mundo con monstruos y todo eso pues es otra cosa.  
Porque parece que estás dentro del juego y porque me presenta más fantasías.  
Cuando escojo un juego de aventura me gustaría realmente estarlo viviendo.  
Las mayorías son aliens, animales que hablan cosas muy fantásticas y son chidas.  
En los videojuegos existen algunas cosas distintas con personajes distintos, por ejemplo humanos interactuando con animales.  
Porque en algunos programas pasan cosas muy fuera de lo normal y son fantásticos.  
[Entrevista]

La expresión “cosas distintas con personajes distintos” indica cómo se simboliza el mundo de la pantalla, porque los sitúa en una atmósfera dionisiaca, como se observa en ésta y otras expresiones, encarnando emociones desbordantes en el frenesí de los colores que los hace enloquecer y embriagarse en la danza ritual de las imágenes de la pantalla. Este culto frenético desborda otras experiencias, transmutación de realidades que no obedecen a lo real ni a lo racional, “la mayorías son aliens” dice uno de ellos. Este tipo de iconicidad se mueve en dualidades: ausencia-presencia, distinto-idéntico, ficticio-real, racional-irracional, fantasía-normal, sueño-vigilia, alfa-omega. Las imágenes audiovisuales están

---

<sup>145</sup> Tengamos presente lo siguiente: “Dionisios libera todas las facultades simbólicas del hombre y las exalta hasta su límite” (Nicol, E. 2004:65)

inyectadas de cierta magia envolvente, como se infiere de la postura de nuestros adolescentes entrevistados, los transporta al mundo de la ensoñación, por eso salen al encuentro de las sensaciones ofrecidas por las pantallas<sup>146</sup>. Lo audiovisual acrecienta el éxtasis<sup>147</sup>, el universo de la fantasía, dando fuerza al simbolismo de la pantalla.

Es posible gracias a estas imágenes “que llaman la atención”, como este grupo de adolescentes comenta, ver exhibidos en las pantallas sus propias proyecciones (Castoriadis, C. 1998a) encarnadas en personajes y acciones que les enciende sus propias alucinaciones, como se observó en las expresiones del cuadro anterior, porque ahí se modifican las apariencias de las cosas, se trastocan los sueños y los recuerdos, como resultado, a su vez, de las alteraciones físicas y psicológicas de los personajes, por esos los trances que se viven como espectadores es continuidad y discontinuidad de imágenes fascinantes, vividas y sentidas fuera de lo verosímil. A través de los medios audiovisuales, los adolescentes espectadores creen posible “otra realidad”, “extraordinaria”, la cual es experimentada por los sentidos. Gracias a dichas experiencias *holotrópicas*<sup>148</sup> los usuarios se escapan, se ausentan para penetrar en “un juego de aventura” distinto en el que realmente están, espacio en el que imaginariamente actúan como si ahí estuvieran, exploran otro mundo “muy fuera de lo normal” que no es posible experimentar en el mundo real y cotidiano, siguiendo las ideas de Poveda, J.M. (1997). Esa alucinación colectiva tiene un anclaje sensorial preciso: es ilusorio y subjetivo. Pero aquí lo importante es apreciar cómo dicha alucinación es

---

<sup>146</sup> En este sentido creo conveniente fijar la postura de Maldonado, T. (1999) con relación a lo que representa el mundo virtual “...la idea de una realidad virtual entendida como fuga del mundo real (...) puede interpretarse como una fuga ascendente liberadora, hacia lo absoluto, sobre todo si esto se teoriza como algo que acaece mediante una “descorporalizada sensorialidad humana” (*disembodied human sensoria*), es decir, mediante una sensorialidad que las técnicas digitales avanzadas han hecho autónoma respecto del cuerpo” (p. 64)

<sup>147</sup> “El éxtasis es definido como un estado psicológico que se caracteriza por un sentimiento absorbente de admiración, alegría, de arrobamiento y, a veces de enajenación” (Poveda, J. M. 997:29)

<sup>148</sup> De acuerdo con Poveda, J.M. (1997), estas experiencias se fundamentan en aquello que está más allá del tiempo y del espacio, en los estados no ordinarios de consciencia. Poveda las relaciona también con terapias, pero me parece oportuno referirlas en este contexto a experiencias que “... permiten la catarsis desde un prisma transpersonal dando un sentido cósmico a nuestra existencia” (p. 458)

experimentada como real en los usuarios como se llega observar en sus comentarios. Porque encuentran, al menos temporalmente, mientras dura el asombro del viaje, al perder las fronteras de la realidad objetiva y crearse el trance alucinante, un mundo mágico en dichas alucinaciones provocadas por las imágenes. Se escapan de ese mundo cosificado, aburrido, para entrar a otro lleno de nuevas sensaciones: "monos volando", "imágenes bien diseñadas", "cosas sin rodeos" todo merced a la experiencia virtual.

Así como el chamán se encarga de provocar que los presentes escuchen voces o bien visualicen algún tipo de objetos, los medios se encargan de alterar las percepciones auditivas y visuales provocando con ello una serie de alucinaciones, creyendo que existen una serie de cosas cuando en realidad no es así. Ahora se miran una serie objetos, personas, colores y formas inexistentes gracias a las tramas (*muthos*) audiovisuales provocando en el espectador visiones fantásticas alterando su afectividad, como se puede constatar en las siguientes expresiones:

A mí me gusta ver imágenes de mis artistas favoritos y pues allí las veo bien chidas.  
Porque ahí lo dan todo, muertes, violencia, cosas sin rodeos.  
Por ejemplo los anuncios de cerveza y cigarros inducen a los jóvenes a que les llame la atención y son padres esos anuncios.  
Transmite celebridades como Madona.  
Las imágenes de violencia me gustan.  
Es un medio que te atrae y aparte las imágenes están bien diseñadas.  
A mí me gusta cuando salen monos volando.  
[Entrevista]

Como nos podemos dar cuenta, de alguna manera estas narrativas provocan algunos sentimientos de agrado, todo depende de las imágenes o bien de los personajes. Lo importante en este asunto, es cómo gracias a esas fantasías provocadas, se inscriben visiones acerca de la realidad social y mediante ellas, estos jóvenes organizan y canalizan sus comportamientos y actividades. Finalmente, gracias a este tipo de imágenes reconocen y sobrevaloran las creencias que tienen acerca de su mundo.

A medida que los adolescentes consumidores se vuelven más asiduos a la pantalla, se acentúan las expresiones emocionales, porque como lo señalan “es otra cosa”. El éxtasis es provocado, de esta manera, por imágenes sensuales y fosforescentes. Por consiguiente, para estar en el trance hay que sentarse alrededor de la pantalla y así desconectarse de lo exterior, en mayor o menor grado. El ritual en este grupo de usuarios inicia cuando se sientan frente a la brillantez de la pantalla y se entregan a la imagen hipnótica, la cual es lo suficientemente soportable para no dejar de hacerlo e intentarlo cada vez que sea posible, tal y como se da en el ritual chamánico, porque hay que recordar como los antiguos bailaban incansablemente mediante gritos y cantos. La figura mítica del éxtasis que sacudía a los antiguos se desplaza en la actualidad al frenesí de las imágenes audiovisuales, aunque desde luego, la diferencia está en que ahora es a través del sentido de la vista la manera en cómo se llega al estado de trance, en detrimento del olfato, el tacto y el gusto (Zamora, F. 2008). De esta manera se puede concluir afirmando que la pantalla es el nuevo chamán de la tribu.

## **7.2. El credo de las imágenes audiovisuales**

Las expresiones de los adolescentes, que surgieron en el grupo de discusión, derivaron en otra categoría que relaciono con el crédito que históricamente los grupos humanos le han dado a las imágenes –*El credo de las imágenes audiovisuales*. Es decir, del análisis de los datos textuales emerge el culto a las imágenes audiovisuales, aceptando que este culto ratificado por las adolescencias se sostiene en el papel que históricamente las imágenes visuales han jugado en la sociedad, desde luego la fe en las imágenes no es algo nuevo, tan solo adquiere significados diferentes en cada momento histórico. Como dice Másmela, C. (2006)<sup>149</sup> el culto a la imagen aparece en la filosofía platónica y posteriormente en

---

<sup>149</sup> “Platón no sólo da comienzo a la historia de la interpretación de la imagen, sino que traza al mismo tiempo los presupuestos para su comprensión moderna, porque muestra las condiciones de posibilidad del carácter representativo de la imagen, sobre la base de la pregunta por su naturaleza [...] además de constituir el primer momento de las diferentes concepciones de la imagen, es la fuente de su comprensión histórica y teórica”. ( pp. 38-39)



la religión tiene una nueva comprensión. En la religión<sup>150</sup>, principalmente la católica, la imagen visual ha constituido uno de los principales recursos para propagar su fe; sabedora del peso que un sistema de imágenes tiene en los creyentes, porque genera y suscita veneración, la iglesia no dudó en valerse de ella para incrementar su poder, como argumenta Eliade, M. (1999). Esta recurrencia cobró fuerza en la Edad Media y tenía como propósito: “ hacer su credo más inteligible y, por lo tanto, más accesible a una vasta de creyentes reales o potenciales, creyentes en su mayor parte privados de la posibilidad de leer los textos sagrados y escasamente accesibles a la predicación oral” (Maldonado, T.1999: 27).

Como atinadamente lo expresa este autor, había que convencer a los fieles, sobre todo a quienes no tenían otro medio de acercamiento a la fe religiosa. Casos de éstos se constatan en la historia, y así tenemos, por ejemplo, en nuestro contexto inmediato, que la conquista espiritual de México se logró finalmente por el uso iconográfico de la imagen de la virgen de Guadalupe por parte del grupo conquistador,<sup>151</sup> pero no se debe olvidar que el procedimiento utilizado fue superponer esta imagen a las imágenes de los mitos religiosos de los indígenas, como lo arguye Augé, M. (1998). La historia de la religión católica se ha de leer, en gran parte de Europa y América, como la historia del uso de las imágenes asociadas a los procesos de propagación y persuasión de la fe.

El lenguaje icónico ha tenido un papel preponderante en Occidente, como lo manifiestan Durand, G. (1964/2007) y Rojas, M. (2006), pero la narrativa icónica a partir de la segunda mitad del siglo XX se ha vuelto secular. A finales de este siglo

---

<sup>150</sup> En este punto Eliade, M. (1999), comenta de que manera el recurso de las imágenes desde las religiones más primitivas fue fundamental para los creyentes: “En una palabra: las experiencias religiosas privilegiadas, cuando se comunican por medio de una escenografía fantástica e impresionante, logran imponer a toda la comunidad modelos o fuentes de inspiración” (p.142)

<sup>151</sup> Sobre el particular Rojas, M. (2006), sostiene que: “Donde se manifiesta en forma patente la función ideológica de las imágenes y el arte es en los procesos de colonización de América” (p.332). Este punto de vista también lo sostiene Augé, M.: “El carácter fascinante de lo que llamaremos, para abreviar, la colonización jesuita es el hecho de que esa colonización pasa por la imagen. (...) Las imágenes católicas no sólo son recibidas por los indios, sino que son el objeto, mediante la pintura y la escultura, de adaptación, de creación, de recreación” (p. 37)

logra su culmen, gracias a las imágenes audiovisuales. Éstas vienen a constituir el “nuevo lenguaje” de la sociedad, porque gracias a ellas se logra comunicar y conocer el mundo. Para los consumidores se vuelven prodigiosas por su poder ilimitado, les permite situarse en lo siguiente: todo lo que se ve se cree, porque ofrecen una serie de significaciones mediante las cuales es posible trazar de nuevos sentidos al mundo, y en el caso de los adolescentes consumidores, esto es esencial, porque están en una etapa de la vida que se caracteriza por instituir sus propias interpretaciones. Aquí está precisamente esa vinculación entre la dramaturgia de las imágenes religiosas y la dramaturgia de las imágenes audiovisuales: se cree en ellas, porque representan y expresan de manera viva la fe que se tiene en ellas.

Continuado con mis reflexiones, a partir del medioevo, como lo plantea el mismo Maldonado, T. (1999), la iglesia influyó poderosamente en la cultura de la imagen en el Occidente. Desde entonces tiene una gran fuerza, sin importar idiomas y costumbres de los creyentes<sup>152</sup>. El manejo de rostros dolorosos y dulces, por ejemplo, en las imágenes religiosas, encarnan, entre otras cosas, una dimensión dramática del sufrimiento, recurso muy utilizado por la iglesia para recordar nuestra condición humana sin importar la raza ni la nacionalidad, simbolizando también el carácter espiritual de los creyentes. De esta manera, el peso de la imagen tiene un origen importante en la religión, y poco a poco incursiona en otros órdenes de la vida. Se ostenta así, en el siglo XX y en lo que va del XXI, como un recurso triunfante para dominar a los *fieles*, para darle sentido a la vida de los usuarios, pero ahora son nuevas imágenes: audiovisuales. Como se observa, hemos pasado del mito de la imagen religiosa al mito de la imagen audiovisual. El mundo de la visualidad cobra, entonces, una nueva resignificación, gracias a este tipo de imágenes provocando una transformación mental en la sociedad, porque ahora encarnan “lo nuevo”, “el color y el movimiento”, “lo chido”, “lo motivacional”, “lo bonito”. Lo significativo consiste en generar nuevas formas de ser y actuar al

---

<sup>152</sup> Porque, como dice Sartori, G. (2005), en una postura un tanto provocativa: “... la imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; como yo he dicho, se ve y es suficiente” ( p.39)

adorar imágenes volátiles, producto del gran credo hacia los medios. Si las imágenes religiosas buscaban producir efectos de identificación en los creyentes, las audiovisuales intentan de igual manera buscar que los espectadores se identifiquen, hagan suya esa recurrencia iconográfica, potenciando sus emociones afectivas y sus sueños, “porque parece que estás dentro del juego”, “es como que divertido”, “así quisieras vivirlo”, afirman los adolescentes entrevistados. La imagen visual se ha trastocado gracias a la técnica, y adquiere una nueva dimensión, suficiente para recuperar la magia que siempre ha tenido y despertar la imaginación de los consumidores. En ella los espectadores se identifican con los personajes presentados, como lo comenta este grupo de adolescentes; ahí se reflejan las proezas y los sueños que en la vida real no es posible lograr, pero que a través de la pantalla se vuelven imaginariamente posible tal y como se constata en expresiones como: “otro mundo, otra vida”, “suceden cosas que en la vida real son imposibles”, “porque hacen personajes o mundos que no existen”.

Este tipo de imágenes audiovisuales tienen una fuerza poderosa para creer en ellas y a los consumidores los *conectan* con el mundo de la *realidad* y la *verdad*. Tenemos entonces, desde estas reflexiones, que la explosión de los medios audiovisuales ha venido creando este tipo de imágenes, que de acuerdo a la opinión de los jóvenes entrevistados, resultan seductoras, porque se asocian, *e.g.*, a palabras como “lo erótico”, “lo atractivo” “la fantasía” “lo majestuoso” *i.e.*, a los sueños:

Transmiten desde violencia y pornografía, hasta lugares majestuosos y bellos que son pacíficos o también dibujos animados, todo ahí es muy atractivo. Anuncian imágenes atractivas y dicen a qué hora y canal, es más abierta. Hay muchachos que nada más están pensando en sexo y pueden recurrir al Internet, abrir una página y ver pornografía. En estos tiempos nos gusta más la violencia y en los videojuegos las encontramos. Las imágenes de violencia me gustan.  
[Entrevista]

Como se registra en estas expresiones las imágenes “transmiten” de todo, desde escenas violentas que pudieran resultar desagradables o agradables, hasta escenas cuyo contenido se encarnan en lo “muy atractivo”. Con base en estas opiniones puedo inferir que gracias a los medios audiovisuales, la fantasía de estos adolescentes se presentifica en sus imágenes. El ser humano de alguna manera mira hacia fuera para encontrar sentido a su interioridad, pero se viene dando una transmutación, porque hemos pasado de aquellas imágenes religiosas que reflejan el dolor y ternura a las que excitan e inscriben otro tipo de emociones. De las imágenes religiosas utilizadas por la iglesia pasamos a las imágenes seculares utilizadas por los medios audiovisuales recuperando afectos, estados de ánimo, empatía<sup>153</sup>. Sin embargo, éstas ofrecen amplias posibilidades de *explotación*, como los mismos consumidores lo observan, porque encarnan la excitación de nuevas fantasías las cuales son bienvenidas por estos adolescentes, razones por las cuales se vuelven devotos de ellas:

Mtro: ¿Y cómo son para ustedes las imágenes de las pantallas?

Todos: Están en movimiento.

M<sub>2</sub>: Se mueven.

H<sub>3</sub>: A mí se me hacen como más desarrolladas.

M<sub>1</sub>: Más motivacional.

M<sub>2</sub>: Algunas son a color.

M<sub>1</sub>: Hay más fantasía.

H<sub>1</sub>: Tiene más componentes tecnológicos y proyectan más realistas las cosas.

H<sub>2</sub>: A veces duramos, bueno yo, yo no sé los demás, este, hay en la Internet unas imágenes bien padres que a veces yo me tardo viendo una hasta quince minutos

---

<sup>153</sup> Para Augé, M. 1998, la circulación de las imágenes ya no es igual, porque: “ahora se reciben las imágenes de manera más pasiva, a través de las pantallas, y de manera más solitaria” (p.37).

la verdad, o sea son imágenes, por ejemplo, ilusiones ópticas, cosas por el estilo, yo veo y a veces me tardo hasta quince minutos viendo el por qué esa imagen se mueve.

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Como vemos la idolatría por estas imágenes depende de la pantalla. Ésta es *la gran madre*, preocupada por los consumidores, por estas razones se ha logrado posicionar entre los usuarios a tal grado que este mundo no es posible sin su gran manto. Se dimensiona la mistificación de la pantalla, porque constituyen una forma de trascender los límites geográficos y temporales, *i.e.*, nuestra condición humana encuentra un recurso para resolver nuestras limitaciones, por eso la reverencia hacia la pantalla, *todopoderosa*, igual que cuando los creyentes asisten a los rituales para adorar las imágenes religiosas porque ellas encarnan el poder. Son “más desarrolladas”, “más motivacionales”, “están en movimiento” expresan los adolescentes del estudio. De esta forma, el acto litúrgico de los colores y los sonidos audiovisuales sustituye, en parte, el gusto tradicional por las imágenes rígidas, ahora tienen un fuerte impacto aquéllas que recurren a todo tipo de técnica imponiendo nuevas fuentes de inspiración e incitando a nuevos grados de elevación. El consumo de las imágenes audiovisuales está logrando superar los límites del hombre y encarna los sueños del futuro. Conforme el tiempo pasa las personas viven más vinculadas a dichas imágenes, porque les ofrecen muchas posibilidades de conocer el mundo, lo cual las hace ser profundamente religiosas porque se cree en ellas. Por esta razón, desde la argumentación que vengo sosteniendo, puedo señalar que las imágenes de la pantalla reactualizan el mito de *la adoración*. Así como el mito de las imágenes religiosas respondía a las necesidades de los fieles, de tener algo en que creer, en la actualidad esta necesidad se traslada a las imágenes audiovisuales porque “proyectan más realistas las cosas” afirma este grupo de estudiantes. Puedo decir, entonces, que estas imágenes conducen a los consumidores en el plano de lo imaginario a una trascendencia infinita, en este empeño por transitar a otras realidades.

Pero además, los medios audiovisuales ponen su acento para convencer a los consumidores de que no podemos vivir sin una cultura de este tipo de imágenes.

Su victoria, porque no podemos dejar de reconocerla, se finca en el hechizo que despierta, esto se evidencia en los comentarios escritos de los adolescentes entrevistados, por eso no se puede dudar de la resignificación que está cobrando en los tiempos actuales, tal y como se sintetiza en el siguiente fragmento.

M<sub>8</sub>: Que si de repente no hubiera Internet sería un problema... este.

Mtro: ¿Pueden vivir sin la Internet?

Todos: ¡No!

Mtro: ¿Por qué, para qué lo usan?

H<sub>7</sub>: Ver videos.

H<sub>6</sub>: Imágenes.

H<sub>4</sub>: escuchar música.

H<sub>2</sub>: Jugar.

H<sub>1</sub>: Para todo.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

De esta manera, al analizar sus expresiones, se puede decir que las imágenes audiovisuales remarcan su naturaleza conectada con la vida cotidiana de los adolescentes, cumplen ese papel mítico que cualquier tipo de imagen ha tenido para dar cuenta de aquello que es fundamental en la sociedad. Las imágenes audiovisuales en mayor o menor medida acompañan a los grupos humanos, están ahí, en toda transformación que éstos viven. ¡Una sociedad sin imágenes audiovisuales no puede existir! Es algo presente en lo imaginario de estos adolescentes y muestra de alguna forma la idolatría de nuestra sociedad actual por la visualidad y que encarna la convicción de creer en algo más allá. Gracias a las experiencias de estos adolescentes consumidores estamos en los albores de una nueva clave definitiva para comprender la realidad, como en otros tiempos, lo fue por ejemplo la Revolución Industrial la cual nos trastocó de la cabeza a los pies. Los nuevos imaginarios que inscriben las imágenes de los medios audiovisuales se recrean en estos nuevos mitos alrededor del mundo de la cibercultura. ¿Con los medios audiovisuales? ¿Sin ellos? Mejor con los medios, dicen los adolescentes al discutir este punto: “Sin ellos no se puede vivir”, los necesitan “para todo” y también creen en ellos. La imagen audiovisual cuenta con sus nuevos fieles, la veneración por ella es confirmada con sus posiciones.

En este mismo orden de cosas, subrayo cómo el mito por la imagen religiosa se ha venido transformando en un mito por la imagen audiovisual. Esta era de la visualidad recurre a los mitos de los personajes bíblicos para atraer a los consumidores, y en ocasiones llegan a utilizar los mismos nombres y las tramas misteriosas de su vida para hacer más atractiva la narrativa visual. En el fondo se reactualizan los contenidos mitológicos: personajes buenos, malos, con fuerza, frágiles, poderosos. Cuando los estudiantes que participaron en el estudio establecen un valor positivo o negativo por las imágenes audiovisuales, es porque preservan la importancia que éstas han tenido en la vida del hombre. Pero aún más la fascinación por estas imágenes es la búsqueda de la trascendencia misma, como ya lo mencioné, no para ser una persona distinta, sino para llegar a ser una persona transformada. ¡Bienaventurado sea el credo visual!

