

FANS, JÓVENES Y AUDIENCIAS EN TIEMPOS DE LA CULTURA DE LA CONVERGENCIA de medios. A dos décadas de *Textual Poachers*, de Henry Jenkins.

Héctor Gómez Vargas¹

Resumen

El libro de Henry Jenkins, *Textual Poachers*, está por cumplir veinte años de haber sido publicado. A nivel mundial, Jenkins se ha venido estableciendo como un autor de referencia ante las transformaciones en la cultura y en los medios de comunicación a partir de la publicación reciente de algunos de sus libros, en los cuales re toma lo que fue la parte central de su primer libro, los fans. Consideramos que es útil revisar *Textual Poachers*, porque además de que es el antecedente de sus recientes libros, el tema de los fans ha llegado a tener una importancia dentro de los desarrollos de las identidades y subjetividades de las culturas juveniles, la conformación de audiencias en la era de lo digital e interactivo. Además, porque a partir del libro se puede revisar la manera como se altera el modelo comunicativo cuando el consumidor se hace creador y participa en la creación de cultura mediática.

Palabras clave

Henry Jenkins, Fans, Estudios Culturales, Convergencia de Medios, Cultura de la Participación, Cultura de Jóvenes, Audiencias, Recepción.

Abstract

The book of Henry Jenkins, *Textual Poachers*, is about to turn twenty years that it has been published. Globally, Jenkins has been established as an author of reference to the changes in the culture and the media from the recent publication of some of his books, which is a re-making what was the core in his first book about fans. We believe it is useful to review *Textual Poachers*, because in addition to the history of his recent books, the subject of fans has grown to have important developments within the identities and subjectivities of youth cultures, the formation of audiences in the era of digital and interaction. Moreover, due to the book, we can review the way it alters the communicative model where the consumer is the creator and participates in the creation of media culture

Keywords

Henry Jenkins, Fans, Cultural Studies, Media Convergence, Participatory Culture, Youth Culture, Audiences, Reception.

Introducción. Repensando el cambio de medios.

Casi a dos décadas de su publicación original en inglés, el libro de Henry Jenkins, *Textual Poachers* (1992), ha sido recientemente publicado en español bajo el nombre, *Piratas de textos* (2010).

Libro casi desconocido, y de un impacto nulo o marginal, en los ámbitos académicos de la comunicación en Iberoamérica, su presencia apenas comenzará a ser tomada en cuenta y puede llegar a tener vigencia en los años que están por venir, que se convierta en una herramienta para pensar lo que está sucediendo bajo los nuevos entornos y matrices de la comunicación y de la cultura.

Como obra de autor, se puede entender que la recién edición de *Textual Poachers* en español es consecuencia de la traducción de dos de sus últimas obras, *La cultura de la convergencia* (2008), *Fans, blogueros y videojuegos* (2009), por la presencia que ha llegado a tener Henry Jenkins en los años recientes dentro de las propuestas de estudio de la nueva comunicación. Es evidente que desde hace años se ha entrado a un nuevo entorno comunicativo y a partir de ello se ha ganado claridad de la necesidad no solamente de seguirle los pasos a lo que está aconteciendo, sino de lo que implica para pensar desde los ámbitos académicos a la nueva comunicación, el tránsito de una comunicación basada en la transmisión, a otra que se desenvuelve por lo digital, lo dialógico e interactivo, la consideración creciente de un tránsito hacia una segunda edad de los medios de comunicación (Holmes, 2005).

Es decir, se perciben los esfuerzos de una comunidad internacional por re visar los legados teóricos, conceptuales y metodológicos de las distintas tradiciones de pensamiento de la comunicación, para encontrar, a partir de ahí, otras maneras de pensar a la nueva comunicación (Lievrouw, 2009). Es un tanto lo que ha propuesto recientemente William Merrin (2009) de reconocer que los estudios de la comunicación se conformaron a partir del modelo comunicativo de los medios de transmisión, lo que denomina, Media Studies 1.0, y que ante los indicios de una nueva comunicación, se ha de pasar a conformar otra plataforma de estudio y conceptualización, los Media Studies 2.0. Este proyecto no es cosa fácil, pues no sólo se refiere al cambio de una matriz comunicativa a otra, sino que incluye zonas de transición que están mediando (Bolter y Grusin, 2000; Thorburn y Jenkins, 2004).