Por otra parte, las imágenes de los medios encarnan el mito de la posmodernidad, ocupan, de alguna forma, el lugar de los mitos religiosos; gracias a su apropiación fundan la identidad global y colectiva de los consumidores instituyendo un nuevo mito fundador. En mi opinión, detrás de este mito está el argumento, precisamente, de que el mundo sin este tipo de imágenes sería aséptico. Estos adolescentes son la generación de la metamorfosis y la transformación porque como “todo ha cambiado”, entonces la narrativa icónica de los medios es la encargada de introducirlos hacia los sueños del futuro, ¿cuál futuro? Aquél donde se funda el nuevo punto de partida: hay que creer suficientemente en las imágenes audiovisuales, porque ellas se encargan de situarnos en el mundo, a tal grado que, valga la expresión, sin ellas el universo se tornará oscuro. El dicho *ver para creer*, encarna una connotación especial en los humanos, porque revela la necesidad del *ver*, como lo sustenta Aumont, J. (1992).<sup>154</sup> Esta necesidad se ha visto impulsada por las imágenes audiovisuales al satisfacer en los usuarios adolescentes el deseo de *ver*, y se convierte en un fin en sí mismo, porque gracias a las imágenes se vuelve creíble y posible la comprensión de la realidad.

---

<sup>154</sup> Para Aumont, J. (1992), esta necesidad de mirar se manifiesta como una pulsión escópica, concepto que retoma de Lacan para ilustrar cómo las imágenes dan alimento al ojo para satisfacer esa pulsión.

Finalmente, señalo que en la dimensión imaginaria se está logrando fundar la idea de que el mundo no puede ser ajeno a las imágenes, de esta forma los adolescentes consumidores recrean el mito de la fuerza de la imagen, ¿acaso debemos desconocer el tiempo-horas que invierten en estar frente a los medios? No se podría. Este es un hecho y, como tal, solo queda aceptarlo. Esto se explica por el número de horas que diariamente invierten en estar sentados frente a la pantalla.

### **7.3. El mito de la fuerza y el poder**

Las reflexiones sobre la fuerza que las imágenes audiovisuales tienen en las adolescencias, evidenció la pertinencia de construir una categoría relacionada precisamente con la construcción mítica que los consumidores están instituyendo alrededor de la pantalla. Esta figura mítica –*El mito de la fuerza y el poder*– fue posible porque, para las adolescencias, las imágenes audiovisuales encarnan la simbolización de que sí es posible, en el plano de lo imaginario, merced a la pantalla, lograr hazañas que están encarnadas por personajes mediáticos que presentan atributos similares a los héroes míticos, ya que el sueño de contar con fuerza y poder es algo característico de la naturaleza humana. Desde la antigüedad<sup>155</sup>, las sociedades buscaron personajes con capacidades suficientes para ayudarlos en sus tareas, pero también tenían el significado de encarnar la fuerza y el poder que los humanos no tenemos<sup>156</sup>. El mito surge, entre otras cosas, porque dichos héroes tienen una tarea central en las sociedades y son venerados por lo que pueden hacer<sup>157</sup>. De alguna manera dan cuenta de la fragilidad de los mortales, pero, por otro lado, encarnan el sueño de alcanzar

---

<sup>155</sup> Debemos tener presente que muchos de los dioses en los panteones de las sociedades antiguas, como la griega y la azteca por ejemplo, se caracterizan precisamente por tener esas fuerzas y poderes que buscaban para poder combatir a las fuerzas de la naturaleza.

<sup>156</sup> No olvidar que los seres humanos nos caracterizamos por nuestra fragilidad para tolerar los avatares del mundo, y por nuestra incapacidad para aceptar sin condiciones la fuerza de la naturaleza.

<sup>157</sup> Conviene recordar las hazañas realizadas por héroes míticos como Perseo que lucha y destruye a la Medusa y a Teseo que hace lo mismo con el Minotauro.



fuerza y poder para dominar la naturaleza. Este es el misterio que los rodea y por eso su fascinación. El mito por la fuerza de estos héroes y heroínas, o semidioses, se reactualiza en cada momento histórico, como sostiene Nicol, E. (2004)<sup>158</sup>. De cierta forma, en estos tiempos el culto por grandes figuras con el suficiente poder para recordar a los humanos de su fuerza, se presentifica en los personajes mediáticos. Conforme los medios audiovisuales han tomado su lugar en la cultura de la sociedad actual, sus imágenes recurren a personajes con suficiente fuerza para subyugar a los espectadores. Como ya lo expresé, a finales del siglo XX y en lo que va del XXI las imágenes de las pantallas se han convertido en un medio para relacionar a los hombres entre sí, de compartir ensoñaciones y mitos.<sup>159</sup> De esta manera, los hombres han visto en los ídolos a los personajes que, independientemente de los pueblos y los tiempos, comparten simbolismos e imaginaciones con ciertas constantes. Así vemos pasar en la historia de la humanidad personajes como Prometeo, Aquiles, Sansón, Cuauhtémoc que encarnan la virtud del héroe, el símbolo de la fuerza y el poder. En mi opinión, en la actualidad estamos ante un simbolismo similar, porque como dice Papalini, A. (2006), los medios audiovisuales crean vidas extrañas, absurdas y ajenas, encarnadas, en *personajes modernos*, donde se observan algunas características corporales que no tenemos los humanos, pero sin embargo recuerdan a los héroes de la antigüedad. Algunos de ellos “salvan al mundo” expresan los adolescentes entrevistados. Estos personajes, con sus propias naturalezas, connotan precisamente poderes sobrenaturales míticos.

La fascinación por los nuevos héroes, como Superman<sup>160</sup>, El hombre araña, Batman, Spiderman, se da, por tanto, al ser espectadores o experimentadores, de sus poderes; son hombres máquinas, excepcionales, como escribe Eliade, M.

---

<sup>158</sup> “Los héroes y titanes excesivos pertenecen al pasado, pero mantienen una presencia encubierta, latente” (Nicol, E. 2004:66)

<sup>159</sup> Durand, G. (1964/2007), por ejemplo dice lo siguiente: “la razón y la ciencia solo vinculan a los hombres con las cosas, pero lo que une a los hombres entre sí, en el humilde nivel de las dichas y las penas cotidianas de la especie humana, es esta representación afectiva por ser vivida, que constituye el reino de las imágenes.” (p.133)

<sup>160</sup> “Si se va al fondo de las cosas, el mito de Superman satisface las nostalgias secretas del hombre moderno que, sabiéndose frustrado y limitado, sueña con revelarse un día como un personaje excepcional, como un héroe” (Eliade, M. 2000:158)

(2000), con suficientes poderes para despertar la admiración de los adolescentes consumidores de imágenes audiovisuales que, alucinados por su espectacularización, son seducidos por sus grandes hazañas y por sus odiseas, al luchar contra los males atacantes de la humanidad. En cierta medida estos personajes son simbolizados por el cyborg<sup>161</sup>, el cual "...asume el mandato social más alto en cuanto a niveles de fuerza, belleza, capacidades físicas y mentales". (Papalini, A. 2006:156). Por esta razón algunos espectadores encuentran nuevas perspectivas de autoexperiencia, porque gracias a la fuerza de esos héroes, mostrada principalmente por sus capacidades corporales, rompen con su vida ordinaria, para penetrar en lo *extraordinario*. Las pruebas a las que son sometidos los héroes míticos, de varias culturas, de las cuales salen victoriosos, simbolizan la consecución de poderes sobrenaturales, transforman la sociedad y la ayudan a combatir el sufrimiento que la aqueja. Así, en las pantallas los adolescentes encuentran personajes con estos poderes, que encarnan el mito de recurrir a alguien que sí puede hacer aquello imposible de realizar por el humano común y por poseer esas cualidades físicas y mentales por las cuales es reconocido y honrado. Desde esta perspectiva, el cyborg, ataviado por su inmortalidad, simboliza esta búsqueda de trascendencia a la que aspiran los humanos, afirma, además, el deseo por superar los límites de nuestra fragilidad humana. El cyborg encarna, por otra parte, la ensoñación del hombre de mejorar sus capacidades físicas, y en este sentido no es diferente de este deseo siempre presente en la humanidad, como lo dicen nuestros adolescentes:

Mtro: Entonces que es un cyborg...

M<sub>7</sub>: Este... es un personaje que sacan en la televisión, donde ellos tienen mucha fuerza.

H<sub>2</sub>: El hombre es fuerte, entonces intentan presentar un hombre así fuerte, poderoso.

H<sub>1</sub>: Tienen componentes.

M<sub>2</sub>: Ajá.

---

<sup>161</sup> El cyborg encarna el nuevo mito de los héroes poderosos que hacen alusión a una situación cósmica como cualquier otro héroe de la antigüedad: "Todos los mitos y leyendas que aluden a tributos, monstruos y héroes victoriosos exponen a la vez una situación cósmica [...] social [...] y psicológica colectiva o individual." Cirlot, J. E. 2004:313)

H<sub>4</sub>: Mecánicos.

M<sub>3</sub>: Hay más tecnología.

M<sub>2</sub>: Tienen fuerzas extraordinarias.

M<sub>4</sub>: Son superhéroes.

Mtro: Se identifican con ellos...

M<sub>1</sub>: Más que nada los que sobresalen de los normales, porque todos quisieran llamar la atención.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Con base en lo que expresan puedo decir que el imaginario en este grupo de adolescentes funda la posibilidad de que sí puedan existir otros personajes, con más fuerza y poder; estos héroes encarna imaginariamente el logro de contar con cierta dosis de inmortalidad, atributo que no tenemos los humanos; pero con una característica más, estos personajes mediáticos son creados a la medida de los tiempos actuales. Por esta razón arguyo que estamos ante el mito de nuevos personajes que diluyen la realidad y nos recuerdan la posibilidad de encontrar formas paralelas de vida humana, pero donde el mito de la fuerza y el poder siguen presentes en el imaginario social. Esto se evidencia en términos como: “fuerzas extraordinarias” “superhéroes”, “poderosos” y “fuertes”. Estos personajes mitificados “tienen otra forma de pensar” comentan los adolescentes, pero en ocasiones representan al héroe bueno, al que es capaz de defender al pueblo de los desastres, enfermedades o fuerzas malignas.

Estamos llegando a una época donde otras vidas paralelas pueden tener lugar, a un exacerbado arcaísmo que caracteriza a la posmodernidad como dice Maffesoli, M (2002), a una tercera naturaleza con la suficiente energía para dominar, todavía más, al mundo. Surge una pregunta, ¿es por esto que nuestros adolescentes consumidores se sienten atraídos por programas y filmes de ficción, donde los personajes desbordan poder? Esta interrogante puede tener la siguiente respuesta: históricamente ha existido un deseo de que aparentemente somos más poderosos de lo que somos, si es que lo somos, y ese sueño está relacionado con una necesidad que se ancla al pasado, se hace presente y se extiende al futuro, y

la virtualidad de los medios se encarga de alimentar esa ilusión: el mito de llegar a ser todopoderosos, como se registra en los siguientes comentarios:

Mtro.: ¿Y cómo ven en el futuro?

H<sub>6</sub>: Pues... habrá puros robots.

H<sub>7</sub>: Gokú.

H<sub>6</sub>: Terminator.

M<sub>6</sub>: Más poderosos.

H<sub>8</sub>: La tecnología cambia y todo.

M<sub>8</sub>: Sí cambia.

H<sub>7</sub>: Antes no se imaginaban, antes tampoco se imaginaban que iban a haber misiles dirigidos por chip, y ahora ya pueden dirigirlos, debes o... antes tenían que llevar los camiones para los misiles a la parte donde querían lanzarlo, y lo tenían que lanzar allá, y ahorita ya pos... los pueden lanzar desde el otro lado del mundo, y llegan hasta el objetivo.

H<sub>6</sub>: En realidad van a mandar soldados cyborgs.

Mtro: Entonces ¿creen que en el futuro habrá personas cyborgs?

H<sub>7</sub>: Yo pienso que sí, la clonación de humanos.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

De sus expresiones puedo inferir, de alguna manera, que el poder y la fuerza se asumen por estos adolescentes como las capacidades para llegar a dominar nuestras propias debilidades, es un resistir a nosotros mismos para lograr ser como los héroes mitológicos. Este imaginario muestra una clara señal de la vitalidad que caracteriza las sociedades, vía los medios audiovisuales; en estos personajes está la reminiscencia, el retorno a lo arcaico que constituye una señal de vitalismo como dice Maffesoli, M. (2002). Los héroes encarnan una potestad superior a nuestra condición humana, por eso son creados históricamente por la sociedad, son parte de sus instituciones, simbolizan la victoria sobre nuestras debilidades<sup>162</sup>. Por tanto, para los adolescentes este retorno arcaico se hace posible merced a las series que presentifican el deseo de encontrar personajes lo suficientemente *fuertes*, como lo arguyen:

M<sub>3</sub>: Tienen una fuerza incomparable con todo lo que...alguien normal...que difícilmente te puedes competir, no le puedes ganar, muy demasiado fuertes.

Mtro: ¿Están de acuerdo?

---

<sup>162</sup> Sobre este punto existe una idea de Eliade, M. (2000), muy pertinente: "...el hombre es lo que es hoy, un ser mortal, sexuado y cultural, a consecuencia de las intervenciones de los seres sobrenaturales" (p.17)

Todos: Sí.  
H<sub>2</sub>: Muy poderosos.  
(Gpo. de discusión 11-04-08)

El poder y la fuerza que ostentan los personajes de los medios audiovisuales encarnan un *modo de acción*.<sup>163</sup> Pero quiero insistir en este punto, que no es propiamente sobre los Otros, aunque no se descarta, sino sobre sí mismos, porque ahora se puede llegar a ser capaz de lograr grandes hazañas para perpetuar la vida, evitar el sufrimiento, dar forma a la inmortalidad. La cultura de lo heroico propia del mundo moderno, externa Maffesoli, M. (2002), se basa en una visión del individuo como amo de sí mismo, con capacidad de dominarse y dominar a la naturaleza. Si en la antigüedad la lanza, la serpiente y la lechuza por ejemplo, significaban la fuerza de un dios o un héroe, me parece que hoy esos símbolos son sustituidos por los rayos de luces, por el resplandor de las espadas de los personajes presentados por la pantalla.

#### **7.4. La alegoría de la caverna**

Las interrogantes que continuamente realicé al material textual me llevaron a descubrir la fuerza que en la búsqueda de conocimiento encarnan los medios audiovisuales, sobre todo la Internet. Las reflexiones me permitieron construir el mito de lo que simboliza la pantalla para llegar a conocer todo aquello que nuestros sentidos actualmente no hacen posible. Esta categoría –*La alegoría de la caverna*– sigue el énfasis expresivo de las palabras de los adolescentes que participaron en la investigación y las relaciono con el mito de la caverna de Platón<sup>164</sup> que representa uno de los pasajes más controvertidos utilizados por el hombre para explicar qué y cómo se conoce la realidad. Brevemente expongo el contenido: los seres humanos viven en las profundidades de una cueva, encadenados, lo cual les hace creer que la única realidad posible de conocer es la

---

<sup>163</sup> Esta es una categoría utilizada por Foucault, M. para referirse a cómo se ejerce el poder de unos sobre otros. En mis reflexiones me refiero a un modo de acción sobre sí mismo, porque es lo que despierta en los adolescentes consumidores al alabar los personajes de las imágenes audiovisuales.

<sup>164</sup> Este pasaje mítico lo encontramos en el Libro VII de la República.

sombra proyectada por las cosas que suceden a espaldas de los prisioneros. Sin embargo, uno de ellos logra liberarse y sube por el camino escarpado que conduce hacia la salida de la caverna. Al encontrarse fuera, su mirada se topa con la luz del sol, lo cual resulta ser doloroso para este hombre, porque se debe acostumbrar a su resplandor, esto resulta ser traumático porque se enfrenta a una realidad diferente a la que vivía entre las sombras. El sol le permite conocer realmente cómo son las cosas y salir del engaño en que se encontraba. Así, una vez lograda esta hazaña puede bajar nuevamente a la caverna y decirles sus compañeros qué es posible conocer otra realidad.

El viaje, de uno de los presos en la cueva platónica, de la oscuridad hacia la luz, simboliza la idea de esa búsqueda intensa por conocer la verdad de las cosas. La travesía tiene el significado propio de nuestra naturaleza humana de transitar de un estado del conocimiento a otro. El simbolismo alegórico de la caverna platónica, hoy puede relacionarse con lo encarnado por los medios audiovisuales. Éstos actualizan interrogantes presentes ya en la religión, ya en la filosofía, con relación a saber si lo que conocemos a través de los sentidos es la verdadera realidad o si existe otra más allá del mundo sensible. Este mito recrea el argumento platónico de que vivir atado a los sentidos es vivir con las vendas de la ignorancia. Si es así, se vive anclado a las sombras, producto del error y de la ilusión. Esta idea aparece en el libro VII de la República, (1986), por ejemplo Sócrates le dice a Glaucón: “¿Y que los prisioneros no tendrían por real otra cosa que las sombras de los objetos artificiales transportados?” (p. 339).

Si estoy en lo correcto, el imaginario de que hay otra realidad más allá, está presente cuando los adolescentes consumidores opinan que los medios audiovisuales presentan las cosas que sólo a través de las pantallas pueden conocer:

En el Internet hallas de todo lo que quieras saber, desde lo básico hasta lo imposible.

En la televisión pasan cosas importantes como los huracanes, cosas que sólo ahí puedes ver, nos previene de que sepamos si va a pasar o no.

Algunas veces encuentras cosas más claras que en otros lados.

Porque ahora sólo ahí encontramos lo que deseamos saber.

Busco lo que quiero y lo encuentro con gran facilidad y es mejor que otros instrumentos.

[Entrevista]

Como se observa en sus expresiones, los medios audiovisuales ocupan el lugar del *sol platónico*, ahora estos medios rigen el mundo, alumbran, sacan de la ignorancia, abren los ojos de quienes están frente a la pantalla, porque presentan otras realidades que están más allá de lo que habitualmente ven. Lo anterior se puede inferir de palabras utilizadas por estos adolescentes que resumen lo siguiente: “solo ahí lo puedes ver”, “está todo lo que quieres saber”, “cosas más claras”. Por tanto, vivir ajeno a las imágenes audiovisuales es vivir en las sombras, este es el mito que se recupera y se reactualiza. Por esta razón, los medios audiovisuales avivan las significaciones imaginarias que indican la imposibilidad de existir sin ellos. Los adolescentes se encuentran con la existencia de dos tipos de conocimiento acerca de la realidad, el que ordinariamente tienen y el manejado por los medios audiovisuales, tienen un pie en una dimensión y en otra, tratando de salir de A para entrar a B, lo cual todavía no acaban de resolver plenamente, pero están en condiciones de lograrlo si se vuelven, por ejemplo, asiduos internautas. Resulta pertinente afirmar, a partir de las posiciones de los estudiantes, que son dos realidades ontológicas, pero una de ellas tiene supremacía sobre la otra, en este caso me doy cuenta que la realidad presentada por los medios alcanza un valor diferente en los jóvenes consumidores, y si esto se acepta, entonces estamos frente a un dualismo epistemológico, porque reconocemos dos formas de conocimiento siguiendo la argumentación platónica: (1) uno de ellos es el conocimiento *dóxico*, *i.e.*, ilusorio, engañoso y (2) otro conocimiento verdadero, la *episteme*, lo cierto. Lo paradójico en este caso es que para las adolescencias los medios logran encarnar el segundo a pesar de su transitoriedad, y sobre todo pueden reducir el primero de ellos si son capaces de

dominar cada vez más, y acostumbrarse, a la travesía electrónica. El siguiente párrafo puede dar cuenta de esta posición:

Mtro. A ver ¿pero por qué creen sus compañeros que la información de la Internet y la televisión es cierta?

M<sub>1</sub>: Porque es confiable.

H<sub>2</sub>: Que creen en todo lo que ven.

M<sub>2</sub>: Como algunas personas que ya conocen las páginas que dicen la verdad.

M<sub>1</sub>: Porque ellos no, o sea, no dudan, no dudan que la información del Internet y la tele es cierta.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

A partir de ciertas expresiones ejemplificadas por este texto tenemos, entonces, que la pantalla encarna ser la reina del saber, señal del dominio cognoscitivo prevaleciente en el mito racional de nuestros tiempos que presentifica el *mathema* platónico. ¿Para qué buscar en otro lado si enfrente está ella como medio capaz de proporcionar la verdad? ¿Acaso esta idea no es semejante a la planteada por Platón en su dialogo con Glaucón?

“...en todo caso, lo que a mí me parece es que lo que dentro de lo cognoscible se ve al final, y con dificultad, es la Ideal del Bien. Una vez percibida, ha de concluirse que es la causa de todas las cosas rectas y bellas, que en el ámbito inteligible es señora y productora de la verdad y de la inteligencia, y que es necesario tenerla en vista para poder obrar con sabiduría tanto en lo privado como en lo público”(Platón, 1992:342)

Siguiendo una línea de interpretación de la alegoría platónica, es posible argüir que el mundo real y verdadero, (*episteme*), para los adolescentes asiduos a la pantalla, no es lo ordinariamente visto, es tan sólo apariencia, porque la esencia de la realidad está en otro lado, por eso deben emprender el viaje para lograrlo. Y esta travesía se debe emprender imaginariamente en las pantallas, travesía que significa búsqueda. Por lo mismo, estos adolescentes se valen de la pantalla, porque desde sus razonamientos ésta es más precisa, más atractiva, intensamente novedosa, eficaz y rápida para encontrar el conocimiento, ella es “la productora de la verdad” si se me permite utilizar esta expresión platónica. Y el adolescente consumidor de imágenes audiovisuales, encarna el viajero incansable, inquieto por encontrar siempre algo diferente, “para transportarme a



otro mundo para vivir mejor”, dice uno de ellos. Quizá por esta razón, los adolescentes usuarios descubren, cómo la pantalla, particularmente la referida a la Internet, es un medio particularmente importante para invocar el viaje. Ella es la luz para que así sea, como se aprecia en sus palabras: “lo que realmente ocurre”, “a otro mundo”, “hallo todo”. Estas ideas, a medida que avanzan, adquieren más fuerza, los destellos de la pantalla los inspiran para pensarlo: el conocimiento está a su alcance; esto refleja la idea sustentada por Torrance, R. (2006), de ese impulso humano por la búsqueda espiritual por lo nuevo y lo imprevisible. Los recursos tradicionales, como los libros, dejan de ser adecuados para lograrlo. Nuestros jóvenes han encontrado un medio para sustituirlos, cumpliendo así el ideal platónico de alcanzar el Bien, como se registra en las siguientes expresiones:

H<sub>2</sub>: Ayudan a comprender.

Mtro: ¿Cómo?

M<sub>2</sub>: A ver lo que realmente ocurre.

M<sub>3</sub>: A ver como son realmente las cosas.

M<sub>2</sub>: Como cuando te dicen algo, tú entiendes mejor con un ejemplo, sí te explican las cosas pero tú lo entiendes mejor con una imagen.

H<sub>1</sub>: Pues tal vez más bien, este... para transportarme a otro mundo para vivir mejor.

M<sub>6</sub>: Porque allí [Internet], hallo todo lo que busco.

(Gpo. de discusión 18-06-08)

Está presente, en sus voces, un imaginario reinante que cobra fuerza: las imágenes audiovisuales lo pueden hacer mejor, porque con otros medios no es posible conocer todo lo que está a su alrededor, ¿no es ésta la significación imaginaria que se instituye en este grupo de adolescentes consumidores? Así como en la caverna alguien sale al encuentro de la verdad, estos adolescentes encienden la pantalla, convencidos, de alguna manera, de encontrarla, salvando las dificultades que esta nueva forma de conocer propone. Me parece que este es el símil con el mito de la caverna, al estar convencidos de esta posibilidad. ¿Qué encuentro en este mito actual de que si no se ve, no se sabe? La existencia de un dominio, un cetro de colores y ruidos como símbolo del poder, un solo eje por el cual se está desplazando el estado hipnótico, el cual se encarga de dar

significaciones y sentido al mundo, simbolizado por la pantalla, que viene a ser una realidad luminosa y abierta.

La pantalla es la cortina<sup>165</sup> que simboliza la separación entre el mundo de la *doxa* y el mundo de la *episteme*, entre el mundo de lo ordinario y el mundo de lo *extraordinario*, por esta razón se debe correr, para poder cruzar el umbral que nos permite entrar a otra realidad, que a la vez nos separa de ella. Encender la pantalla, por tanto, es hacer a un lado el velo para alcanzar la verdad. Por medio de su poder, un adolescente consumidor se introduce en la posesión del conocimiento verdadero, búsqueda activa que simboliza su realización, y no es otra cosa más que la concreción de llegar a descubrirlo, motivo por el cual históricamente ha luchado todo ser humano, aunque en los tiempos actuales sea un conocimiento controlado y anticipado por la pantalla. Con todo, esto es el punto de partida, indispensable en la búsqueda del conocimiento, por lo que la verdad y lo nuevo son posibles.

Cuando los adolescentes consumidores se preparan para encender la computadora, inician todo un proceso ritual: encender el regulador, luego el CPU, buscar el programa, enseguida encontrar los sitios que permitirán entrar a las claves del conocimiento. Antes habrá de acostumbrarse a los detalles de la pantalla, a saber rodear los caminos para situarse en las páginas que contienen dicho saber. Este proceso, me parece que es una analogía con el personaje que logra escaparse de la cueva platónica para iniciar la ascensión, con las dificultades que esto implica: ascender hasta descubrir la luz, recordemos como entre los griegos lo verdadero es lo que se muestra, lo que sale a la luz (*Aletheia*)<sup>166</sup>. En este sentido, la mirada de la persona se debe acostumbrar a los rayos del Sol antes de mirar la realidad inteligible. Porque lo nuevo deslumbra, ciega, se hace ininteligible, sino sé es capaz de comprender lo tan ardientemente esperado, como hace referencia Platón sobre el viajero de la caverna:

---

<sup>165</sup> La cortina es un símbolo que adquiere connotaciones significativas en los pueblos de la Media Luna. Por ejemplo en Jerusalén significa el velo del templo. (Cirlot J.E,2004)

<sup>166</sup> El término *Aletheia* entre los griegos guarda un sentido relacionado con descubrir, develar.

“... ¿no sufriría acaso y se irritaría por ser arrastrado y, tras llegar a la luz, tendría los ojos llenos de fulgores que le impedirían ver uno solo de los objetos que ahora decimos que son los verdaderos?” (Platón, 1992:340)

Pero una vez que el viajero se acostumbra, descubre la esencia de las cosas y se siente fascinado por lo encontrado. Por esta razón cuando los adolescentes entrevistados comentan que una vez que se sabe buscar en la pantalla, se inician en ella, y aprenden las reglas del juego “no se puede vivir sin ella”. Están ante una fascinación subyugante colectiva, permitiéndoles formar parte de una comunidad hermética, de un grupo de fieles, desde luego ya no religioso sino más bien secular, mediante el cual participan y se inician en la comprensión de la realidad, pero anclados en una nueva mirada: ¡la verdad no está aquí, está en la pantalla!

### **7.5. El mito narcisista de la pantalla: De las imágenes en la aguas a las imágenes en las pantallas**

Esta categoría – *El mito narcisista de la pantalla*- condensa el sentido que tiene para las adolescencias ser asiduos espectadores de las imágenes de la pantalla. Dicha categoría se basó en los significados que este grupo de población atribuye a la pantalla, cuando expresan que gracias ella se puede llegar a ser imaginariamente Otro, i.e., contar con atributos y características físicas que la naturaleza ha negado. Sin duda, los medios audiovisuales son creadores de imágenes corporales que fascinan a los adolescentes, se convierten en los nuevos espejos para poder reflejarse, dar cuenta de los sentimientos íntimos y descubrir, al mismo tiempo, la alteridad. Esta categoría reactualiza el mito de contemplarse, de estar al otro lado, y siempre ha tenido una simbología particular en los seres humanos.

Narciso es el elemento simbólico más significativo en la antigüedad para dar cuenta de la búsqueda de la identidad individual. Las corrientes del río constituyen el espejo, la primera superficie imaginaria donde se refleja la imagen del hombre. Narciso embelesado por este acontecimiento, descubre, en la corriente de un río, una serie de rasgos que le hacen creer que está frente a otra imagen. La

superficie acuática le devuelve una imagen con la que se identifica lanzando las siguientes preguntas: ¿yo soy ese? ¿De quién es esa imagen? Cuando Narciso no sabe responder con precisión si esa imagen es él u otra persona, al ver la imagen reflejada en las aguas queda atrapado, obsesionado por ver cómo aquellas aguas le devuelven una imagen extendida. Nuestro personaje ha redescubierto su identidad individual en las imágenes que le regresa la extensión acuática; el verdadero Yo son esas imágenes, por esta razón queda aprisionado de ella, ya no existen para Narciso otras imágenes, ya no puede ver más que solo imágenes extendidas en el agua.

Más tarde el espejo sustituye la superficie del agua y se convierte de manera simbólica en el elemento más significativo del narcisismo para confrontar nuestra identidad fuera de sí mismos Solans, P, (2003). El deseo inquietante de reflejar lo que somos y queremos ser se busca en el espejo; la interioridad nuevamente se traslada a lo externo y el espejo simboliza este deseo. Pero en los tiempos actuales, la tentativa de buscar esa interioridad/exterioridad me parece que ahora se dirige a las pantallas. El espejo le deja su lugar y la pantalla empieza a reflejar las imágenes de aquello que quieren ser los adolescentes consumidores de las imágenes audiovisuales, en ella se empiezan a configurar las visiones del mundo se indaga y se descubre la identidad, pareciera darles una respuesta a la pregunta ¿quién soy? ¿Yo soy ese? Aunque desde luego no sé si esto se logre o no. La pantalla juega con ellos y refleja de manera importante su curiosidad, les devuelve sus modelos fisonómicos, mediante estas imágenes audiovisuales se conoce a sí mismo y a sus compañeros:

M<sub>1</sub>: En el Internet o en la televisión el cuerpo de los muchachos o de las mujeres se vuelven perfectos, en cambio en el salón los compañeros tienen defectos.

H<sub>7</sub>: Tienen buenas....nalgas [risas].

Mtro: Sí digan.

H<sub>6</sub>: Tienen buen pecho.

H<sub>5</sub>: Son bonitas.

H<sub>2</sub>: También....las tetas [risas].

Mtro: Y las mujeres que dicen.

M<sub>1</sub>: Pues...los actores tienen buenos glúteos.

M<sub>3</sub>: Buen físico.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Precisamente el *performance* mediático incita la imaginación y abre la posibilidad para que los adolescentes se expresen de la siguiente forma: “tratar de parecerme a ella”, “yo por ejemplo no me identificaría con un ser este...surrealista”. El espejo de la pantalla les da acceso para mirar las figuras que ayudarán a cumplir el impulso del autoconocimiento que es propio de la naturaleza humana, porque cuántas veces no cree verse ahí, ser el héroe o la heroína de la serie, por eso planteo, a manera de hipótesis, que él cree estar ahí, se contempla embelesado ahí, así como Narciso quedó fascinado de ver la extensión de su imagen en las corrientes de las aguas.

Lo que quiero plantear aquí es que al mirar las imágenes en el espejo virtual hay un intento de reconocerse, situarse e integrarse con un grupo, en suma para identificarse al menos en el reflejo de las imágenes de la pantalla (Imbert, G. 2003)<sup>167</sup>. Así, por ejemplo, cuando ven en las pantallas a un personaje como Harry Potter<sup>168</sup> algunos adolescentes construyen su imagen alrededor de él, porque les abre la posibilidad de ser así, pasan de ser adolescentes *comunes y corrientes*, ajenos e indiferentes ante la mirada de los adultos, a héroes. Este ejemplo connota cómo la pantalla encarna la identidad de los usuarios porque, ahora ella ayuda a reflejar el sentido de la búsqueda del Yo, se ven en ella, se desdoblan con ella y juegan a ser otros, su cuerpo está ahí: en la dimensión de la pantalla, simbolizando la necesidad de buscar fuera de sí, ella hace posible el deseo de contar imaginariamente con otra presencia. Este sueño lo confirman estos adolescentes al referirse a las imágenes audiovisuales de las mujeres proyectadas en la televisión y el cine, al preguntarles por qué se identifican con esos personajes:

---

<sup>167</sup> Imbert, G. (2003), plantea que las imágenes televisivas, por ejemplo, se basan en el discurso de la seducción, el cual da cuenta de mecanismos de identificación primaria, que recuerda al pensamiento mágico. Este discurso de la seducción abre el camino para interiorizar modelos y cultivar el narcisismo del sujeto.

<sup>168</sup> Como afirma David, un joven de 15 años, la película de Harry Potter le resulta atractiva, porque los personajes son adolescentes que después de ser rechazados demuestran tener una serie de capacidades fuera de lo normal que los hace entrar a otro mundo.

M<sub>1</sub>: Tratar de parecerme a ella para que digan lo mismo de mí, o no sé, gustarle a los demás.

H<sub>2</sub>: Pues no sé, yo por ejemplo no me identificaría con un ser, este... surrealista, con alguien más real, no sé Billy Mandy, este ya más normales, o sea no tan fantasioso

M<sub>3</sub>: Más que nada los que sobresalen de los normales, porque todos quisieran llamar la atención como, un normal dirías “ay no, no quiero ser ese”, o sea, así como todos los demás no.

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Estoy convencido de que no caben las generalizaciones, pero se puede establecer que cada adolescente consumidor tiene en sus manos la posibilidad de encontrar el o los personajes con los cuales se van a identificar, los cuales se encuentran encarnados bajo una forma tecnológica. Surge una reflexión más: la diferencia con el espejo es que la pantalla les presenta una mutación de imágenes con las cuales mirarse, tan solo es cuestión de elegir: *A*, *B* o *Z*, ese personaje con otras capacidades y cuerpos, como argumenta Solans, P. (2003)<sup>169</sup>. Este tipo de imágenes parece difuminarse fácilmente, pero además de ello se fragmentan y se pluralizan con facilidad, porque ahora ya no tiene propiamente una localización geográfica y temporal específica; cada usuario por mera voluntad se ubica en un momento u otro, *i.e.*, en una imagen *A* o *B* o bien prolongarse en *C*.

A la luz de esta discusión, un adolescente consumidor tiene cierta confianza en el espejo virtual por tener esa particularidad de verse en él y a través de él; entonces la experiencia frente a la pantalla semeja a la del espejo. Así como se acepta que la imagen del espejo es real, de esa misma manera se confía en la imagen de la pantalla. La pregunta que surge entonces es la siguiente: ¿se aceptan como reales las imágenes reflejadas por la pantalla? Creo que la respuesta puede ser afirmativa, por tanto ¿qué estatuto le damos a las imágenes presentadas por la pantalla? Al sustituir ésta al espejo, se tomarían como reales;

---

<sup>169</sup> Solans, P. (2003), discute cómo las pantallas de los medios audiovisuales: “serán las superficies dónde se producirá un nuevo campo fenomenológico que potencie la fragmentación de la identidad y la disolución de la imagen corporal.” (p.138). Como se observa en su planteamiento estamos ante un plano visual que está alterando las nuevas formas de identidad en los usuarios. De la superficie fría del espejo, como ella afirma, estamos pasando a la superficie afectiva de la pantalla, porque aquí no se duda de las posibilidades de Ser de otra forma.

al menos con base en las reflexiones discutidas, para este grupo de usuarios sería así, y esto se evidencia en términos utilizados por ellos tales como: “parecerse a” “identificarme”.

En el marco de esta reflexión esbozo una breve conclusión: este grupo de adolescentes consumidores de las imágenes audiovisuales se reconocen en la pantalla-espejo, generándolos una serie de experiencias inéditas al momento de verse reflejados. Aunque en el espejo virtual estos adolescentes están ausentes, se miran en él. Por eso me parece muy esencial ese vínculo que tiene la pantalla con el espejo, porque le devuelve parte de lo que es, pero aclaro que es una identidad que responde a los cánones de los medios.

## **7. 6 El misterio de la fascinación en las imágenes de la pantalla**

El lenguaje típico que utilizan los adolescentes, y que se muestra en sus comentarios, para referirse a las imágenes de pantalla encarna el papel seductor que estas imágenes tienen en sus imaginarios, por estas razones me pareció pertinente construir una categoría –El misterio de la fascinación en las imágenes de la pantalla- que diera cuenta del sentido que guarda para este grupo de consumidores entrar al mundo de las imágenes. Esta categoría reúne los significados que instituyen los adolescentes cuando entran imaginariamente a otro mundo donde son posible muchas cosas que en la realidad no es así. Esto porque desde los tiempos antiguos, los seres humanos han construido mitos alrededor de figuras que los seducen, sea por su belleza, por sus cantos, por su fealdad o por su fuerza. Encontramos personajes masculinos/femeninos que remiten a los imaginarios de encontrarse con seres fantásticos que despiertan la imaginación que inmoviliza. Entre estos personajes míticos está por ejemplo la Medusa<sup>170</sup> Según la tradición griega ella encarna la inmovilidad del sujeto que se atreve a verla. Atreverse a mirarla, empieza con un proceso de inmovilización de las

---

<sup>170</sup> “Una de las tres Gorgonas. De aspecto horrible con su cabellera de serpientes y sus dientes inmensos, petrificaba a quien la miraba. Según una leyenda, había sido una joven bella, pero se vanaglorió de su cabellera y Atenea le convirtió los cabellos en serpientes. (Arriaga, J.L, 1980:219)

percepciones del hombre hasta engarrotarlo totalmente. Pero cuando sucede esto, la persona queda fascinada, sea por su fealdad o sea por su belleza.<sup>171</sup> La Medusa finalmente, por sus atributos y su mirada, encarna la de ser una imagen seductora. Por encima de la prohibición que se hace alrededor de ella, la contemplación se impone como un deseo lo suficientemente fuerte, a sabiendas de lo que provocará. Precisamente esas ambivalencias entre lo feo-bello, la vida-la muerte, atracción-repulsión<sup>172</sup> permiten el surgimiento de la fascinación, y tienen un efecto contemplativo tan profundo que es difícil escapar a él, entre otras cosas porque se aceptan y se rechazan al mismo tiempo. Este mundo de la dualidad de alguna manera también está presente en las imágenes audiovisuales entre los adolescentes consumidores, y se observa en expresiones como: “los poderes que tienen”, “más poderosos”, “muy poderosos”, “puedes inventar tu mundo y tus personajes”, “los personajes tienen como muchas vidas”, “en la historia gana el más poderoso”, “los buenos luchan contra los malos”. Su imaginario se mueva en el plano de la ambigüedad, porque en la dimensión imaginaria sí es posible crear esas dualidades y vivirlas. Las imágenes encantan porque se prohíben pero al mismo tiempo son deseadas, por eso despiertan (A) admiración: “te provocan cosas bonitas”, “te sientes bien”, “es como estar en otro mundo” y (B) rechazo: “los videojuegos son demasiado agresivos” “no nos gusta la violencia”, “pura sangre”. Pero debemos tomar en cuenta, en estas oposiciones, que el elemento (A) tiene sentido en relación con el elemento (B). Las imágenes audiovisuales encarnan lo positivo pero al mismo tiempo son lo contrario. Para que se manifieste el elemento (A) es menester, que esté presente de alguna forma el elemento (B). La imbricación de esta dualidad de seducción suministra el mito de los personajes odiados y amados por los antiguos, y que hoy se reactualiza y se expresa gracias a los medios audiovisuales.

---

<sup>171</sup> Debemos tener presente que el mito de la Medusa habla de ser inicialmente una bella doncella de cabello voluptuoso y mejillas doradas, capaz de seducir a quien la mirara.

<sup>172</sup> La siguiente idea de Nicol, E. (2004), me parece alusiva en esta reflexión: “La historia de sus antagonismos y sus efímeras conciliaciones, es la historia misma del hombre occidental. De estos antagonismos y estas integraciones dependen la forma de relación del hombre con Dios –o la ausencia de ella-; las forma de la convivencia humana privada y política; las formas del arte; en fin las formas de vida que nos dan las dimensiones históricas el ser del hombre mismo” ” P. 63



La Medusa le significa algo al hombre, su presencia es un cuerpo saturado de prohibiciones simbólicas, pero precisamente el mito hace hincapié en violentar lo prohibido, lo vedado, y quizás por esta razón provoca placer, al pensar en la posibilidad de poder transgredir lo establecido. Otros personajes legendarios lo constituyen las sirenas.<sup>173</sup> Su singularidad legendaria también simboliza la dualidad del encantamiento y la perversidad, el canto fascinante pero al mismo tiempo mortal, razones por las cuales se torna irresistible al humano; atracción-destrucción en una unidad dialéctica, permitiendo que la imaginación se eche a volar. En el viaje a que invita la pantalla, el adolescente se ha de encontrar con el canto seductor simbolizado por las imágenes, que en un símil simbolizan las sirenas. El mástil como Chevalier, J. y Gheerbent, A. (1995),<sup>174</sup> sostienen, significa tomar conciencia de lo real frente a lo imaginario, elementos presentes en las opiniones de las adolescencias, al moverse en la ambigüedad de lo permitido y no permitido por la pantalla. Escuchar el canto sí, pero sin dejarse llevar totalmente por él representa de alguna forma el imaginario alrededor de los medios audiovisuales: necesarios y no necesarios a vez. La pantalla simboliza, por tanto, a la sirena de la antigüedad, porque transporta a lo atractivo y lo peligroso, a lo ilusorio pero a la vez fascinante porque es difícil escapar a sus hechizos. La pantalla también viene a ser en este caso la encarnación de las tentaciones vía las imágenes audiovisuales que se proyectan ante los ojos del espectador, constituyen el soporte onírico de simbolizar una de las formas más expresivas de mirar lo prohibido. No son los sonidos bellos y armoniosos, son las imágenes visuales “atractivas” y “llenas de fantasía” principalmente, las que con el avance

---

<sup>173</sup> Es importante recordar que las sirenas son el símbolo de seducción, para el hombre es imposible escapar a sus encantos: “Por ser músicas dotadas de un talento excepcional atraían a los navegantes, que seducidos por los acentos mágicos de sus voces,, sus liras y sus flautas perdían el sentido ed la orientación y se estrellaban en los bajíos, donde eran devorados por las astutas encantadoras [...] hoy se consideran como símbolo de la fascinación mortífera del deseo, [...] Si consideramos la mar como el inconsciente y sus profundidades, y la navegación como el viaje que es la vida humana, la sirena es la imagen de las tentaciones que brotan de las fuerzas inconscientes y que encontramos en el camino de la evolución individual o de *la iniciación*. (Julien, N. 1997:350-351)

<sup>174</sup> Chevalier, J. y Gheerbent, A. sobre el simbolismo del mástil dicen que es la dura realidad:.. “que está al centro del navío, que es el eje vital del espíritu, para huir de las ilusiones de la pasión” (1995:949)

técnico logran ser atractivos a los sentidos para lograr esas experiencias, como se muestra en el siguiente fragmento:

Mtro. ¿Por qué les parecen atractivas las imágenes de las pantallas?

H<sub>5</sub>: Porque cambian

M<sub>6</sub>: Van sacando cosas nuevas

H<sub>8</sub>: Los poderes que tienen

H<sub>6</sub>: Los efectos, ¿no?

M<sub>8</sub>: Son pura fantasía

Mtro. ¿Fantasías o reales?