Para Merrin, los Media Studies 2.0 es un proyecto en construcción. Para ello, es necesario volver a pensar lo que ha sido la disciplina de la comunicación (sus categorías, los conceptos, el contenido de las teorías emanadas de la era de los medios de transmisión), así como buscar nuevos aspectos del uso de medios, y desarrollar una nueva clasificación y conceptos, categorías e ideas. Además de llegar a desarrollar una visión holística de los medios de comunicación, es importante en esta revisión descubrir aquellos elementos marginados de los enfoques dominantes de la comunicación dentro de los estudios de las audiencias, de los efectos, y de los usos de los medios generados por los trabajos de las etnografías de los públicos y consumidores.

A partir de ello, podemos ubicar los últimos trabajos teóricos de Henry Jenkins como una de las pautas, dentro de una constelación mayor, de abrir nuevas rutas para conformar una base para pensar a la comunicación dentro de la cultura de la convergencia de medios, no ajena a reclamos y discusiones teóricas de lo que su visión y propuesta implica para una posición crítica de la cultura y de los medios de comunicación (Taylor, 2009).

En esas vías podemos entender el interés por los últimos libros de Jenkins publicados en español. En el caso de la publicación de *Piratas de textos*, el interés sería triple: en primer lugar, como un texto que a principios de la década de los noventa realizó una revisión a los estudios de la cultura popular mediática y a partir de ello abrió una visión distinta de las audiencias al introducir la presencia de los fans, como una manera de mostrar elementos no presentes en los estudios de la recepción de medios en esos momentos; en segundo lugar, como un libro seminal y paradigmático de estudio de las audiencias, que, mientras en el ámbito anglosajón ha tenido una presencia importante dentro de los estudios de la culturas mediáticas y de la cultura de los fans, en el nuestro ha sido pobre y casi ignorado, y que ahora comienza a ser observado; en tercer lugar, porque al ir ganando presencia como teórico, la obra primera de Jenkins permite entender su proyecto intelectual y algunas de las pautas que ha modificado en sus trabajos teóricos, educativos y de investigación en los últimos tiempos.

Textual Poachers, entonces, es un punto seminal de la obra de Jenkins, y, asimismo, un antecedente de la manera como algunas propuestas actuales están pensando a los medios

de comunicación, en tiempos de la convergencia de medios, la cultura de la participación, bajo entornos cambiantes de lo global.

Es parte del proyecto intelectual desarrollado por Henry Jenkins.

En una galaxia no tan lejana. El proyecto Jenkins.

En el año de 1989 se registra una de las primeras publicaciones académicas de Henry Jenkins, en *Critical Studies in Mass Communications*: “Star Trek: Rerun, Reread, Reweitten: Fan Writing as Textual Poaching”. Este artículo es el antecedente no solamente de lo que tres años después sería el libro con el cual se dio a conocer en algunos ámbitos académicos, sino una de las líneas directrices de su obra posterior. A partir de entonces Jenkins ha mantenido vigente su interés inicial y lo ha desarrollado y hecho evolucionar en diferentes etapas.

El interés de Jenkins hacia los fans comenzó antes de realizar sus estudios universitarios. En diferentes entrevistas, así como en su propio blog, ha señalado que su llegada a los estudios de los medios de comunicación se debió a la fascinación que tenía desde la adolescencia por la cultura popular mediática, y que su entrada a la Universidad, y principalmente en los estudios de Maestría, en Iowa, y de Doctorado, en Wisconsin, le permitió trabajar la integración de su interés de adolescente con el discurso y la óptica proveniente de lo académico. Igualmente, ha señalado que para realizar su proyecto académico, tanto en la Maestría como en el Doctorado, en mucho de debió a la influencia de John Fiske.

Estos elementos permiten entender a Henry Jenkins como un sujeto de su tiempo, a través de la manera como los medios de comunicación conformaban una determinada cultura popular entre la gente, sino igualmente el contexto académico desde el cual se pensaba el vínculo de la comunicación con la cultura bajo el enfoque que entonces comenzaba a expandirse en los Estados Unidos, los Estudios Culturales con una considerable influencia de su raigambre británica, y el interés particular que se tenía por dos de sus dimensiones, los textos y las audiencias (Storey, 2002). Jenkins llega a sus estudios de postgrado en un momento en que los Estudios Culturales se han desarrollado y están cobrando un giro importante hacia los contextos cotidianos de las audiencias, la manera como desde ahí realizan procesos varios de negociación y

apropiación de los sentidos emanados por los medios (Morley, 1996). Dicho en cierta forma, llega en un momento donde el terreno ha sido trabajado, y que comenzará a modificarse sensiblemente conforme avanzó la década de los noventa.