M<sub>6</sub>: De las dos

Mtro. Pero, díganme, en qué ayudan, qué les provocan

H<sub>7</sub>: La adrenalina crece

H<sub>4</sub>: Como volar

H<sub>5</sub>: Cuando ves algo, no pos te pones nervioso, te sudan las manos

Mtro. ¿Pero qué ven?

M<sub>6</sub>: Los hombres ven cosas pornográficas

H<sub>7</sub>: Cuando estás en un juego no quieres terminar

(Gpo. de discusión 22-04-08)

Sus expresiones nos muestran la relación que las adolescencias establecen con la pantalla y cómo esa relación refleja un imaginario de inspiración fantasiosa, donde los sueños de estos jóvenes se mantienen, en estos tiempos, con los medios audiovisuales: emociones, manifestaciones lúdicas, seducción, fantasía. Esta relación expresa y remite mensajes sobre el significado y la importancia actual que tiene la pantalla como clímax en sus experiencias, donde se mezclan elementos del goce o del rechazo al estar poseídos por las imágenes audiovisuales:

M<sub>5</sub>: Es como todo...pueden tener cosas que son ciertas y cosas que no son ciertas

M<sub>2</sub>: Pero pos yo creo que, no es malo no, jugar en los videojuegos o estar en el Internet o sea...

M<sub>3</sub>: Mejor si no hay, habría niños con mejor cerebro.

M<sub>1</sub>: No tiene mucha importancia el Internet, es más divertido para pasar el rato con tus amigos o familiares

M<sub>3</sub>: Porque la televisión no es la gran cosa y en la mayoría de los programas pasan cosas malas para la educación como violencia y programas XXX.

(Gpo. de discusión 28-05-08)

Esta idea, finalmente, habla de la condición humana de vivir entre dos fuerzas, a veces complementarias a veces opuestas, pero que resumen la esencia

constitutiva de lo humano, como lo advierte Nicol, E. (2004). Este es el drama paradójico de nuestros adolescentes con las imágenes de las pantallas, es el misterio que encierran mitos como el de Medusa o las sirenas, debatirse entre dos principios, dejarse atrapar o resistir entre esas dos fuerzas de las cuales depende parcialmente este gozar y disfrutar por las imágenes audiovisuales. De este tipo de antagonismos se explica de alguna manera el imaginario instituido por la sociedad con los medios audiovisuales, la de ser necesarios pero al mismo tiempo de no serlos. Pensar que se puede vivir sin ellos es tener una postura romántica en estos tiempos, de ahí la pertinencia de aceptar su existencia.

### **7.7 La nueva hada madrina**

Esta última categoría se construye a partir del juego de interrogantes realizadas al material empírico, y busca rescatar el imaginario que se construye alrededor de lo que simboliza contar con un medio que hace posible los deseos y sueños que muchos adolescentes instituyen sobre la pantalla. Después de analizar el sentido de las expresiones que entran en esta categoría surgió una pregunta central: ¿qué significa ver la pantalla como la nueva hada madrina? Esta interrogante me parece apropiada para recuperar precisamente ese elemento simbólico que es parte de los cuentos todavía presentes en el imaginario popular. Me refiero a una figura simbólica que representa, para el héroe o la heroína de la narración, el personaje clave que les ayuda a lograr ciertas hazañas, y constituye a la vez un elemento base para construir toda la magia que los envuelve: *el hada madrina*. Aunque sabemos que el hada encarna diferentes figuras imaginarias, una de ellas, la principal y más común, es la imagen de la figura buena, la encargada de hacer posibles los sueños felices de los protagonistas del cuento. Cuando uno escucha las voces de los adolescentes entrevistados, y las fantasías que construyen alrededor de los medios audiovisuales, invitan a pensar que existe una analogía entre la imagen simbólica del *hada buena* y la *pantalla*, concebida ésta como símbolo fundamental cuando se habla de los medios audiovisuales. Tenemos, por tanto, dos símbolos importantes: (1) el hada madrina y (2) la pantalla. Ambos elementos constituyen una base para las siguientes reflexiones.

¿A qué expresiones recurren los adolescentes para establecer que la pantalla en la actualidad encarna la figura del hada madrina? Las siguientes: “es que es fantasiosa”, “puedes inventar tu mundo y tu personaje”, “te pueden llevar a donde tú quieras” “puedes hacer muchas cosas”, “si estás triste ya se te olvida”, “todos felices”, los buenos luchan con todos los malos y siempre la mayoría de las veces es amor” “y... todo mundo vivió feliz”. Al analizar dichas expresiones la pantalla presentifica un despliegue de fantasías, mediante las cuales es posible, imaginariamente, cuestionar y trazar un mundo paralelo, donde por arte de magia los deseos del espectador se cumplen. En este sentido no puedo dejar de reconocer que se desplazan los sueños hacia ella. Por estas razones es pertinente considerar que la pantalla encarna, de alguna manera, la figura del *hada madrina* presente en los cuentos populares. Dentro de la narrativa del cuento, el hada emerge con una gran fuerza mítica, que apenas pronuncia unas palabras<sup>175</sup> y el mundo cambia, como dice Martín, T. (2003), tal y como lo desean los protagonistas principales del cuento. De un espectáculo gris y triste, de repente aparece uno lleno de colores y encanto. Cuando este grupo de adolescentes dice que con hacer click en la Internet te “aparece todo lo que quieras”, “las cosas que querías tú”, “imágenes a color” recuerda a las palabras alrededor de la vara mágica,<sup>176</sup> del hada madrina, mediante las cuales, y acompañadas de una serie de movimientos rápidos, se vuelve posible el espectáculo onírico, porque surge una realidad transformada y transmutada que abre paso a la imaginación. En este punto es donde se puede establecer una analogía entre la pantalla y la figura del hada, porque de acuerdo a las expresiones de estos adolescentes con sentarse frente a la pantalla se entra a una realidad donde son posibles algunas cosas que en la realidad no lo son. Ejemplifico con algunas de sus frases cómo se da esa trasmutación de la realidad al plano de lo imaginario:

---

<sup>175</sup> Martín, T. (2003), señala el poder que tienen las palabras en los cuentos de hadas: “Las palabras, como ya hemos dicho anteriormente, tienen un simbolismo secreto y un poder transformador” (p. 198)

<sup>176</sup> La vara mágica como dice Propp, V. (2000), transfiere a la heroína o al héroe del cuento los milagros de la fecundidad, la abundancia y la vida. En nuestro caso la pantalla hace posible el conocimiento, la verdad, la diversión y los amigos.

Mtro. ¿Por qué dicen que es una realidad nueva?

M<sub>2</sub>: Es que es fantástica

H<sub>4</sub>: La realidad es de otro tipo

H<sub>2</sub>: Sí, las realidades son de otro tipo

M<sub>1</sub>: Como que la realidad es más divertida

Mtro. ¿Cómo?

M<sub>1</sub>: Pues...porque son las cosas como yo me imagino...no sé

H<sub>1</sub>: Me puedo imaginar la historia

M<sub>2</sub>: El tiempo yo creo que no vale

Mtro. ¿Sí?

H<sub>4</sub>: Puedes ver lo que quieres

(Gpo. de discusión 11-04-08)

Como nos damos cuenta, las imágenes audiovisuales que los adolescentes espectadores ven en las pantallas logran crear en ellos el imaginario de una realidad acorde a sus deseos: “más divertida”, “el tiempo no vale”, “fantástica”. En otras palabras se les presenta la oportunidad para escaparse a otro mundo lleno de magia y ficciones.

Así como anteriormente muchos de los sueños de los lectores nacían de la narración de un cuento<sup>177</sup>, algo semejante sucede hoy en día, entre las adolescencias, porque algunos de sus sueños nacen de la pantalla. Ésta brinda la posibilidad de representar/inventar el mundo fantástico que nosotros conocemos como realidad. Si bien el cuento permite proyectar la realidad con base en ciertos simbolismos, la pantalla cumple, en parte, también ese papel al favorecer la invención de nuevos símbolos, como lo sugiere Augé, M. (1998)<sup>178</sup>, convirtiéndose

---

<sup>177</sup> Los niños, todavía no hace mucho tiempo, se sentaban alrededor de una persona para escucharla narrar un cuento. Las palabras *erese que se era* seducían a los oyentes y los transportaban al mundo de la fantasía. La voz y los tonos que se daban a la narración envolvían de magia al cuento. En la actualidad la pantalla ocupa de manera victoriosa su lugar, porque ya no es necesario escuchar las palabras del narrador. Nuestra cultura moderna convierte a la pantalla como la fuente de las narraciones; la imagen es la gran seductora, la que conecta a los mundos maravillosos de la ensoñación, la depositaria de vidas fantásticas.

<sup>178</sup> Augé, M. (1998), menciona que gracias al desarrollo de las tecnologías las condiciones de simbolización cambian y, por tanto, nuestras relaciones con lo real. “... la relación global de los seres humanos con lo real se modifica por el efecto de representaciones asociadas con el desarrollo de las tecnologías, con la globalización de ciertas cuestiones y con la aceleración de la historia” (p.21). Esta afirmación que él considera general lo lleva a plantearse una cuestión más

de este modo en un nuevo orden del imaginario colectivo. Si los límites imaginarios en un cuento vienen dados por la capacidad del lector, se puede trasladar este símil diciendo que, los límites en los espectadores se dan por lo visto en la pantalla. Los siguientes comentarios hablan de este tipo de experiencias referidas a la pantalla:

H<sub>3</sub>: Pues...como dicen... ves como pueden volar, y tú te lo imaginas y todo eso.  
H<sub>4</sub>: Porque puedes inventar tu mundo y a tu personaje, además te lleva a muchas partes del mundo.  
Mtro. Tú...  
M<sub>2</sub>: Te pueden llevar a donde tú quieras  
H<sub>3</sub>: O sea, se van dejando cosas atrás y van llegando cosas nuevas.  
M<sub>4</sub>: Por ejemplo en los videojuegos te dan vidas extras como si fueran gatos  
H<sub>3</sub>: Puede pasar de todo  
Mtro. ¿Y el cine?  
M<sub>1</sub>: Hay muchos tipos de películas, por ejemplo, están las películas para niños, hay películas de terror, hay películas para adultos, hay películas...no sé de... de ficción, con muchos colores, muy llamativas, hay películas de acción, o así.  
(Gpo. de discusión 11-04-08)

Lo común en estas expresiones es que cuando los adolescentes afirman que alrededor de la pantalla están presentes ciertos accesorios como “lo llamativo” y “los colores”, de alguna forma remiten al contexto mágico que envuelve la aparición del hada madrina: luz y colores. Estos elementos no son otra cosa más que detalles presentes en la magia imaginaria y representativa del cuento. De manera analógica, como avanza la narración del cuento y se despliega la serie de la pantalla se van cumpliendo los deseos: “fuerza”, “fantasías”, “poderes”, “viajes”, “amores”, “amigos”, “acompañamiento en las tareas” y “finales felices”, entre otras cosas. El hada en el cuento acrecienta la fantasía, mientras las imágenes de la pantalla según los adolescentes acrecientan lo siguiente, cuando ven en escena a sus personajes mediáticos:

Alegría/Coraje/Ternura/Tristezas/Sentimientos/Emociones/Triunfo/Valiente /Fantasía/Victoria/ Alucinación.
--

---

particular en el siguiente sentido: “La cuestión particular se refiere al hecho de saber cuál es nuestra relación con lo real cuando las condiciones de simbolización cambian (p.21)

Con esos términos los adolescentes entrevistados califican, con una serie de atributos, a los nuevos héroes de los medios audiovisuales, pero si revisamos detenidamente me parecen válidos para los héroes fantásticos de los cuentos, gracias a los poderes que les dio el hada madrina.

Deseo subrayar que el hada madrina encarna la extravagancia de los sueños del hombre, la búsqueda de la felicidad, la creación de un mundo paralelo, fuente posible de toda realización<sup>179</sup>. De ser la muchacha infeliz y harapienta, se logra ser la princesa bella y afortunada<sup>180</sup>, siempre y cuando obedezca sus órdenes. Aparecer para desaparecer es la magia envolvente del poder del hada. Ante esto se puede preguntar lo siguiente: ¿acaso en la actualidad esta magia no se logra con la pantalla? ¿Con escribir unas palabras o “poner el buscador”, como los adolescentes de este grupo mencionan, no se construye o bien reaparece otro mundo? Se puede decir que para estos adolescentes la realidad se transforma al escribir su contraseña, descubren la posibilidad de otros mundos, los cuales a pesar de su fugacidad están ahí, tan solo falta descubrirlos y sumergirse en ellos. La fascinación ejercida por la pantalla encarna una aventura onírica, por esta razón puedo inferir que se convierte en la heredera de los poderes y la magia del hada madrina, la que todo lo hace posible.

H<sub>6</sub>: Es que en el Internet...

Mtro. ¿Qué?

M<sub>6</sub>: Yo también encuentro que cuando...lo ves, puedes hacer muchas cosas

H<sub>7</sub>: En los juegos tú piensas que vas manejando o...

H<sub>4</sub>: O que vas volando

M<sub>7</sub>: Que puedes...

H<sub>3</sub>: O sea que como que estás drogado

H<sub>7</sub>: Depende porque hay juegos que son de niveles

(Gpo. de discusión 18-06-08)

---

<sup>179</sup> Como afirma Bettelheim , B. (1977), los cuentos de hadas transmiten a los niños que después de enfrentarse a dificultades y privaciones, gracias al hada madrina, llegan a dominar dichos obstáculos y alcanzar la victoria.

<sup>180</sup> Este argumento es una de las ideas principales del cuento la “Cenicienta”. En la narración el hada madrina se encarga de hacer posible la realización de los sueños de la princesa, que después de vivir en condiciones de maltrato, gracias al hada, cambia radicalmente su destino. Esta es la historia *mutatis mutandis* manejada por Perrault, C. y los Hnos. Grimm.

Al examinar los comentarios en los grupos de discusión, es posible comprender las relaciones entre esos dos mundos imaginarios, el del cuento y el de los medios audiovisuales. En el primero de ellos, el hada madrina concede los deseos al príncipe o la princesa, en el segundo, la pantalla, el hada de la tecnología moderna, se encarga de concederlos. Cabe inferir que el mundo de los medios audiovisuales proyecta algunos elementos del mundo del cuento, como son: evocar sueños y personajes fantásticos, transformar un mundo cotidiano en un mundo encantado, transportarse a otras temporalidades, pero en versión moderna<sup>181</sup>.

En el cuento de *La hermosa durmiente* (Perrault, C.), se observan frases como las siguientes:

“...tuvo la princesa todas las perfecciones posibles“.

“...carro de fuego tirado por los dragones”

“...en aquel castillo había la más bella princesa del mundo, que debía dormir cien años”

“...un príncipe joven y enamorado siempre es valiente”

“...una princesa, que parecía tener quince o diez y seis años”

“...la buena Hada le había procurado el placer de agradables sueños durante los cien años que estuvo dormida”

Mientras en el cuento de *La cenicienta* (Hnos. Grimm), encuentro también expresiones semejantes:

“...pues le pareció muy hermosa con su vestido de oro”

“Salió a su encuentro el hijo del rey, la tomó de la mano y bailó con ella”

“...a su regreso se puso la mayor a la izquierda y la menor a la derecha, y las palomas picaron a cada una en el otro ojo, quedando ciegas toda su vida por su falsedad y envidia”

En el cuento de *La sirenita* (Andersen, H. C.), se encuentran figuras literarias como la siguiente:

“La sirena se acercó nadando a los tragaluces de una banda del buque y, al levantarla las olas, vio dentro de mucha gente ricamente vestida, siendo el más

---

<sup>181</sup> Me parece oportuno, en esta argumentación, la siguiente cita de Martín, T. (2003), donde expresa de que manera los cuentos de hadas trasladan a mundos imaginarios: “Contar bien es la clave de los cuentos de hadas –de todos los cuentos- : evocar y convocar espacios y seres fantásticos; convertir el mundo cotidiano en el territorio maravilloso de duendes domésticos, hadas familiares, transformaciones portentosas; dejarse llevar por el encantamiento de las palabras mágicas en las que cabalgan las narraciones”. ( p.196)



hermoso de todos un príncipe adolescente, de grandes ojos, y cuyo cumpleaños se celebraba en aquel momento”

Dichas frases muestran claramente la similitud que puede existir con las expresiones usadas por las adolescencias al referirse a sus series, programas y juegos favoritos:

Se casan y viven felices para siempre  
Si se enferman al final de la telenovela se alivian  
O también como eso de que, como del corazón, tú eres de que el príncipe azul, siendo que acá no existe  
Vida de lujo  
Estás en un lugar y luego en otro  
El hombre es fuerte  
La mujer es delgada, cintura y el hombre es alto  
Eterna juventud  
Hay superhéroes  
Historias de amor  
En una telenovela, este...la pareja la engaña y todo, y vuelven  
Siempre ganan los buenos  
(expresiones obtenidas de las entrevistas y grupos de discusión)

En estas frases se observa cómo, este grupo de adolescentes, recurre a ciertas construcciones semánticas para referirse a las imágenes que las pantallas encarnan. Dichas construcciones son semejantes a las utilizadas por el hada para hacer posibles los deseos del héroe o la heroína del cuento, *i.e.*, hilan y tejen sus vidas como bien señala Martin, T. (2003). Gracias al hada es posible que aparezcan personajes poderosos con la suficiente fuerza para combatir los males que aquejan a los protagonistas del cuento y puedan cumplir sus sueños. Estos personajes ahora son inventados en las series audiovisuales, con la misma magia, la misma fuerza y el mismo encanto. La pantalla representa la nueva morada que encierra majestuosos palacios y paisajes, ornamentos de plata y oro que encarnan *el nuevo reino* para que las nuevas princesas y los nuevos príncipes puedan vivir felices y...*colorín colorado*.

Este capítulo busca dejar en claro, cómo la naturaleza del ser humano no está constituida solamente por elementos racionales, siguiendo la idea de Castoriadis,

C. (1975/1998b), sino que el hombre está gobernado también por la imaginación, argumento que constituyó una hipótesis en la investigación. El hombre es una combinación de *phatos* y *logos*. A pesar de que esta discusión ha sido legendaria en el campo de la filosofía, no se puede dejar de reconocer que sigue siendo una discusión vigente, sobre todo cuando a partir de evidencias empíricas, como las manifestadas por el grupo de adolescentes entrevistados, se muestra. El consumo de los medios audiovisuales, viene a ser un referente para dar cuenta que nuestra capacidad imaginativa se potencia, de manera significativa, gracias a las imágenes de la pantalla. En este caso particular recurriendo al mito como categoría comprensiva y fundante para reflexionar cómo las adolescencias son un ejemplo singular para demostrar nuestro modo de ser, *i.e.*, recurrimos a la fantasía de manera ordinaria para comprender algunas cosas, para ubicarnos en nuestra temporalidad, en nuestra vida diaria. No se trata tampoco de caer en reduccionismos, mediante los cuales se pretenda hacer a un lado lo racional y sumergirnos en la imaginación. No, sencillamente abonar a la discusión desde una perspectiva tan actual como lo es el consumo audiovisual, que ayude a comprender quiénes somos, en particular, quiénes son nuestros adolescentes. Autores como Eliade, M. (1962/1999); Castoriadis, C. (1975/1998a) y Durand, G. (1996/2003), tienen razón al señalar que los mitos de alguna forma se hacen presentes en las sociedades, son ajenos a la temporalidad única, pero sobre todo esta idea se hace un tanto clara cuando analizamos el consumo de las imágenes de los medios audiovisuales. Costumbres, gustos y fantasías, por ejemplo, encarnan comportamientos que nos remiten al misterio de los mitos, para darle significados a nuestra existencia.

Como lo he analizado, siguiendo una idea de Eliade, M. (1999), los mitos siguen vivos, y a manera de hipótesis gracias a las imágenes audiovisuales esta idea se concreta, porque logran proporcionar sentidos y significados a la vida actual, responden a una serie de significaciones producto de las vivencias de los consumidores. De esta forma el mito sigue siendo una expresión de nuestros tiempos, en términos más generales es un vehículo de nuestra dimensión

imaginaria, el cual encuentra una forma de simbolización en los medios audiovisuales, porque el hombre vive transitando sus experiencias en este mundo con un pie en sus creencias tradicionales. La convicción de fondo, después, de analizar las expresiones de los adolescentes que participaron en el estudio, es la pluralidad de mundos que el mito encarna y las interrogaciones que despierta. Aunque por ejemplo en cada grupo social se encarna de manera particular, no podemos dejar de reconocer los sincretismos entre los diferentes mundos en juego. El pensamiento mítico encarnado en la pantalla está, por tanto, en los adolescentes de la modernidad tardía, sobre todo en aquellos que habitan en el medio urbano, porque tienen a la mano los medios audiovisuales. Los cuentos de las pantallas, son las nuevas historias capaces de despertar sus fantasías y sus sueños, y éstos se presentan al ir al cine, ver un programa televisivo, participar en un juego electrónico. Estas combinaciones de realidades oníricas que instituyen, solo afirman lo profundamente humano que son los adolescentes, y cada deseo y cada sueño los remiten a nuestros orígenes.

## CONCLUSIONES: ALCANCES Y LÍMITES DEL ESTUDIO

El itinerario realizado, en la presente tesis, rescata un proceso de aprendizaje personal sobre cómo realizar una investigación educativa que reclama un trabajo detallado de cada uno de los pasos, los cuales como sabemos constituyen una totalidad epistemológica, aunque por razones conocidas por todos se estructura en capítulos. La experiencia vivida me ha permitido tener una mirada más integral, intentando dar cuenta del movimiento mismo de una problemática educativa, reconociendo que no es posible dimensionarla bajo un enfoque reduccionista. Por estas razones mis acercamientos a ejes analíticos de diversas disciplinas, como la filosofía, hicieron posible tener un marco de reflexión más amplio, y comprender los *significados* de algunas formas de pensar y de ser de actores tan importantes como son las adolescencias.