En los extractos de una entrevista que le hizo Matt Hills, y que se publicó en *Fans, blogueros y videojuegos* (2009: 21-22), Jenkins menciona que pertenece a una segunda generación de investigadores de los fans. Sobre la primera generación de investigadores de fans expresa:

Hay una serie de trabajos que empezaron a poner el acento en las audiencias activas y en el uso de métodos etnográficos, derivados en parte de los métodos sociológicos, y yo incluiría de entrada en este grupo a John Tulloch, John Fiske y Janice Radway... Parten del reconocimiento de que las audiencias desempeñan un papel activo, pero su prosa es muy despersonalizada; con frecuencia no reconocen afecto alguno hacia los objetos de estudio, o a lo sumo como un gesto simbólico.

A partir de esa primera generación, donde Fiske es uno de sus mentores, Jenkins se ubica dentro de la segunda generación:

Me veo a mí mismo y a otros autores contemporáneos, hasta cierto punto a Camille (Bacon-Smith), como una segunda generación que llega a un discurso ya formulado en torno a esos ejes de activo/pasivo, resistencia/cooptación. Intentamos hallar un modo de alterar esa percepción, basado en el conocimiento desde dentro de lo que supone ser un fan, y nos afanamos por encontrar un lenguaje para expresar una perspectiva diferente, surgida de la experiencia vivida y el conocimiento situado.

La llegada de una segunda generación de investigadores de los fans, a los que Jenkins denomina como aca-fen porque combinan sin ningún problema su condición de fans como de académicos, puede verse como un primer signo de la ruptura con los presupuestos de aquellos que desde la semiótica, los estudios estructurales y los estudios de la comunicación, habían planteado como una serie de presupuestos teóricos y conceptuales sobre las audiencias y los textos, donde el caso de Fiske sería un ejemplo

de ello, desde la década de los setenta y a lo largo de los ochenta. El caso de la misma concepción que se tenía sobre los fans era un signo de sobre lo que había que trabajar (Fiske, 1991). Jenkins (2009: 22) lo expresa de la siguiente manera:

Cuando estaba escribiendo *Poachers*, me sentía frustrado por lo mal que se había escrito sobre los fans. Como fan, me sentía afectado por esos escritos y quería cuestionarlos. Ciertos pasajes del libro constituyen una defensa académica del mundo de los fans, y otros tratan de describir, analizar y criticar desde la distancia. Por la época de *Science Fiction Audiences* (1995), ya no está la necesidad de defender. Llegado a ese punto, uno puede escribir con seguridad y empezar a contemplar el mundo de los fans de un modo diferente.

Textual Poachers es importante, entonces, porque es una obra que manifiesta un ámbito particular de las discusiones y construcciones teóricas de los estudios de la comunicación, pero igualmente porque en ella se encuentran los gérmenes del proyecto editorial de Jenkins y que se conocerá más ampliamente con sus últimas publicaciones, donde se aborda no solamente las nuevas condiciones de los fans, sino de los fans como lectores y creadores de textos mediáticos (Storey, 2002: 292), de la construcción de la cultura de la participación en ámbitos internacionales y globales.

El título completo del libro da las claves de lo que llegaría a ser su proyecto académico. La primera es el mismo título, *textual poachers*, un concepto que toma de la obra de Michel de Certeau (1996), *La invención de lo cotidiano*, y que es parte de un proyecto del autor francés por re pensar la cultura popular cotidiana en momentos de crisis políticas e intelectuales en su país a finales de los sesenta (De Certeau, 1999), y, debido a una estancia en los Estados Unidos, desde su aparición en 1980, tuvo una cercana influencia con académicos de las ciencias sociales, y en particular dentro de los Cultural Studies norteamericanos. Un indicador de ello puede ser observado en la manera como John Fiske lo incorporó en su definición de cultura, así como aconteció con los Subcultural Studies, y, por tanto, algunos de los investigadores de los fans (Dosse, 2003: 418-419).