La justificación de hacer un estudio con este grupo de población obedeció a un interés particular por conocerlos más a fondo, porque en una etapa de mi vida profesional trabajé como profesor en secundarias. Esta experiencia profesional constituyó una razón de peso para considerarlos como sujetos de investigación al cursar los estudios de doctorado. Las adolescencias, retomando una línea de argumentación de Castoriadis, C. (1998a), son *sujetos sin límites*, porque constituyen una red inagotable de sentidos, dada la imposibilidad de poder referirnos a ellos con una única significación. Después de escuchar y dialogar con un grupo de ellos esta premisa la sigo sosteniendo. Sin embargo, aclaro que la presente investigación solo estudia un punto para abordarlos: la dimensión imaginaria como elemento constitutivo para comprender sus valoraciones con relación a los medios audiovisuales. En esa dimensión se manifiesta su indeterminación, porque continuamente están creando sus sentidos sociales, sus relaciones, los cuales no se agotan en una sola expresión. Valorán la realidad de

un modo, de otro y de uno más. Trascienden toda determinación, para poder comprenderlos como sujetos sociales. Por otra parte, a partir del consumo audiovisual no podemos decir que los conocemos plenamente, ¡por supuesto que no es así! Lo que este grupo de adolescentes son, no puede quedar anclado a una sola de las formas comprensivas de su Ser, su hacer y sus creencias, porque siempre encontramos cosas nuevas en ellos. Tal vez el consumo audiovisual haya arrojado información, y sea un componente comprensivo e indicativo, para conocerlos mejor; está ahí, como parte de su cosmovisión. Quizá mañana otro estudio, desde otro dominio, como pueden ser, por ejemplo, sus creencias religiosas, sus valoraciones morales, arroje nuevas formas de comprensión del Ser de las adolescencias. Por tanto, las conclusiones finales en este trabajo pretenden no salirse de estas reflexiones, si he llegado a caer en algún determinismo, es por mi preocupación de esclarecer sus expresiones y ser analítico en ello.

Además, un estudio que recurre a la categoría de lo imaginario de antemano rechaza toda determinación apriorística de *los sentidos* que los adolescentes le confieren a sus consumos audiovisuales. Fue precisamente la multiplicidad de sus respuestas la que permitió privilegiar la noción de lo imaginario, porque un propósito de la investigación era rescatar, en la medida de lo posible, la estela de significaciones imaginarias que este grupo de jóvenes construyen cuando consumen los medios audiovisuales. Lo imaginario también abrió la posibilidad de acercarse a otras disciplinas para poder comprender un hecho educativo como el que interesó en esta investigación, por ejemplo recurrir al mito para comprender algunas figuras que los adolescentes construyen sobre la fuerza de la pantalla y sus imágenes me acercó a la Antropología y a la Filosofía.

Desde la pregunta de investigación y los objetivos planteados, puedo señalar que el estudio ha permitido aprender más sobre los adolescentes de escuelas secundarias urbanas, considerando sus propias narraciones, las cuales están llenas de sentidos emergentes, porque crean constantemente figuras, metáforas,

valoraciones e imágenes de la realidad social donde habitan. Desde luego están presentes las semejanzas, las contradicciones y las diferencias entre ellos mismos, como se observó en los datos empíricos, pero no puede ser de otra manera desde la lógica del imaginario instituyente, y porque nuevamente se muestra cual multifacético es el mundo de los adolescentes, aunque viven en contextos semejantes. Las posturas contradictorias entre los adolescentes entrevistados, las atribuyo también a que su naturaleza es espontánea, no piensan las preguntas, discuten y lo primero que viene a sus mentes responden. Pero existen suficientes acuerdos para llegar a algunas conclusiones sobre el carácter fundante de la dimensión imaginaria alrededor de la cultura audiovisual. Sus expresiones se encargan de recordarnos que sus vidas vienen a ser todo un magma de significaciones inéditas, donde a cada paso queda al descubierto lo que ellos y ellas imaginan, simbolizan, hacen, sueñan.

La lógica de la investigación permitió construir una serie de categorías en nuestros adolescentes de las cinco escuelas merced a la dimensión imaginaria, las cuales se fueron manifestando conforme se trabajaba el análisis de la información y recurría al marco analítico para hacerlo. A pesar de que el imaginario social no puede ser sometido a una categoría explicativa, reconozco que uno de los resultados arrojados por el presente trabajo intenta dar cierta comprensión a ese arco iris que son los imaginarios. Estos imaginarios audiovisuales están relacionados con lo que interesa a este grupo de adolescentes, y metodológicamente se fueron construyendo conforme se analizaban sus testimonios. Así, sus preocupaciones por el conocimiento, por sus identidades, la socialización, el entretenimiento, por el tiempo y la realidad quedó de manifiesto al momento de entrar en contacto con ellos. Ante esto se puede preguntar lo siguiente: ¿estos imaginarios hablan de nuevos tiempos? La respuesta puede ser afirmativa, pero sobre todo, desde mis propios planteamientos, y después de haber concluido el trabajo, lo que se observa es cómo la naturaleza de los adolescentes es indeterminada, como ya se dijo en otro lugar y como siempre ha sido. Pero si desde el punto de vista teórico se hace esta afirmación, los

resultados del estudio lo confirman, pero tomando en cuenta los ingredientes contextuales.

En los dos capítulos previos he mencionado que el mundo de las adolescencias urbanas se caracteriza por la invención de sus propios imaginarios alrededor de la realidad social, entre otras cosas, por su relación con los medios audiovisuales *i.e.*, muchos adolescentes no pueden comprenderse sin ese contacto, un tanto, permanente con las imágenes audiovisuales. Los imaginarios constituyen una dimensión que ayuda a dilucidar quiénes son nuestros jóvenes. A manera de resumen destaco los resultados encontrados.

El conocimiento preocupa a este grupo de adolescencias, algo no presente en las primeras intuiciones al iniciar la investigación. Pero ellos y ellas están reconociendo nuevas maneras de concebirlo, en combinación con las formas típicas ya experimentadas. Este aspecto explica diversas formas de su institución, otras alternativas para acceder a él, las cuales no obedecen al imaginario instituido, y esto aunque pudiera parecer obvio, en la actualidad se está incorporando con mayor fuerza en la sociedad. Esto implica la pertinencia de enfocar nuevas vías para explorarlo, sobre todo pensar que este grupo de población lo combina, a pesar de su edad, con formas lúdicas; porque finalmente para los adolescentes el problema del conocer no solo entraña un problema epistemológico, también está relacionado con hacer divertido lo que se aprende. Por estas razones, el conocimiento en los medios audiovisuales, lo viven como un proceso distinto a las formas en cómo está instituido en la escuela. Esta última reflexión conlleva, también, dos aspectos relevantes, después de explorar sus puntos de vista: (1) el hecho de crear nuevas prácticas cognitivas y (2) la desaparición paulatina de algunas existentes. Estas dos significaciones ayudan a comprender la transmutación de sentidos que estos adolescentes le dan al conocimiento, tan fundamental en la vida humana. Entonces, la clave está en encontrar nuevas estrategias de acercar a los adolescentes al conocimiento, pero escapando de la visión tradicional de hacerlo difícil, creyendo que esa es la tarea

de la escuela, más bien encontremos alternativas para combinarlo con otros elementos como la imaginación, la creación, la fantasía y el entretenimiento, porque finalmente saber es ver el mundo, y cada quien, sin caer en relativismos, mira las cosas a su manera.

Con relación a la identidad los medios audiovisuales, en el imaginario adolescente, no pueden estar al margen de los procesos de su construcción, esto se puede inferir después de examinar sus testimonios. Esta idea es fundamental porque de alguna manera nos sirve para comprender que el problema de la construcción de la identidad, de la forma de Ser de las adolescencias, incluye una serie de factores simbólicos que muchas veces no están presentes en el imaginario social. Es más, los procesos identitarios en ellos son radicales, porque no se limitan solamente a rasgos observables, también entran en juego factores imaginarios, y en este caso encuentran un espacio fértil en las imágenes audiovisuales, para reforzar experiencias que les ayudan a construir sus propias formas de verse y sentirse. Así, al ser sujetos activos en sus contactos con los medios audiovisuales les permite valorarlos, no con una visión reduccionista, como buenos o malos, más bien como un recurso del que se valen para actuar en su mundo y con base en ellos encontrar sentido a sus procedimientos y acciones no solamente en una dimensión individual sino también como parte de un colectivo. Se pudiera pensar que la identidad de los adolescentes se puede construir solamente en su tránsito por instituciones como la escuela y la familia, por ejemplo, pero nos encontramos que los medios audiovisuales son dispositivos que les ayudan a crear sentidos a sus interrogantes personales y de grupo, porque muchas de sus acciones están orientadas por ese contacto cotidiano con los medios, los cuales como ya expliqué de una u otra manera son valiosos en sus vidas. Entonces, algunos entramados de su mundo se comprenden, por este grupo de adolescentes, en virtud de lo que la pantalla les significa, porque juzgan su pertenencia a un grupo en tanto que son usuarios de ella, aunque en esos procesos de identificación grupal esté presente la contradicción. No importa dónde estén ubicados, lo importante es que los medios tienen ciertas finalidades y ellos no pueden estar ajenos. El valor sobre la



pantalla es construido y transformado por este grupo de jóvenes y al parecer no les importa si los adultos tienen una concepción diferente de ella, finalmente estos adolescentes tienen sus propios sentidos y significados a su alrededor. El deseo de ser como alguien *para ser parte de*, se construye en tanto que son asiduos espectadores de las imágenes audiovisuales y éstas al modelar ciertas características corporales y ciertas creencias les permiten precisamente *ser parte de*. A mi juicio, los contenidos de este tipo de imágenes vienen a ser una manera de entender lo que significa vivir el mundo por estos adolescentes, lo que ellos construyen para comunicarse y ser aceptados por los pares. Esto se puede concluir sobre este punto, que viene a ser un aspecto fundamental en la comprensión de sus imaginarios identitarios.

Los imaginarios sobre la socialización también tienen sus ropajes en estos jóvenes. La cercanía-lejanía está marcada por nuevas connotaciones, donde es posible trascender la presencia física del Otro. ¿Cómo es esto posible? El Otro ya no está cerca o lejos del internauta, se concibe en un espacio artificial, pero la distancia lo lleva a una construcción positiva de este tipo de socialización al momento de no tener la certeza de quién es, porque no tiene cuerpo para mostrarse. Entonces, para estos adolescentes la lejanía guarda un valor fascinante para conocer a Otros, compartir música, problemas, gustos, modas, artistas. Para ellos y ellas es una forma de socialización, al igual que existen otras como las relaciones cara a cara, con el mismo peso, con la misma fuerza, aunque sean los otros amigos. No son los amigos de la escuela o del barrio, pero lo son de otra manera, ya que en cierta medida moldean, por ejemplo, procesos de comunicación, aunque sea a distancia. En este campo, la socialización ya no debe restringirse solamente a la idea de que el Otro se debe tocar, se amplía a otros significados los cuales tienen un valor atractivo entre estos adolescentes, por tanto, desde esta óptica se rechaza todo criterio reduccionista sobre las bases tradicionales de la socialización, en el sentido de que para conocer a alguien se debe ver. Si es así, se acepta al Otro mediado por la tecnología. Entonces, desde la perspectiva de estos jóvenes la socialización se puede connotar de muchos

sentidos, una de ellas es la socialización a distancia, aunque esté envuelta en sus contradicciones. Esto nos muestra que el amigo de la red, al ser parte de las relaciones diarias, no puede dejar de ser reconocido, de ser aceptado como parte del amplio núcleo de amigos que un adolescente tiene. Lo relevante en este tipo de comunicación es que esos amigos tienen otra serie de atributos y simbologías, los cuales no son rígidos porque tienen la ventaja, gracias al anonimato, de mostrar múltiples posibilidades de predicarse. Estas posibilidades no solamente hacen pensar en el Otro como lo quieren ver, también abren el camino para que el usuario muestre las diferentes esferas de su interioridad, de cómo quiere que los Otros lo vean, *i.e.*, un adolescente es los amigos que tiene. Estamos pues, ante procesos nuevos de interacción al cambiar los códigos del habla, los valores y las normas instituidas con relación a esta dimensión.

Uno de los puntos centrales en esa última discusión, se refiere al papel que tiene la realidad en los adolescentes que participaron en el estudio, después de permanecer algunas horas diariamente frente a la pantalla, combinado con la idea de que existen *otras realidades*, diferentes a la *realidad objetiva*. Me parece, después de escucharlos, que están conscientes de que es posible pensar otra realidad, con razonamientos claros o sin ellos, lo cual nos ubica en una nueva discusión sobre qué se debe entender por realidad, en el contexto de la primacía de los medios audiovisuales. Esto en lo particular es interesante porque ¿acaso cada sociedad no instituye sus propias visiones acerca de ella? Esta pregunta desde luego tiene su importancia, porque cada grupo social ha imaginado históricamente, sus propios mundos. El ser humano, como ser imaginativo está lejos de conformarse con lo que se encuentra de modo natural. Más bien transforma este mundo dado en cosas diferentes *i.e.*, lo envuelve con nuevos sentidos que por sí mismo no los tiene. Por ejemplo a la realidad virtual, los adolescentes consumidores la sienten como parte de sus vidas, no solo por la gran potencialidad que tiene de despertar sus emociones, como lo afirman, sino porque llega a prolongar el mundo real, a veces para actuar en él, o bien, para comprender muchas de las cosas vividas. Y por qué no, a partir de sus vivencias,

lanzar la hipótesis de que para vivir la *realidad objetiva*, a veces es conveniente vivirla en la imaginación primeramente, y así poder representarla mejor. Sin duda las imágenes de las pantallas abren muchas posibilidades para imaginar, sentir y pensar el mundo, y sobre esto, este grupo de adolescentes entrevistados nos están dando lecciones de vida sobre el particular. Por otra parte, me doy cuenta que llegan a pensar que la realidad virtual es real por sus efectos, aunque no lo sea de hecho, porque al formar parte del ciberespacio sienten, manipulan e interaccionan con objetos y a veces con otras personas. Por ejemplo, al vivir la ilusión óptica de ver un mono volar, como ellos dicen, se puede terminar por creer que eso es real, sobre todo cuando están convencidos de que ver y escuchar está relacionado con la verdad. Fundamentalmente, en los tiempos actuales, vivir de cerca las imágenes de los medios ofrece la posibilidad de transmutar el sentido de la realidad objetiva, confiriéndole nuevos sentidos, y a esto se están acostumbrados muchos de los adolescentes. A nivel de ejemplo, está el hecho de pensar que los acontecimientos que ven por las pantallas se están dando justo en los momentos observados por ellos y ellas, o bien es como si estuvieran a la vuelta de la esquina de sus casas o de la escuela. Tenemos así que, las imágenes audiovisuales permiten la institución de nuevos imaginarios, al entrar a otras realidades donde la fantasía cabalga al frente, como la guía en todo esto. Este mundo de fantasía es aceptado por gran parte de estos adolescentes, porque al entrar en contacto con él, se convierte en elemento constitutivo de *sus experiencias* con la realidad. Los medios audiovisuales encarnan nuestra condición humana de buscar la fantasía como algo constituyente de nuestra subjetividad. Con otra ventaja: la enriquecen. ¿No es esto una razón suficiente para preferir estos medios? Pero, además ¿no incita a nuestras adolescencias urbanas a instituir un nuevo mundo con amplias posibilidades de creación?

La manera de vivir la temporalidad es otro aspecto que dejan al descubierto gracias a ese contacto cotidiano con la pantalla. La cuestión de fondo, en este punto, es que el tiempo se vive de forma distinta, se llega en ocasiones a perder o a experimentar la noción de lo pasado y el futuro ligado a las imágenes

audiovisuales. Como hemos visto en sus expresiones, el tiempo en muchos casos termina por ser fundamentalmente un presente, porque dichas imágenes son tan elocuentes y verosímiles que para el grupo de jóvenes se viven en el difuso punto del *hic et nunc*, por eso lo interesante es darnos cuenta cómo en ellos adquiere ciertas particularidades. Si bien el tiempo, desde nuestras intuiciones, es una sucesión del pasado, presente y futuro, en la pantalla, para dichos adolescentes, pareciera fundirse en uno solo, al menos así lo experimentan al momento de ser espectadores de las diferentes series audiovisuales. Esto desde luego puede generar algunas hipótesis, como pensar que en los medios audiovisuales se vive un tiempo ahistórico, porque no se tiene conciencia del pasado ni del futuro, ni continuidad de las acciones de la sociedad, porque no se sabe cuándo sucedieron los hechos, al ser valorados solo en el aquí y ahora. En cierto modo, también es posible sustentar la tesis de que las imágenes audiovisuales hacen posible una cuestión onírica encarnada en la sociedad: poder transgredir la temporalidad, (1) retornando a un pasado inexistente, pero que de alguna manera se añora y se desea volver a experimentarlo, (2) adentrarse a un futuro esperado, para vivir imaginariamente acontecimientos que tendrán lugar en etapas posteriores de la vida. Entonces, estos adolescentes en virtud de los medios audiovisuales hacen posible el sueño de retornar al pasado y vincularse al futuro ¿acaso ambas cosas, retornar al pasado y adelantarse al futuro, no constituyen algo fantasioso para la vida de las adolescencias? Me parece que ellos construyen su vida precisamente con estos juegos de ir y venir, de dar un paso atrás y otro hacia adelante. Es así, como este grupo de jóvenes dicen que gracias a la pantalla el tiempo imaginariamente sí se puede transgredir. En el marco de estas reflexiones está presente otro imaginario en los jóvenes: la posibilidad de representarse un tiempo único, sincrónico y, por qué, no global, entre otras razones porque los espectadores de las pantallas experimentan los acontecimientos en el mismo instante, salvando contextos particulares.

Desde estas experiencias pueden construir un mundo de vida ajeno a las coordenadas dominadas por un tiempo único, y crear otras, las cuales vienen a

ser, sin duda, dimensiones imaginarias del tiempo. Con base en esto, se puede concluir que existe otra posibilidad de admitir la temporalidad, mediada por las pantallas, como pensar que el pasado se puede repetir y el futuro se puede adelantar. Una vez admitida esa posibilidad, el problema radica en cómo llegar a distinguir dos formas de vivir el tiempo, el de la vida cotidiana y el de los medios audiovisuales. En mi opinión, esta es una de las dificultades que queda abierta para futuras discusiones, donde la imaginación está en el centro del debate.

Entre los resultados del estudio también surgen los nuevos estereotipos del entretenimiento presentificados en las pantallas. Cuando los adolescentes que formaron parte de la investigación nos dicen que sus vidas no pueden vivirse sin las imágenes de los medios audiovisuales, entre otras cosas, no deja de sorprendernos la forma en cómo estas imágenes transmutan los esquemas tradicionales de disfrutar el tiempo libre por nuevas maneras de hacerlo. Si antes, andar con los amigos era el mecanismo más común para divertirse, actualmente las narrativas audiovisuales llegan a ser, en ocasiones, suficientes para que un adolescente se pase un buen rato, aunque sea a solas. No se puede dejar de reconocer que cambios como éste, pueden ser vistos con una mirada negativa o positiva. Desde la primera, se pudiera pensar que estas nuevas perspectivas de diversión alimentan entre estos jóvenes un estado de aislamiento, lo cual encarna la negación del Otro, porque ya no es necesario platicar o convivir con alguien para divertirse. Es aquí donde la reflexión me parece central, porque en esta edad es cuando un adolescente construye sus identidades referidas a elementos psicosociales y afectivos, *i.e.*, en cercanía con los pares. Desde la segunda mirada, se pudiera valorar la oportunidad que tienen de ramificar las posibilidades de invertir su tiempo libre. En un mundo de avidez por las cosas nuevas, las pantallas expanden dichas posibilidades, transformando las maneras de entretenimiento, desde las más banales hasta las más sofisticadas, que sugieren otros imaginarios de la mano con los nuevos tiempos. Este es el desafío que plantean las pantallas con relación a esta dimensión.

Una de las cosas encontradas en este trabajo fue descubrir que las imágenes de las pantallas remiten a cuestiones míticas. Este punto fue un hallazgo, porque si bien es cierto que el imaginario también se encarna en los mitos, esto se mostró en el trabajo hasta encontrarme con los testimonios de los adolescentes entrevistados. Así, el carácter fundante del mito apareció conforme hice el ejercicio de análisis y síntesis de las expresiones. Lo cual permite pensar que el mito, tarde o temprano, deja al descubierto las ilusiones y los sueños del hombre actual, porque, también, se deja hechizar por el canto de las sirenas y sus aspiraciones están guiados por las palabras de sus propios duendes, con el fin de hacer más fácil sus travesías. Por esto creo, que el mito se asienta en nuestras llamadas sociedades tardías, pero son mitos tejidos por los nuevos sueños, las nuevas fascinaciones, los nuevos fantasmas, todos cabalgantes de los nuevos tiempos, de la mano de la explosión de los medios, aunque no siempre se reflexione sobre ello, pero finalmente son hilos conductores de muchas de nuestras acciones y simbolismos (Eliade, M. 1999). En la medida que el hombre moderno le apuesta a ser más racional, paradójicamente lo arcaico encuentra nuevas formas de retorno (Maffesoli, M. 2002), anuncia lo que a veces no queremos mirar: es parte constitutivo de las sociedades, sin importar los tiempos, los progresos, la tecnología y la ciencia. A mi juicio, estos adolescentes encarnan cómo convivimos y vivimos con los mitos, las experiencias por las que pasamos, respondiendo a preguntas como las siguientes: ¿cómo nos construimos? ¿Cómo inventamos nuestros mundos? ¿Cómo materializamos algunas de nuestras creencias?

Es importante señalar que si bien el propósito fundamental de la investigación era dar cuenta cómo la dimensión imaginaria nos ayuda a comprender los sentidos y significados que los adolescentes de escuelas secundarias urbana construyen alrededor de los medios audiovisuales, la experiencia me dejó un cúmulo de aprendizajes. Continuando con ellos, señalo que al iniciar un estudio de esta clase, se parte en ocasiones de ciertas intuiciones, producto de la experiencia, pre-saberes, que tarde o temprano se van afinando a lo largo del trabajo. En esta dirección, uno de los supuestos originarios en el estudio, partía de que la

inscripción social era una unidad de análisis relevante para establecer diferencias cualitativas en el consumo audiovisual entre los adolescentes del medio urbano. Y que, por tanto, serviría como punto de arranque para reflexionar si los grupos compartían o no, ciertas semejanzas con relación a sus formas de Ser, hacer y proceder con su mundo social. Sin embargo, pude encontrar, conforme se desarrollaba el trabajo de campo, que dicha unidad de análisis no marcaba diferencias significativas para inferir reflexiones en esa dirección. Entre otras razones, porque en el consumo audiovisual influyen una serie de factores relacionados con aspectos más allá de lo cuantitativo, que impiden reducir el consumo a determinados factores. Además, la diversidad de Ser de las adolescencias no permiten encontrar un elemento explicativo, para fundamentar patrones generales, por más relevante que éste sea. Por tanto, las valoraciones que el grupo de adolescentes concede al consumo audiovisual dan cuenta de un No a la determinación, de la imposibilidad de sostener un marco explicativo único. Conforme analizaba los comentarios de estos adolescentes esto se hizo más evidente. Pero señalo que dentro de esta complejidad, difícil de describir, por cuestiones metodológicas, intenté encontrar cierto sentido en sus expresiones, *i.e.*, cierta regularidad, porque considero que esta es una de las tareas y una de las contribuciones de una investigación educativa. De esta manera, el origen socioeconómico de las adolescencias no constituyó una variable para establecer diferencias. Al menos fue lo encontrado en este grupo de jóvenes. Otra posible explicación es que tal vez el consumo de los medios audiovisuales, al menos en zonas metropolitanas, con sus diferencias, está al alcance de todos y todas, y la gran mayoría tiene algún tipo de vivencia con las imágenes de las pantallas. Quizá esto permita experiencias comunes en ellos. Este es el hallazgo con relación a este punto.

Lo que sí arrojó diferencias, las cuales desde mis hipótesis de trabajo son importantes, fue la cuestión de género. Tal vez ésta sea una significación imaginaria con demasiado peso en la sociedad que nuestras adolescencias no escapan a ella. En este aspecto, se puede decir, por un lado, que las imágenes

audiovisuales hablan de los imaginarios culturales prevalecientes en nuestra sociedad sobre el culto al cuerpo. Y por el otro, la prevalencia de cierta identificación sobre las diferencias de género, las cuales juegan un orden importante en ciertas posturas tradicionales, justificantes en algunos casos de las desigualdades entre hombres y mujeres. En este terreno los cuerpos de las pantallas revelan varias cosas: un abuso hacia su perfección física, un desaire de lo débil, una búsqueda de la inmortalidad, un culto a la fuerza. Estos imaginarios, en cierta medida, ayudan a sustentar la idea que los usuarios de los medios están construyendo sobre lo corporal la cuestión de la identidad de género, recuperando, en ellas y ellos, el mito griego sobre la belleza física, aunque con nuevas simetrías. Pero no solo este factor subyace en el imaginario adolescente sobre el género, encontré que desde luego otros patrones culturales están presentes, ¿Cuáles? que el mundo rojo, de la violencia, es el de ellos y el mundo rosa, de la dulzura, es el de ellas. Dichos modelos constituyen un elemento básico para inclinar los gustos y las preferencias sobre determinados programas audiovisuales. Así, las mujeres del grupo de investigación no escapan al modelo imaginario construido a su alrededor y los hombres tampoco lo pueden evitar.

Se puede afirmar que para estos jóvenes, los medios audiovisuales de alguna manera reafirman y fijan ciertas diferencias de género. Debo aclarar, también, que al principio llegué a considerar, que por los tipos de programación, dichas diferencias más bien empezaban a desaparecer, tomando en cuenta, por ejemplo, algunas similitudes en las formas de vestir y de hablar entre hombres y mujeres, las cuales no tienen fronteras tan claras en algunas de las series más gustadas por las adolescencias. Pero encuentro que más bien ellos y ellas reafirman algunas, *i.e.*, estos adolescentes todavía piensan que los modelos de género son reforzados de alguna manera por los medios audiovisuales. ¿Qué decir sobre esto? Posiblemente se explique por su edad. Tal vez están conociendo, con el interés propio de sus años de vida, las diferencias corporales, y esto sea una razón para fijarse en lo que físicamente los caracteriza en términos biológicos y psicológicos, siendo factores claves para llamarles suficientemente la atención. La



hipótesis es la siguiente: el hecho de estar emergiendo al conocimiento del cuerpo, provoca en un adolescente detener la mirada en el Otro, descubrir sus diferencias e identificarlas. El drama de lo corpóreo está con suficiente fuerza en ellos y ellas, no para desconocerse más bien para lo contrario. Quizá por estas razones apuntalan sus diferencias de género, y éstas se muestran al preferir determinados programas y series audiovisuales.

Otro de los aprendizajes obtenidos en este trabajo fue descubrir que este grupo de población está siempre atento a la mirada de los pares. Una señal, una mirada, un gesto los motiva a expresarse o a callar. Pero cuando logran sobreponerse y entrar en confianza, son tan elocuentes que se pasan horas defendiendo sus puntos de vista. Esta es una gran lección, sencillamente observo sus comentarios en los grupos de discusión y confirmo lo anterior. Quizá, también buscan escapar de la rutina diaria de las clases, y los grupos de discusión les daban la oportunidad de experimentar algo diferente, porque se presentaba la ocasión de hablar de “temas interesantes”, como me lo hicieron saber. Aunque, debo reconocer que las mujeres están más dispuestas al dialogo, rompen con más facilidad con la figura de autoridad impuesta por un adulto

La investigación no logró dar cuenta de diferencias significativas entre los adolescentes entrevistados de las diversas escuelas, a pesar, como ya lo manifesté, de que el estudio, en un inicio, partía de un supuesto en esa dirección. Por esta razón afirmo que los medios audiovisuales son tan poderosos que logran rebasar toda frontera basada en las diferencias de clase social, porque al tener el don de la ubicuidad se instalan en todas partes y con todos. Al menos los datos arrojan esta conclusión, sin que por ello pretenda convertirla en una generalidad, pero sí me parece algo interesante al concluir este trabajo.

Esto hace meditar en otra cosa: un estudio que pretende acercarse al imaginario instituyente de las adolescencias no puede arrojar reflexiones para todos y todas, siempre está presente lo novedoso. Y en este caso enfrenté una situación de esta

naturaleza. De antemano en una investigación se parte de hipótesis las cuales se ven invalidadas por los sujetos que forman parte del estudio, por lo que ellos piensan, y me parece ser el caso. Sin embargo, una de las reflexiones que subyace, después de haber realizado el trabajo, es tratar de aclarar que nuestros adolescentes no pueden ser conocidos solo por lo que hacen dentro del aula. Fuera de la escuela piensan y hacen muchas cosas, tan valiosas para ellos como las realizadas en las lecciones escolares. Sujetarlos solamente a un marco comprensivo reduce las posibilidades de elaborar acciones educativas más eficaces en el salón de clases. Los medios audiovisuales están aquí, lo cual sugiere aprovecharlos, pero creo que desde los sentidos y significados que tienen en nuestros adolescentes. No se trata de enfoques educativos unilaterales donde se siembre el apocalipsis de estos medios, más bien aprovechar sus experiencias y habilidades en el manejo para que sean ellos mismos quienes digan cómo usarlos en el aula. Encontrar el punto medio en esto es la tarea. La idea que un adolescente se forma de sí mismo, es por lo que hace en la escuela y fuera de ella. La manera de comprender su mundo, cómo socializa con los otros, cómo descubre su cuerpo, su identidad, el tiempo, no están al margen de la cultura audiovisual. El estudio no elimina otras formas de acercarse para conocerlos, ¡por supuesto que no! Por esta razón, desde este punto de vista planteo que las aproximaciones a las adolescencias no pueden ser reducidas a un contexto particular como puede ser la escuela, la casa o el barrio. Son miradas complementarias, siempre sujetas a una nueva investigación, como en este caso es el binomio adolescentes-medios audiovisuales.

Desde la experiencia en el trabajo de campo, señalo que las escuelas todavía son reacias a la visita de alguien extraño al salón de clases, en este caso para establecer un dialogo con los estudiantes. El complicado mundo de una escuela, las normas impuestas, la organización escolar, tal vez sean factores muy propios de una institución educativa en nuestro contexto, quizá por eso existe el temor de que Otros penetren la privacidad de ese mundo. Sin embargo, una vez franqueado

ese obstáculo el trabajo se desarrolló con normalidad. Se pudo visitar a los estudiantes sin posteriores dificultades una vez realizada la primera visita.

### **¿Y la escuela?**

Después de concluir este trabajo, no puedo dejar de meditar sobre el papel de la escuela en el presente contexto. Tal vez en los tiempos actuales se le exijan otras responsabilidades, y una de ellas es que convierta los medios audiovisuales en un recurso educativo permanente para los procesos de enseñanza-aprendizaje. Esta idea no es nueva, pero conviene cerciorarse de ésta en la discusión final, porque pareciera que su existencia, en el imaginario instituido, se sopesa en la medida en que dice *no* a este tipo de medios. Pero después de escuchar a los adolescentes entrevistados, de descubrir la fuerza cotidiana en sus vidas, no se puede permanecer al margen de lo que viven y sienten frente a la pantalla. Por tanto, no podemos cerrar las puertas ante la importancia de los medios en la vida de las adolescencias, porque si aceptamos que la escuela es un espacio para la integración de un estudiante a su mundo, la mejor manera de cumplir con este propósito es tomar en cuenta de forma integral los otros espacios por donde transita, qué hace, cómo vive, y esto no es otra cosa más que contextualizar el hecho educativo porque, por ejemplo, el conocimiento más que descubrirlo lo construyen, es una construcción social que poco a poco van configurando en su medio social, cultural y desde luego tecnológico. En consonancia con esto, si la escuela es un punto de encuentro para los adolescentes, por lo que significa para ellos y la sociedad, es pertinente convertirla en un lugar donde se resignifiquen las experiencias adquiridas en los otros lugares, aprovechando las ventajas que aportan, esto evitará, de alguna forma, que los mensajes audiovisuales se consuman de manera indiscriminada y los aprendizajes obtenidos deriven en posiciones más reflexivas y críticas.

Por otra parte, no podemos negar que las emociones, los sentimientos y los pensamientos, configurados fuera de la escuela, deben ser aprovechados para convertir el salón de clases en un epicentro para potenciar las facultades de

nuestros estudiantes, porque, después de escuchar sus posturas, la tarea pertinente es enfocarse no solo al entendimiento sino también a la imaginación. Por estas razones, el salón de clases debería estar comprometido en alimentar las nuevas estrategias de acercarse al conocimiento, de establecer las convergencias entre los medios audiovisuales y el aula escolar. Esta es una de las enseñanzas que me deja el presente estudio. Reconocer la fuerza de la imaginación en los jóvenes, es algo imposible de ocultar, por eso argumento que se requiere, por parte de los profesores, un uso pertinente, crítico, racional y adecuado de los medios audiovisuales en las tareas escolares, porque las imágenes productos de estos medios, desde el punto de vista de las adolescencias ayudan también a encontrarle sentido a lo que aprenden. Creo que la escuela podría ir de la mano con los medios audiovisuales porque, después de reflexionar sobre sus respuestas, me doy cuenta que algo no los satisface del todo en el salón de clases, por eso en mi opinión, lo educativo se pudiera aventurar en el desafío siguiente: escuela + medios audiovisuales, como una alternativa, entre otras, para mejorar y resignificar la práctica escolar. Y con ello rescatar otro elemento al que ellos le apuestan: la fantasía. ¿Acaso una educación basada en la fantasía no ayuda a que los adolescentes finquen su propio mundo? ¿Acaso la fantasía no logra, a veces, descubrir cosas nuevas? La historia del pensamiento de la humanidad habla de ejemplos importantes con relación al papel que tiene en invenciones científicas importantes, un ejemplo de ello es Einstein. De ahí la propuesta de tomar en serio las fantasías y las experiencias oníricas como dice Maffesoli, M (2002), dejar que nuestros alumnos se lancen preguntas fantasiosas para que puedan llegar a plantear, a su modo, sus propias tesis. Abramos paso a la fantasía, la imaginación, la creación, y a todo aquello que en la actualidad están aprovechando los medios audiovisuales y la escuela no tanto, como lo dicen algunos adolescentes, de lo contrario estaremos descontextualizando el proceso formativo de estos jóvenes.

Desde otra perspectiva, si la escuela es un espacio para facilitar la construcción de utopías debe aprovechar la demanda de los estudiantes de estar comunicados

y conectados. Si es así, los medios audiovisuales pueden ayudar en este proceso, porque instituyen formas un tanto gratificantes para hacerlo, y todo aquello que ayude a esto, en mi opinión, debe ser explotado por los profesores y profesoras, porque debemos reconocer que si estos medios no lo logran totalmente, o al menos como lo deseamos, la escuela puede ser la gran vencedora. ¿Por qué creo esto? Porque al descubrir en este grupo de adolescentes cómo los medios audiovisuales favorecen diversas maneras de canalizar la creatividad y la innovación, el salón de clases puede ayudar a encontrar un mejor sentido a aquello que se construye, permitiendo amplificar la aplicación y el desarrollo de nuevas competencias escolares. Así las imágenes de las pantallas se nos muestran como una posibilidad en materia de análisis, de reflexión, discursos y posiciones de los estudiantes, es decir, también pueden ser explotados desde el aula para la deconstrucción y la formación de valores éticos, cognitivos y estéticos. Por consiguiente, este es uno de los compromisos a los cuales debemos encaminar el asunto de la educación en la nueva sociedad del conocimiento, estaríamos satisfechos de escuchar decir a nuestros alumnos: “ a la escuela sí quiero ir” porque se va al encuentro no solo de experiencias socializadoras sino también cognitivas, dónde se aprenda a conocer las estrategias sobre cómo aprovechar los servicios de intercambio de información en la convergencia: vía los medios-vía la escuela. Si una sentencia actual es: *quien domina el conocimiento manda*, obliga a meditar que no ahora, al menos no ahora, la escuela puede estar ajena y lejana a la revolución provocada por los medios audiovisuales. Ella debe estar al pendiente de las transformaciones actuales para hacer las acotaciones pertinentes, porque a pesar de los temblores tecnológicos, en el imaginario social le seguimos apostando a la escuela. Por eso, no debemos ceder, totalmente, algunas tareas pedagógicas a estos medios, porque está el riesgo de que algunos procesos formativos de los estudiantes queden en manos de una posible manipulación externa a la escuela. Si bien es cierto que nuestra estructura familiar actual, por ejemplo, está dejando de lado algunas funciones formativas, por los diversos problemas que afronta, es conveniente que sea la institución escolar la que diga con una fuerza crítica cuándo y cómo.

Una reflexión más en este apartado está relacionada con las formas de entretenerse. Las imágenes audiovisuales, también configuran imaginarios sobre los modos actuales de entretenimiento. Me parece que para las adolescencias no significa pérdida de tiempo, es parte de la vida, es algo vital, primigenio. Pero, ¿hasta dónde debe quedar exclusivamente en manos de los medios audiovisuales? Creo que la escuela no debe esquivar este punto. No sobreponer el conocimiento al ocio, no verlo como algo inútil sino como parte de la forma de Ser de los jóvenes, porque finalmente ellos son intelecto pero también juego.

Después de escuchar algunas opiniones de los adolescentes entrevistados, todavía encuentro que ellos le guardan un reconocimiento a la escuela. Cierta ambigüedad en sus comentarios sobre los medios que simplifico en él: “sí pero no”, lleva a reconocer que a la escuela todavía se le puede colgar un *trofeo*, este reconocimiento que le guardan, en mi opinión, no debe perderse. Por esta razón no dudo que la escuela puede rescatar a los medios audiovisuales y convertirlos en sus cómplices. Observo dos cosas: (1), el salón de clases está lleno de actos empáticos, (2) la red le está dando a los adolescentes consumidores de las imágenes mensajes digitalizados que aumentan la actividad. Estas dos tareas se pueden empatar, creo es posible hacerlo, y fundar en ellas una práctica educativa más innovadora.

Lo anterior permite llegar a lo siguiente: los nuevos tiempos pensados para la escuela no pueden lograrse sin considerar todo aquello que ayude a posibilitar las experiencias de sus usuarios. Si a los adolescentes, por un lado, las actividades escolares se les muestran como agotadas y los medios audiovisuales, por el otro, les ayudan a cuestionar la manera en cómo se hace el trabajo escolar, conviene buscar alternativas. Sugiero, en este caso, aprovechar los recursos que para las adolescencias resultan ser novedosos. En esta dirección los medios audiovisuales se muestran como una posibilidad posible para ampliar nuestros imaginarios sobre la escuela, que, como llega a suceder con muchas instituciones, al paso del

tiempo se cosifican y pierden su carácter creativo, lo cual hace que debamos orientarla bajo nuevas premisas, de acuerdo a las situaciones históricas concretas que vivimos.

Finalmente, al conocer los sentidos y significados que instituyen los adolescentes, vinculados con los consumos audiovisuales, abren el horizonte para construir marcos de reflexión más profundos sobre este grupo de población. Pensar las adolescencias es problematizar a su alrededor mediante una serie de interrogantes que nos llevan a cuestionar los imaginarios que la sociedad y la escuela han instituido sobre ellos, con el compromiso de transformarlos para dar lugar a nuevos ejes de análisis, muy necesarios en nuestro sistema educativo. Las interrogantes son para no olvidar que nuestros adolescentes no pueden hacer a un lado la imaginación, porque viven y se recrean con ella, es parte de su proyecto como seres humanos contingentes, creativos e históricos. De ahí las interrogantes: ¿cómo se piensan a sí mismos las adolescencias? ¿Los profesores quiénes son para ellos? ¿Qué simboliza para ellos la escuela? ¿Cómo inventan sus utopías? ¿Cómo construyen otras formas de aprender? Estas interrogantes que tal vez no sean nuevas, siguen abiertas para futuras investigaciones.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

- Abbagnano, N. (1961/1987). *Diccionario de Filosofía*. Trad. Alfredo Galletti. México: FCE
- Adorno, T. (1976). *Terminología filosófica*. T. I. Madrid: Ed. Taurus.
- Alegría Margarita y Sánchez Graciela. (2008). Los excesos sobre el cuerpo. En: Muñiz, E. (2008). *Registros corporales*. (463-485) México: Ed. UAM.
- Alonso A., y Arzo I. (2002) *La Nueva ciudad de dios*. Madrid: Ed. Siruela.
- Anzaldúa, R. (2004). *La docencia frente al espejo*. México: Ed. UAM-X.
- Appadurai, A. (1996/2001). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires: Ed. F.C.E.
- Arriaga, J.L. (1980). *Diccionario de Mitología*. Bilbao: Ed. Mensajero.
- Augé, M. (1998). *La guerra de los sueños*. Trad. Alberto Bixio. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Aumont, J. (1990/1992). *La imagen*. Trad. A. López Ruiz. Barcelona: Ed. Paidós.
- Bachelard, G. (1943/1989) *El aire y los sueños*. Trad. Ernestina Champourcin. México: Ed. FCE.
- Balandier, G. (1994) *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Trad. Manuel Delgado. Barcelona: Ed. Piados.
- Barbero y Rey. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Barthes. (1957). *Mythologies*. Francia: Ed. Du Senil.
- Barbero, M. Y Ochoa, A. (2005) Políticas culturales. En Mato Daniel (comp.) *Cultura, política y sociedad*. Buenos Aires, Arg. CLACSO.
- Baudrillard. J. (1980/1993). *El intercambio simbólico y la muerte*. Trad. Carmen Rada. Caracas: Ed. Monte Ávila.
- Baudrillard. J. (2000). *Mots de passe*. París: Ed: Biblio essais.
- Baudrillard. J. (2004) *El sistema de los objetos*. XVIII ed. México: Ed. Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1986/2006). *La société de consommation*. París: Ed. Folio essais.



- Bettelheim, B. (1977). *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. Trad. Silvia Furió. Barcelona: Ed. Crítica.
- Bohnsack, R. (2004) Group Discussion and Focus Groups. En Flick, Von Kardorff y Steinke. *Qualitative Research*. London, Ed: SAGE.
- Bourdieu, P. (1984/1990). *Sociología y Cultura*. Trad. Martha Pou. México: Ed. Grijalbo.
- Bourdieu, P (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1979/2003). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Trad. Ruiz De Elvira. México: Ed. Taurus.
- Buonanno, M (1999). *El drama televisivo*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Carlón, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo*. Buenos Aires: Ed. La crujía.
- Cassirer E. (1944/1987). *Antropología filosófica*. México: Ed. FCE.
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. I. México: Ed. Siglo XXI.
- Castoriadis C. (1975/1998a) *La institución imaginaria de la sociedad*. Tomo. I Barcelona: Ed. Tusquets
- Castoriadis C. (1977/1998b) *Imaginación, Imaginario, reflexión. Hecho y por hacer*. Buenos, Aires: Ed. EUDEBA.
- Castoriadis C. (2002/2004) *Sujeto y verdad en el mundo histórico-social*. Buenos, Aires: Ed. FCE.
- Castoriadis C. (2000/2005a) *Ciudadanos sin brújula*. México: Ed. Coyoacán.
- Castoriadis C. (2005b) *Los dominios del hombre*. 4ta. Reimp. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Castoriadis C. (2005c). *Une société á la dérive. Entretiens et débats 1974-1997*. Enrique Escobar (Ed). Paris: Ed. Du Seul.
- Cea D'ancona, Á. (2001). *Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Ed. Síntesis.
- CENEVAL. 2006. *Resultados Educativos: la secundaria (2003-2004)*. México, D.F.
- Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano*. México: Ed. ITESO.

- Cervera V. (1974). *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales* Vol. I. Madrid: Ed. Aguilar.
- Chevalier J. y Gheerbent A. (1986/1995). *Diccionario de los símbolos*. Barcelona: Ed. Herder.
- Chihu, A. (2002). *Sociología de la identidad*. (35-62). México: Ed. Porrúa-UAM.
- Cirlot, J. E. (2004) *Diccionario de símbolos*. Barcelona: Ed. Ciruela.
- Cohen y Manion. (2002). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: Ed. Muralla.
- Condry, John. (1994/2006). Ladrón de tiempo, criada infiel. En Martí Soler (Ed.) *La televisión es mala maestra*.(pp.61-84). México: Ed. FCE.
- Cook T.D. y Reichardt. (2000). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. 4ta. Ed. Madrid: Ed. Morata.
- Corona, S. (2000) De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores. En Guillermo Orozco (comp.). *Lo viejo y lo nuevo*. (p.95-107). Madrid: Ed. De la Torre.
- Cortés, J.M. (2003). Masculinidad y representación. En Hernández, S. Ed. *Arte, tecnología, cuerpo*. (223-241). Salamanca: Ed. Universidad Salamanca
- Deleuze, G. (1996). *El bergsonismo*. Trad. Luis Ferrero. Madrid: Ed. Cátedra.
- Delgado J. M y Gutiérrez. (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Ed. Síntesis Sociológica.
- De Martín Rojo. (2006). Tender puentes. *Una perspectiva para educar y convivir con los adolescentes*. Barcelona: Ed. Octaedro.
- Donas, B. (2001). *Adolescencia y juventud en América Latina*. Cartago, Costa Rica. Ed. Libro Universitario Regional (LUR).
- Duch, L (1995/1998). *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Ed. Herder.
- Duque, F. (2003). De cyborgs, superhombres y otras exageraciones. En Hernández, S. Ed. *Arte, tecnología, cuerpo*. (167-187). Salamanca: Ed. Universidad Salamanca.
- Durand, G. (1996/2003). *Mitos y sociedades. Introducción a la mitología*. Trad. Sylvie Nante. Buenos Aires: Ed. Biblos.

- Durand, G. (1964/2007). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu Editores.
- Duschatzky, Silvia. (2003) “¿Qué es un niño, un joven o un adulto en tiempos alterados?” en: *Infancias y adolescencias. Teorías y experiencias en el borde*. Buenos Aires: Ed. Novedades educativas. p. 45-52
- Eco, U. (1968/2006). *Apocalípticos e integrados*. Trad. Andrés Boglar. México: Ed. Tusquets.
- Eliade, M (1968/2000). *Aspectos del Mito*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Eliade, M. (1962/1999) *Mito y realidad*. Barcelona: Ed. Kairós.
- Erdheim, M. (1992/2003). *La producción social de la inconsciencia, una introducción al proceso etnopsicoanalítico*. Trad. de Ruiz del Campo. México: ed. Siglo XXI.
- Esteinou, R. (2005). *La juventud y los jóvenes como construcción social*. En Mier y Terán y Rabell. *Jóvenes y niños*. pp 25-37. México: Ed. Porrúa.
- Feixa, C. (1996) Antropología de las edades. En Prat, Martínez (Edit.) *Ensayos de antropología cultural* pp.319-35. Barcelona: Ed. Ariel.
- Fernández, A. (1994). *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Fize, M. (1998/2001). *¿Adolescencia en crisis? Por el derecho al reconocimiento social*. México: Ed. Siglo XXI.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. 2ª. Ed. Madrid: Ed. Morata.
- Freud, S. (1996). *Obras completas*. Trad. López Ballesteros y Torres. Madrid. Ed: Biblioteca Nueva.
- Fuentes, C. (1959/1977). *Las buenas conciencias*. 8ª. Reim. México: Ed. F.C.E
- Jara y Garnica. (2007) *¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público*. México: Ed. IBOPE. AGB.
- Gadamer, Durand, Ricoeur, Vattimo, Panikkar, Aranguren y otros. (2004). *Diccionario interdisciplinar de Hermenéutica*. 4ta. Ed. Bilbao: Ed. Universidad de Deusto.

- Galindo, L. (1998). *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. Xalapa: Ed. Biblioteca Universidad Veracruzana.
- Gándara, M. (1994). Consecuencias metodológicas de la adopción de una ontología de la cultura: una perspectiva desde la arqueología. En Jorge González. *Metodología y Cultura*. México: Ed. Gedisa.
- García C. (1994). *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: IMCINE.
- García, C. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Ed. Grijalbo.
- García, C. (2005). Definiciones en transición En Mato D. (comp.) *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*, pp. 69-81. México: Ed. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Geertz, C. (1991). *La interpretación de las culturas*. México: Ed. Gedisa.
- Gheude, M. (1997). La reunión invisible. En: espacios *públicos e imágenes* Veyrat y Dayan, Comps. Barcelona: Ed. El mamífero Parlante.
- Giddens, Anthony. (1992). *La transformación de la intimidad*. Madrid: Ed. Cátedra.
- Giddens, Anthony. (1997). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Ed. Península.
- Giménez, M. G. (2002). Paradigmas de identidad. En Chihu A. *Sociología de la identidad*. (35-62). México: Ed. Porrúa-UAM.
- Gómez, H. (2007). Tempos mutantes. Jóvenes, experiencias culturales y recepción histórica del cine en una cultura local. En Orozco G. *Un mundo de visiones*. (p. 13-30). México: Ed. ILCE
- González, J. (2002). *El ethos del filósofo*. México: Ed. UNAM.
- Goetz J. y LeCompte M. (1998). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Ed. Morata.
- González, O. (2006). *Las rutas del abandono: la deserción en la escuela secundaria*. Guadalajara, México: Ed. Umbral.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Ed. Taurus.
- Gwinell, E. (1998/1999). *El @mor en Internet*. Trad. Martha Sevilla. Barcelona: Ed. Paidós.

- Hansberg, O. (1996/2001). *La diversidad de las emociones*. México: Ed. F.C.E.
- Haraway, D. (1991/1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres*. Madrid. Ed: Cátedra.
- Heidegger, M. (1927/2004). *El Ser y el Tiempo*. Trad. José Gaos, México:F.C.E Hnos. Grimm. (2005). *La cenicienta*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Hobbes, T. (1994). *El Leviatán*. México: Ed. F.C.E.
- Holtz, D. Los públicos de video. En García C. (1994). *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*. México: IMCINE.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual*. Barcelona. Ed: Gedisa
- Jara y Garnica. (2007) *¿Cómo la ves?* México. Ed: IBOPE.
- Johnson-Laird (1988/1990). *El ordenador y la mente*. Trad. Alfonso Medina. Barcelona: Ed. Paidós.
- Joly, M. (2002/2003). *La interpretación de la imagen*. Trad. Gilles Multigner. Barcelona: Ed.Paidós.
- Julien, N. (1997). *Enciclopedia de los mitos*. Trad. Antonio Bravo. Barcelona: Ed. Océano.
- Kirk, G. (1974/2002). *La naturaleza de los mitos griegos*. Trad. Isabel Méndez. Barcelona: Ed. Paidós.
- Laín, E. (1983). *Teoría y realidad del otro*. Madrid: Alianza Universidad.
- Levi-Strauss. (1962-1994). *El pensamiento salvaje*. Trad. Francisco González. México: Ed. FCE.
- Lotman, Uspenky (1992). On the semiotic mechanism of culture. En *Critical theory since 1965*. Florida: Ed. Hazard Adams & Leroy Searle.
- Maffesoli, M. (2002).Tribalismo posmoderno. En Chihu A. *Sociología de la identidad*. (185.221). México: Ed. Porrúa-UAM.
- Maldonado T. (1992/1999). *Lo real y lo virtual*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Mandler (1983/1986). En: *Los molinos de la mente conversaciones con investigadores de la Psicología*. México: Ed. F.C.E.
- Mann, T. (1999). *Muerte en Venecia*. Barcelona. Ed. Plaza y Janés.

- Mardones y Ursúa. (1999). *Filosofía de las Ciencias Humanas y Sociales*. México: Ed. Coyoacán.
- Martín, T. (2003). *Vida, secretos y costumbres del mundo encantado de las Hadas*: Barcelona: Ed. Óptima.
- Másmela C. (2006) *Dialéctica de la imagen. Una interpretación del Sofista de Platón*. Barcelona: Ed. Anthropos.
- McLuhan Y Powers. (1989/2005). *La Aldea global*. Barcelona. Ed: Mamífero Parlante.
- Mead, M. (1928/1961). *Adolescencia, sexo y cultura*. Barcelona. Ed: Laia
- Mehl, D. (1997). La vida pública privada. En: espacios *públicos e imágenes* Veyrat y Dayan, Comps. Barcelona: Ed. El mamífero Parlante.
- Mier y Terán y Rabell. (2005). *Jóvenes y niños*. México. Ed: UNAM, FLACSO y Porrúa.
- Mink, J.S. En Ricoeur, P. (2001). *Teoría de la interpretación 4ª*. Ed. México: Ed. Siglo XXI.
- Morduchowichs, R. (2003). *Comunicación, medios y educación*. Barcelona: Ed: Octaedro.
- Morin, E. (1956/2001). *El cine o el hombre imaginario*. Trad. Ramón Gil N. Barcelona: Ed. Piados comunicación 127.
- Muñiz, E. (2008). *Registros corporales*. México: Ed. UAM.
- Muuss, R.E. (1991). *Teorías de adolescencias*. México: Ed. Paidós.
- Nateras, A. (2002). Las identificaciones en los agrupamientos juveniles urbanos: "Graffiteros y góticos". En Chihu A. *Sociología de la identidad*. (185.221). México: Ed. Porrúa-UAM.
- Nicol, E. (1946/2004). *La idea de hombre*. México: Ed. Herder.
- Olivé, León. (1994). Identidad colectiva. En: *La identidad personal y colectiva*. Eds. Olivé y Salmerón. México: Ed. UNAM.
- Orozco, G. (2000). Televidencias, una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión. En Guillermo Orozco (comp.). *Lo viejo y lo nuevo*. (p.109-119). Madrid: Ed. De la Torre.

- Orozco, G. (2007). *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México: Ed. ILCE.
- Ortiz, Renato. (2004) La redefinición de lo público: entre lo nacional y lo transnacional. En García C. *Reabrir espacios públicos. Políticas culturales y ciudadanía* pp. 21-41 México: Ed. UAM y Plaza y Valdés.
- Papalini, V. Anime. (2006). *Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: Ed. La crujía.
- Paz, O. (2004). *El Laberinto de la Soledad*. 3ª. Reimp. México: Ed. F.C.E.
- Pearson, J. Turner, L. y Todd, M. (1985/1993). *Comunicación y género*. Trad. Cristina Rodríguez. Barcelona: Ed. Paidós.
- Pérez, T. (2003) *Internet y naufragos*. Madrid: Ed. Trotta
- Perrault, C. (2005). *La hermosa durmiente*. Alicante: Biblioteca Virtual de Miguel de Cervantes.
- Piaget, J. (1989). *Tratado de Lógica y conocimiento científico. Naturaleza y métodos de la Epistemología*. Vol. I. México: Ed. Paidós.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0*. Buenos Aires: Ed. Paidós.
- Platón. (1983). *Laques*. Trad. Ute Smichdt. México, D.F. UNAM.
- Platón. (1986/1992). Diálogos. *La República*. Trad. Eggers Lan. Madrid: Ed. Gredos
- Popper, Karl. (1994/2006). Una patente para producir televisión. En Martí Soler (Ed.) *La televisión es mala maestra*. (pp.37-49). México: Ed. FCE.
- Poveda, J.M. (1997). *Chamanismo*. Madrid. Ed: Temas de hoy.
- Propp, V. (2000). *Raíces históricas del cuento*. 3ª. Ed. Trad. Martín Arancibia. México: Ed. Colofón.
- Quintanilla, M. A. (2003). La creatividad y las máquinas. En: Hernández, D. *Arte, cuerpo, tecnología*. (pp.109-135). Salamanca: Ed. Universidad Salamanca.
- Ragin, Ch. (2007). *La construcción de la investigación social*. Bogotá. Ed: Siglo de Hombre Editores.
- Reale y Antiseri. (1988/1995). *Historia del Pensamiento Científico y filosófico*. T. II Barcelona. Ed: Herder.

- Repoll, J. (2007). La TV, entre nosotros y los otros. Estudio de audiencias multiculturales en situación de interculturalidad. En Orozco G. *Un mundo de visiones*. (p. 99-115). México: Ed. ILCE.
- Rojas, M. (2006) *El imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires: Ed. Prometeo libros.
- Roldán, C. (2001). Desarrollo de adolescentes y jóvenes en zonas de pobreza y marginación. En Donas, B. (comp.) *Adolescencia y juventud en América Latina* (pp. 131-150). Cartago, Costa Rica: Ed. Libro Universitario Regional (LUR).
- Rosaldo, R. (1991). *Cultura y verdad*. México: Ed. Grijalbo.
- Roszak, T. (1986/2005). *El culto a la información*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Sabido, O. (2009). El extraño. En León Emma. *Los rostros del Otro*. pp.25-57. México. Ed: Antrhopos.
- Sánchez, C. (1998) Imaginario. En Gadamer, Durand, Aranguren, Trías, Pannikar, Ricoeur, Vatimo y otros. *Diccionario de Hermenéutica* pp. 342 -351. 4ª. Ed. Bilbao: Ed. Universidad de Deusto.
- Sartre, J. P. (1985). *Existencialismo es un humanismo*. México: Ed. Quinto Sol
- Sánchez, A. (1998). *Tiempo y sentido*. Madrid: Ed. Bioteca Nueva. UNED.
- Sánchez R. (2000). *Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000*. México: Ed. Océano.
- Sartori, G. (2005) *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Ed. Taurus.
- Serra, S. (2003) en: Infancias y adolescencias. *Teorías y experiencias en el borde*. pp.15-22 Buenos Aires: Ed. Novedades educativas.
- Solans, P. (2003). Del espejo a la pantalla. En Hernández, S. Ed. *Arte, tecnología, cuerpo*. (137-166). Salamanca: Ed. Universidad Salamanca.
- Suárez, M. (2005). *El grupo de discusión. Una herramienta para la investigación cualitativa*. Barcelona: Ed. Laertes.
- Tessier, G. (2004). *Comprender a los adolescentes*. Barcelona. Ed. Octaedro.
- Torrance, R. (2006). La búsqueda espiritual. Trad. José Quingles. Madrid: Ed. Siruela.



- Torres, P. (2007). Los nuevos modelos de la sociedad en el cine mexicano contemporáneo y su recepción en la audiencia de Guadalajara. En Orozco G. *Un mundo de visiones*. (p. 31-47). México: Ed. ILCE.
- Vera, J.M. (2001). *Castoriadis (1922-1997)*. Madrid: Ediciones del Orto.
- Villoro, L. (1993) En Olivé León. *Ética y Diversidad Cultural* pp.131-154. México: Ed. UNAM.1993.
- Vizcarra, D. y Fernández, R. (2006) Comp. *Disertaciones. Aproximaciones al conocimiento de la juventud*. Guadalajara: Ed. Instituto Jalisciense de la Juventud.
- Weber M. (1976). *Sobre las teorías de la ciencia sociales*. Trad. Michael Faber. Wisconsin: Ed. Futura.
- Wittgenstein, Ludwig. (1958/1999) *Investigaciones filosóficas*. Trad. García Juárez y Moulines. España: Ed. Altaya.
- Wolton, D. (1997). Imagen, imagen, cuando nos atrapas... En Veyrat-Masson y Daniel Dayan. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Yehya, N. (2001). *El cuerpo transformado*. México: Ed. Paidós.
- Zamora, F. (2008). *La filosofía de la imagen*. 2ª. Reimp. México: Ed. UNAM.
- Zillmann y Bryant. (1996) Comp. El entretenimiento como efecto de los media. Trad. Montserrat Basté-Kraan. En Zillmann y Bryant. *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. Paidós.

## **Revistas**

- Acosta y Cano. (1980) ¿Qué ofrece la televisión infantil? *Revista mexicana de Ciencias Sociales*.
- Argueta, J. (1994). La oralidad en los linderos del siglo XXI. *Revista la Jornada semanal*. No.287.
- Berga Timoneda, A. C. (2003). Los procesos de riesgo social en las adolescentes. *Revista de estudios sobre juventud* (19) 116-135.
- Bergua, Ángel. (2002). Lo social instituyente y la imaginación. *Acciones e investigaciones sociales*. (15) 29-55.

- Bueno, Márquez (2006). Consumos culturales mass mediáticos en tiempos de globalización [versión electrónica]. *La Iniciativa de Comunicación* pp.34-195.
- Feixa, C. (2003). Del reloj de arena al reloj digital. *Revista de estudios sobre juventud* (19) 6-28.
- Liceras, A. (2005). Medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales. *IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*. [Versión electrónica]. (46) 109-124.
- Mass, González. (2005, Diciembre). De memorias y Tecnologías [versión electrónica]. *Estudios sobre las culturas contemporáneas* pp.193-220.
- Nivón, E. (2000). Política cultural en el Distrito Federal ante el nuevo gobierno. En *Revista mexicana de sociología* (2/2000). Pp193-213.
- Rodriguez, M. (2005). Afectividad y consumo cultural en jóvenes urbanos. Música y canciones de amor. En *Versión. Estudios de comunicación y política*. Pp.127-147.
- Udelson, P. (1994) Qualitative Research for health programmes. Division of Mental ealth World Healt Organización, Geneva.
- Zermeño, F (2001, diciembre). Reflexiones sobre el método para explorar la relación entre las tecnologías vía pantalla y la construcción de las identidades juveniles [versión electrónica]. *Estudio sobre las Culturas Contemporáneas*. Pp.127-150

### **Tesis**

- Palencia, V. (2007) La construcción de la ciudadanía de los estudiantes de tercero de secundaria en tres contextos escolares. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara.

### **Páginas electrónicas**

- Borgatti, Steve. <http://www.analytictech.com/borgatti/etk2.htm>

<http://usuarios.iponet.es/casinada/19atlas.htm>

[http://www.encyclomedia.edu.mx/Conoce Enciclomedia/Que es/index.html](http://www.encyclomedia.edu.mx/Conoce_Enciclomedia/Que_es/index.html)

<http://www.Conapo.gob.mx>

<http://www.gobernación.gob.mx/encup/>

[http://www.gob.mx/pord\\_serv/contenidos/español/catalogo](http://www.gob.mx/pord_serv/contenidos/español/catalogo)

## **Ponencias**

Petit, C. (2004, julio). *Educación y cultura de la imagen*. Ponencia presentada en el Consejo Superior de Educación Católica, Buenos Aires Argentina.

## **Periódicos**

Los reprobados son el talón de Aquiles de Educación Jalisco (2006, agosto 6). *El Informador* p.4-B

Alarmante deserción escolar. Esto ocurre más en secundaria. (2007, Abril 17). *El nuevo siglo* p. 65)

**Anexo no. 1**

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

INSTRUCCIÓN

Te pedimos que escuches con atención las indicaciones que vas a recibir y que escribas claramente tus respuestas.

**1. Cuando buscas algún tema de tarea ¿a qué medio recurre?**

---

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

---

**2. Cuando tienes tiempo libre ¿qué medio prefieres?**

---

—

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

\_\_\_\_\_

---

\_\_\_\_\_

**3. Cuando estás acompañado con amigos ¿qué medio les divierte más?**

---

—

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**4 .Cuando estás solo ¿qué medio te divierte más?**

\_\_\_\_\_  
—

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5. ¿Cuándo buscas información sobre los adolescentes cuál medio te la proporciona?**

\_\_\_\_\_  
—

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos y por qué.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

---

**6. De las palabras que a continuación se mencionan ¿cuáles crees que reflejan más el Internet? Subraya cinco respuestas:**

La fantasía   Lo creativo   Lo irreal   Lo virtual   La verdad   Lo nuevo   Lo fácil

La manipulación   Lo inmediato   La participación

**7. De las palabras que a continuación se mencionan ¿cuáles crees que reflejan más los videojuegos? Subraya cinco respuestas:**

La fantasía   Lo creativo   Lo irreal   Lo virtual   La verdad   Lo nuevo   Lo fácil

La manipulación   Lo inmediato   La participación

**8. De las palabras que a continuación se mencionan ¿cuáles crees que reflejan más el radio? Subraya cinco respuestas:**

La fantasía   Lo creativo   Lo irreal   Lo virtual   La verdad   Lo nuevo   Lo fácil

La manipulación   Lo inmediato   La participación

**9. De las palabras que a continuación se mencionan ¿cuáles crees que reflejan más el cine? Subraya cinco respuestas:**

La fantasía   Lo creativo   Lo irreal   Lo virtual   La verdad   Lo nuevo   Lo fácil

La manipulación   Lo inmediato   La participación

**10. De las palabras que a continuación se mencionan ¿cuáles crees que reflejan más la televisión? Subraya cinco respuestas:**

La fantasía   Lo creativo   Lo Irreal   Lo virtual   La Verdad   Lo nuevo   Lo Fácil

La manipulación   Lo inmediato   La participación

**11. En el Chat ¿qué es lo interesante? Subraya tres respuestas:**

Que no conoces a las personas

Que ellos tampoco no te conocen

Que puedes decir mentiras

Que encuentras nuevos amigos

Que puedes cambiarte de nombre  
pasa nada

Que puedes decir cualquier cosa y no

**12. En cuál de ellos el tiempo se pasa sin que te des cuenta?**

\_\_\_\_\_

—

Ahora te pedimos que nos digas por qué elegiste uno de ellos y por qué.

Yo elegí

\_\_\_\_\_ porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**13. ¿Por qué crees que las imágenes de los medios son atractivas? Subraya tres respuestas:**

Porque son reales Porque son rápidas Porque ahí el tiempo no cuenta

Porque inventas cosas y personajes

Porque presentan muchas fantasías

**14. ¿Te gusta ir al cine? ¿Por qué? Subraya una respuesta:**

Te gusta la película Porque vas con tus papás Vas a cotorreártela con tus amigos

**15. ¿Qué dirías de la tele? Subraya una respuesta:**

Se puede vivir sin tele      No se puede vivir sin tele      Da lo mismo tener tele o no

**16. ¿Qué dirías del cine? Subraya una respuesta:**

Se puede vivir sin ir al cine      No se puede vivir sin ir al cine      Da lo mismo ir o no al cine

**17. ¿Qué dirías del Internet? Subraya una respuesta:**

Se puede vivir sin Internet      No se puede vivir sin Internet      Da lo mismo tener Internet o no

**18. ¿Qué dirías de los videojuegos? Subraya una respuesta:**

Se puede vivir sin jugar videojuegos      No se puede vivir sin jugar videojuegos  
Da lo mismo jugar o no a los videojuegos

**19. ¿Qué dirías del radio? Subraya una respuesta:**

Se puede vivir sin la radio      No se puede vivir sin la radio      Da lo mismo tener radio o no

**20. Las imágenes que ves y escuchas en los medios tu las relacionas con: (subraya cinco respuestas)**

El espacio tridimensional      El pasado, el presente y el futuro      Ciencia-ficción  
Lo real y lo verdadero      Lo nuevo y lo rápido      El mundo futurista  
Las emociones y los sentimientos      Con nuevos personajes

**21. Las imágenes que ves y escuchas en los medios también presentan: (subraya cinco respuestas)**

Personajes con mucho poder      Los valores de lo bueno y lo malo



El manejo de la técnica del futuro      La vida como creación **no** humana

La fuerza de las máquinas      Un mundo mejor que el actual

Personajes que no requieren cuerpo para existir

**22. Ahora te pido que contestes lo siguiente:**

¿Cuántas horas al día escuchas radio? \_\_\_\_\_

¿Cuántas horas al día ves televisión? \_\_\_\_\_

¿Cuántas horas al día accedas al Internet? \_\_\_\_\_

¿Cuántas horas al día juegas a los videojuegos? \_\_\_\_\_

¿Cuántas veces al mes vas al cine? \_\_\_\_\_

**23. Ahora dime cuál medio no tienes en casa pero te gustaría tenerlo**

\_\_\_\_\_

## Anexo No.2

Ejemplo de cómo se trabajó la hoja de datos con base en el SPSS

ENTREVISTA	SEXO	EDAD	RADIO	TELEVISIÓN	V. JUEGOS	INTERNET	CINE POR MES	XVI
1	F	14	19	10	0			Videojuegos
2	m	14	2	20	25	5	2	Cine
3	m	14	0	24	7	7		Cine
4	F	14		10	2		0.25	Internet
5	F	14	14	7	0	4		Internet
6	m	14	0	36	18	8	4	Cine
7	m	15	0.3	9	6	5	1	
8	m	14	14	17.5	7	10	2	Cine
9	F	14	0	55	0	2		Internet
10	F	14	4.5	21	7	7	8	Internet
11	m	14	14	28	18	10	6	Internet
12	F	14	24	24	0	2		
13	F	14	21	30	40	15		Cine
14	m	14	72	50	20	0	0	Teléfono
15	m	14	21	56	10	5		
16	m	14	10	20	5	13		Cine
17	F	14	2	4	0	1	4	Cine
18	F	14	6	8	3	4	1	
19	m	15	13	10	7	5	6	Internet
20	F	14		5			4	Cine
21	F	15	2	3	0.3	0.3	1	
22	m	14	30	20	40			
23	m	14	3	28	30	10	1	
24	m	14	3	6	10			Internet
25	m	15	7	14	2	1		Internet
26	F	14	5	10	2	0		Internet
27	m	14	1	4	2	3	1	
28	f	14	12	30	0	5		
29	m	15	17	16	10	1		
30	m	14	3	64	7	2	1	
31	f	14	14	28		4	1	
32	f	14	30	12	3	34	4	
33	m	14	5	21	5	2		Cine
34	f	14	12	4		4	4	

35	m	15	16	9	10			
36	f	14	6	60	3	2	0.25	Internet
37	f	14	30	8		5		Internet
38	f	14	5	12	1	1		Internet
39	m	15	28	56	14	14	3	Internet
40	f	14	15	6	8	2		Internet

Ejemplo de cómo se analizaron las frecuencias y proporciones con base en el SPSS

P16		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Se puede vivir sin jugar videojuegos	14	45,2	45,2	45,2
	No se puede vivir sin jugar videojuegos	7	22,6	22,6	67,7
	Da lo mismo jugar o no a los videojuegos	10	32,3	32,3	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Quando estás acompañado con amigos ¿Qué medio les divierte más?

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
P3	Radio		1	1
	Internet	1	1	2
	Videojuegos	9	2	11
	Televisión	1	3	4
	Cine	7	6	13
<b>Total</b>		18	13	31

Cuando estás solo ¿Qué medio te divierte más?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	<b>Radio</b>	8	25,8	25,8	25,8
	<b>internet</b>	9	29,0	29,0	54,8
	<b>videojuegos</b>	4	12,9	12,9	67,7
	<b>Televisión</b>	9	29,0	29,0	96,8
	<b>Cine</b>	1	3,2	3,2	100,0
	<b>Total</b>	31	100,0	100,0	

### Anexo No.3

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL  
GUIÓN DE GRUPO DE DISCUSIÓN  
Secundaria No.44

¿Por qué dicen sus compañeros que la Internet enseña mejor que la escuela? Se aprende más en la escuela o en la computadora?

¿Les parece mejor que en lugar de buscar en libros la tarea que les dejan los maestros es preferible buscarla en la Internet? ¿Por qué? ¿En qué circunstancias tiene mayores ventajas?

¿Por qué dicen sus compañeros que buscar información en la computadora es fácil y rápido?

¿Por qué en ocasiones, para algunos de sus compañeros se vuelve aburrido buscar información en libros y enciclopedias?

¿Por qué algunos de sus compañeros prefieren estar en la Internet, los videojuegos o la televisión que ir a una plaza comercial, al centro o a un parque?

¿De qué se pierde un joven de su edad que no usa la Internet?

¿Por qué afirman que cuando un compañero busca información sobre los adolescentes le recomendarían la Internet?

¿Por qué relacionan la Internet con lo virtual y lo fácil?

¿Por qué la mayoría de los hombres dicen que no se puede vivir sin la Internet, y por qué a las mujeres les da lo mismo?

¿A creen que se deba que la mayoría no tenga Internet en su casa?

¿Por qué algunos de sus compañeros creen que es más fácil encontrar amigos en la Internet que en la escuela?

Para ustedes ¿Con quién tienen menos problemas con sus compañeros que ven todos los días o con los amigos de la red que no se conocen?

¿Cuándo platican con ustedes algunos de sus compañeros sí les comentan que tienen más amigos en la red que en el salón de clases? ¿Qué les dicen?

¿Cómo le hacen para identificarse en la red? ¿Sus amigos virtuales tienen el nick de ustedes? ¿Cómo se identifican con ellos?

¿Ustedes pueden cambiar de nick cada vez que quieren?

¿Ustedes cuando chatean saben quien está del otro lado?

¿Díganme por qué a muchos adolescentes les gusta estar solos en la Internet?

¿Por qué algunos jóvenes no se cansan de estar en la Internet, los videojuegos y la tele? ¿Creen ustedes que se les pasa el tiempo muy rápido?

¿Por qué creen sus compañeros y compañeras, por ejemplo que la Internet y los videojuegos presentan nuevas realidades?

¿Por qué algunos de sus compañeros prefieren estar en la Internet, los videojuegos y la televisión que ir al centro, a un centro comercial o a un parque?

## **Televisión**

¿Por qué a sus compañeros les gustan las imágenes de las mujeres que salen en la televisión y a sus compañeras las de los muchachos?

¿Por qué algunas adolescentes quieren que sus cuerpos se parezcan a los de sus ídolos, ya sean artistas o deportistas?

¿Qué programas les gustan a las mujeres y cuáles a los hombres en la televisión?

¿Cuándo ven por ejemplo mujeres desnudas y hombres en la Internet son reales?

¿Por qué la mayoría dice que se puede vivir sin televisión?

## **Video**

¿Por qué a las mujeres casi no les gustan los videojuegos?

¿Cómo es el cyborg del cuerpo del hombre y cómo en la mujer?

¿Están de acuerdo en que algún día en el futuro las personas serán cyborgs?

¿Qué emociones les despiertan los programas donde los personajes son los cyborgs?

¿Por qué a pesar de que a los hombres les gustan los videojuegos dicen que se puede vivir sin ellos?

## **Cine**

Antes por ejemplo los adolescentes veían películas del Santo hoy ven Las crónicas de Narnia, Harry Potter, Los seis signos de la luz, ¿qué diferencias encuentran?

¿Qué piensan de las historias del cine en esas películas que ven?

¿Por qué crees que algunos compañeros suyos se identifican con personajes como Harry Potter?

¿Con qué personajes de otras películas les platican que se identifican?

¿Les gustaría por ejemplo que en la clase de historia les narraran la vida de los héroes cómo lo hacen en las películas?

¿Por qué a la mayoría de sus compañeros les gusta ir al cine acompañados?

¿Por qué se puede vivir sin ir al cine?

¿Por qué la mayoría de sus compañeros relacionan el cine con la fantasía?

## **Radio**

¿Por qué las mujeres escuchan más la radio que los hombres?

¿En qué sentido creen que a ellas las relaja la radio?

¿Qué cosas les enseña la radio?

¿Ustedes creen que es posible un mundo sin imágenes?

¿Por qué algunos jóvenes dicen que cada que encienden la pantalla se encuentran con cosas nuevas y diferentes?

## **Tiempo**

Algunos de sus compañeros dicen que el tiempo se pasa muy rápido cuando están frente a la Internet, la televisión y los videojuegos por ejemplo, ¿Por qué creen que es así, ustedes qué punto de vista tiene con relación a esto?

¿Por qué el tiempo en la escuela se les hace largo?

¿Y en verdad en las series de fantasía no se nota si es presente, pasado o futuro?

¿Creen ustedes que en esas series se puede manejar la línea del tiempo?

¿Por qué dicen sus compañeros que la Internet enseña mejor que la escuela? Se aprende más en la escuela o en la computadora?

¿Les parece mejor que en lugar de buscar en libros la tarea que les dejan los maestros es preferible buscarla en la Internet? ¿por qué? ¿en qué circunstancias tiene mayores ventajas?

¿Por qué dicen sus compañeros que la información de la computadora es cierta?

¿Por qué en ocasiones, para algunos de sus compañeros se vuelve aburrido buscar información en libros y enciclopedias?

¿Por qué para algunos de sus compañeros hace más falta la Internet y la televisión que las enciclopedias?

Cuándo alguno de ustedes busca información de tarea en la Internet ¿qué páginas les parecen más interesantes? ¿Por qué son más atractivas?

¿En qué son diferentes las cosas que suceden en el salón de clases y en la Internet?

¿De qué se pierde un joven de su edad que no usa la Internet?

¿Por qué algunos jóvenes no se cansan de estar en la Internet, los videojuegos y la tele? ¿Creen ustedes que se les pasa el tiempo muy rápido?

¿Por qué algunos jóvenes de su edad prefieren ir a chatear que a un parque, o un centro comercial?

¿Por qué algunos de sus compañeros creen que es más fácil encontrar amigos en la Internet que en la escuela?

Para ustedes ¿Con quién tienen menos problemas con sus compañeros que ven todos los días o con los amigos de la red que no se conocen?

¿Cuándo platican con ustedes algunos de sus compañeros sí les comentan que tienen más amigos en la red que en el salón de clases? ¿Qué les dicen?

¿Cómo le hacen para identificarse en la red? ¿Sus amigos virtuales tienen el nick de ustedes?

¿Cómo se encuentran con sus amigos virtuales en la red? Es difícil o más bien fácil? ¿Cómo se identifican con ellos?

¿Ustedes pueden cambiar de nick cada vez que quieren?



¿Se tiene que aprender a manejar el nick? ¿Se requiere tiempo para poder hacerlo?

¿Ustedes cuando chatean saben quien está del otro lado?

¿Por qué creen sus compañeros y compañeras que la Internet y los videojuegos presentan nuevas realidades?

¿Qué diferencias encuentran en ver la televisión y jugar a los videojuegos y entrar a la Internet?

¿Díganme por qué a muchos adolescentes les gusta estar solos en la Internet?

¿Por qué a sus compañeros les gustan las imágenes de las mujeres que salen en la televisión y a sus compañeras las de los muchachos?

¿Por qué algunas adolescentes quieren que sus cuerpos se parezcan a los de sus ídolos, ya sean artistas o deportistas?

¿Qué programas les gustan a las mujeres y cuáles a los hombres en la televisión?

¿Cuándo ven por ejemplo mujeres desnudas y hombres en la Internet son reales?

¿Por qué a las mujeres casi no les gustan los videojuegos?

¿Qué se requiere en los videojuegos fuerza física o agilidad mental?

¿Cómo es el cyborg del cuerpo del hombre y cómo en la mujer?

¿Están de acuerdo en que algún día en el futuro las personas serán cyborgs?

¿Por qué algunos de sus compañeros dicen que es más aburrido leer un libro que ver una película o jugar a los videojuegos?

Antes por ejemplo los adolescentes veían películas del Santo hoy ven Las crónicas de Narnia, Harry Potter, Los seis signos de la luz, ¿qué diferencias encuentran?

¿Qué piensan de las historias del cine en esas películas que ven?

¿Por qué crees que algunos compañeros suyos se identifican con personajes como Harry Potter?

¿Con qué personajes de otras películas les platican que se identifican?

¿Les gustaría por ejemplo que en la clase de historia les narraran la vida de los héroes cómo lo hacen en las películas?

¿Por qué a la mayoría de sus compañeros les gusta ir a los cines acompañados?

¿Por qué las mujeres escuchan más la radio que los hombres?

¿En qué sentido creen que a ellas las relaja la radio?

¿Qué cosas les enseña la radio?

¿Ustedes creen que es posible un mundo sin imágenes?

¿Qué emociones les despiertan los programas donde los personajes son los cyborgs?

¿Por qué algunos jóvenes dicen que cada que encienden la pantalla se encuentran con cosas nuevas y diferentes?

¿Cuándo ven un video no se sienten abrumados por tantas imágenes?

¿Ustedes creen que los medios presentan todo tipo de programas, sin límites?

Algunos de sus compañeros dicen que el tiempo se pasa muy rápido cuando están frente a la Internet, la televisión y los videojuegos por ejemplo, ¿Por qué creen que es así, ustedes qué punto de vista tiene con relación a esto?

¿Y por qué el tiempo en la escuela se les hace largo?

¿Y en verdad en las series de fantasía no se nota si es presente, pasado o futuro?

¿Creen ustedes que en esas series se puede manejar la línea del tiempo?

#### Anexo No. 4

### TRANSCRIPCIÓN DE UNA PARTE DEL GRUPO DE DISCUSIÓN REALIZADO CON ALUMNOS DE LA SECUNDARIA # 40

FECHA: 11 de Abril del 2008

HORA: 16:30

LUGAR: Biblioteca de la escuela

TOTAL DE ALUMNOS PARTICIPANTES: 5 hombres y 5 mujeres.

DURACIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN: 2 hrs y 17 minutos.

Preámbulo:

El maestro Nava agradece a disposición de los estudiantes en esta segunda etapa de la investigación. Les comenta qué están formando un grupo de discusión y que es pertinente que todos opinen, manifiesten sus ideas aunque vayan en contra de alguno de sus compañeros o compañeras. Les informa que él va a realizar una serie de preguntas, que surgen de la entrevista aplicada a todo su grupo y que cada quien dé su opinión al respecto. Dicho esto, se dispone a comenzar con el círculo de opiniones.

Mtro.

Cuando les preguntaba el número de horas que dedican a la Internet, a los videojuegos y a la televisión algunos de sus compañeros comentan que no cansan por qué dicen eso?

H

Por ejemplo; yo ya estoy acostumbrado, en los video-juegos ya no me canso ni me canso los ojos

H

Yo pienso que sí cansa por las horas que pasas y la luz te llega a los ojos

Mtro.

Pero muchos de sus compañeros eso no les cansa y se puede pasar, unos me decían: yo duro hasta cinco horas

M

Pues ya se les hizo vicio

M

Yo creo que hay personas que cuando no juegan como que les empieza a doler, ya juegan y ya se les quita el dolor

H

Ya es un hábito

M

Está tan entretenidos que no se da cuenta del tiempo

Mtro.

¿Paso lo mismo con los videojuegos, la tele y la Internet?

M y H

Sí

M

De hecho sí, porque yo tengo un ciber-café y este yo soy la que lo tenía que cuidar los fines de semana, pero me ponía en el Internet por la mañana, y hasta a las seis de la tarde ni en cuenta, o sea, si te picas mucho en el Internet porque estás haciendo varias cosas, estas chateando, puedes ver información de la tarea, tiene muchas cosas, también los video-juegos aunque es diferente.

M

Lo de los video-juegos yo creo que es por los niveles, porque dices ya pasé este y ahora quiero pasar el otro

H

A veces yo, por ejemplo los nuevos video-juegos que salieron también ya están incluyendo jugar con otras personas, también eso ya divierte un poco más

M

Y además que hay video-juegos que puedes llevar a donde tú quieres

Mtro.

Entonces le estarían dando la razón a sus compañeros porque encuentran muchas formas de diversión

Todos

¡Sí!

Mtro.

La cuestión de la diversión, es muy amplia como ustedes dicen. Hay algunos jovencitos que prefieren estar en la Internet o en los video-juegos, que irse un rato al parque ¿Por qué prefieren eso?

H

Pues por lo mismo, porque a veces, bueno, por ejemplo, si voy cada semana con mis compañeros y si diario somos los mismos, no cambia, te aburres, sin embargo tienes video-juegos puedes tener varios juegos y te entretienes más pasando de niveles.

M

Siempre hay algo nuevo

M

Siempre tienes algo que hacer, tienes algo con que divertirte y con los amigos no, a veces están nada más sentados y viendo a ver que hacen

M

A parte son diferentes los amigos de la Internet, porque a los amigos de aquí de la escuela los ves diario, y pues en la Internet no, encuentras más, porque chateas, en el Chat te encuentras a diferentes personas que ya tienes diferentes temas con los cuales hablar

M

Pero pues yo creo que, o sea no es nada malo jugar o en los video-juegos o estar en la Internet, pero si lo haces en exceso si es malo, porque puede afectar en exceso, no sé, todo en exceso es malo, todo. Porque tenemos que divertirnos en con algo a veces que vas a una cita médica te aburres y no tienes nada que hacer y pues jugar para que ya no te aburras

Mtro.

Entonces estarían de acuerdo en que el tiempo se pasa muy rápido en el Internet, en los video-juegos y algunos dicen que hasta en la televisión

M

En la tele, también hay muchas cosas como en el Internet

Mtro.

Sí, pero por ejemplo: en la Internet y en los video-juegos el tiempo se pasa muy rápido, y sus compañeros dicen; no se siente el tiempo cuando ya son dos horas y de repente se me hizo tarde

M

Sí, si pasa eso

Mtro.

Hay otra cosa que me encontré a ver ustedes díganme de la experiencia de ustedes y de sus compañeros cuando platican con ellos, pero me encontré con uno de sus compañeros que dice que es más fácil de encontrar amigos en la Internet que en la escuela

M y H

Sí

Mtro.

¿Cuáles son las razones?

M

Es que en la Internet te liberas más, porque no conoces a la persona, es que en la Internet cuando platicas con la persona le puedes decir las cosas que tú quieras, y, en cambio en la escuela pues como que te da más pena

M

Llegar y hablarle al primer no, le puedes echar mentiras de cómo eres, donde vives

M

Eres perfecta en la Internet y en persona no, puedes echar mentiras y nadie se da cuenta

Mtro.

Esta facilidad de encontrar amigos en la Internet y que nadie te conoce te puedes cambiar de nombre

M

A parte de que en persona, cuando recién te ven ya te están juzgando, o sea, por la forma en que te vistes, te empiezan a juzgar y a veces te hacen malas caras como que ya ni te dan ganas ni siquiera de hablarle, por eso también el Internet te da la oportunidad de conocer gente de todo el mundo

Mtro.

Sus compañeros decían que cuando chatean nadie se da cuenta de lo que dicen, exceptuando con quien interactúa detrás de la otra máquina, sin embargo en la escuela si yo le platico a un compañero ese compañero le platica a otro y así sucesivamente, por lo tanto ¿Se puede mentir en la Internet? ¿Qué pasa?

M

Igual, si a la persona que tu no conoces si se lo dice a otra persona, pues tampoco la vas a conocer y no se dan cuenta de nada, cosa que si se lo dices a alguien cercano se lo dice a la otra persona cercana que está ahí junto

Mtro.

¿Con quién tienen menos problemas con sus amigos que ven todos los días o con los amigos que por la red conocen?

M y H

Con los amigos de la red

Mtro.

¿Por qué?

M

Porque no tienes porque o para que pelearte con ellos

Mtro.

Y con los compañeros que están en el aula todos los días

M

También, yo pienso que sería como que los amigos de la Internet no serían unos amigos verdaderos, porque la amistad deben existir problemas, pleitos, etc., pero que después se solucionan, y en el Internet no, como que todo es más superficial, o sea que solo para charlar un rato y todo eso, pero no ya para cosa más seria

Mtro.

¿Ustedes creen que con sus amigos de la red no pelean y con sus amigos de la escuela se ven a diario y es ahí donde se pone más difícil la relación?

M

Sí, a veces haces algo y de cualquier cosita se enojan, o uno también, uno hace algo y uno se enoja. En la escuela haciendo lo que hacen las personas pues si te molesta un poco lo que hacen, pero en cambio en la Internet, hay discusiones de que quien gana; las Chivas o el América, o así, pero solamente de eso, o sea, hay más charla si rondas en el Internet que en la escuela

Mtro.

¿Qué opinan los hombres?

¿Tienen compañeros de salón o vecinos que le dicen que tienen muchos amigos en la red que en el salón?

M y H

Sí

Mtro.

¿Y qué les responden? ¿Qué les dicen?

M

Que es más fácil conseguir amigos en el Internet

H

Tengo un amigo en la red y a veces pasa dos semanas y ya no me acuerdo de quien era

M

Yo también tengo una amiga que se acaba de casar con una persona que conoció por Internet, y no te enfadas, y vino por ella hasta acá. Pero también es peligroso, porque las personas mienten mucho.