Es a partir de la visión de los fans como textual poachers, lo que le permitió a Jenkins ubicar a este grupo como una subcultura dentro de la cultura popular mediática, el tipo

de actividad que realizan como espectadores y consumidores, y, al observar los límites de la propuesta de De Certeau, ver igualmente la visión corta de los Cultural Studies al asumirlos como audiencias activas que se delimitaban únicamente en la negociación de los significados de los textos mediáticos, y no lograban ver la manera como participaban en la cultura mediática. Es por ello, que la segunda clave está en la cultura de la participación, que con el tiempo Jenkins la llegaría a considerar como uno de los conceptos clave para entender la cultura en tiempos de la globalización y por la presencia de los nuevos medios, digitales e interactivos.

Considerando que él mismo Jenkins ha señalado que su interés central ha sido distintos aspectos de la cultura popular mediática, en casi dos décadas de trabajo académico, puede percibirse tres momentos de la obra de Jenkins, considerando principalmente algunos de sus libros, individuales o en colaboración, reconociendo que muchos de sus escritos han sido publicados en distintas revistas y como participaciones de libros colectivos que es difícil sintetizar aquí.

En un primer momento, de 1992 a 1995, donde el libro clave es *Textual Poachers* (1992), aunque igualmente encontramos, *What Made Pistachio Nuts?: Anarchistic Comedy and the Vaudeville Aesthetics* (1991) y, *Classical Hollywood Comedy* (1995). En un segundo momento, de 1996 al 2002, encontramos tres libros importantes: *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games* (1998); *The Children's Culture Reader* (1998); *Hop on Pop: The Politics and Pleasures of Popular Culture* (2002); en la tercera, del 2003 al 2007: *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition* (2003); *Democracy and New Media* (2003); *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006); *Fans, bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture* (2006); *The Wow Clímax: Tracing the Emotional Impact of Popular Culture* (2007); *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* (2009).

Dentro de la trayectoria de Henry Jenkins, es importante entender que su obra se realizó dentro de su estancia en el Instituto Tecnológico de Massachussets, y en los programas y proyectos en los cuales participó, como. The Education Arcade, Comparative Media Studies, Convergente Culture Consortium y The Project New Media Literacy hasta mediados del 2009. Su traslado a la Universidad del Sur de California, en julio del

2009, señala una nueva etapa dentro de su proyecto intelectual, cuyas raíces están inscritas en *Textual Poachers*. Entre otras cosas es importante esta trayectoria porque igualmente nos permite preguntarnos cómo un autor que aparece en el ambiente académico de los estudios de la comunicación, adoptando una posición marginal, llega a tener un lugar institucional relevante.

Aca/Poacher: *Textual Poachers*.

Teniendo en cuenta de que el libro de Henry Jenkins ha sido conocido de manera restringida, es necesario detenerse un tanto en el mismo libro para poder describirlo en forma un tanto general. Además, es importante hacerlo porque en él se encuentran elementos por recuperar en los tiempos actuales.

El libro, *Textual Poachers*, no fue el primer acercamiento que realizó algún académico al fenómeno de los fans dentro de la cultura mediática. Como lo señalamos anteriormente, es parte de un segundo momento de investigación que busca entenderlos y estudiarlos de una forma más cercana a lo que vivían ordinariamente como fans, empleando metodologías que podían dar cuenta de una mejor manera para lograrlo.

Esta ubicación es importante para entender la propuesta que realizó Jenkins en su libro, sus puntos de partida, la introducción de su propia visión, la manera como resuelve su concepción y acercamiento al mundo y a la cultura de los fans. La estructura del libro está organizada para dar cuenta de lo anterior: de los ocho capítulos que lo conforman, los dos primeros se refieren a ubicar y a discutir la concepción de los fans y su presencia dentro de la industria de la cultura mediática, el tercero expone algunas de las consideraciones del mundo de los fans de acuerdo a su propuesta, y en los cinco restantes expone diferentes aspectos de la manera como los fans intervienen en la conformación de la cultura fan dentro de la cultura mediática dominante.

Hay dos elementos importantes que señala Jenkins en la introducción del libro. En primer lugar, desde el primer momento en que manifiesta que el libro ofrece un acercamiento etnográfico a un grupo particular, los fans de los medios, sus instituciones sociales y prácticas culturales, así como las relaciones conflictivas con los medios masivos y el capitalismo de consumo, remite a la manera como los Estudios Culturales han atendido los procesos de recepción, la manera como los medios masivos están

presentes y son un recurso dentro de la vida cotidiana. En segundo lugar, al comenzar a mencionar a los fans de la cultura mediática, la manera como se vinculan con los diversos textos que circulan y de algunas de sus características generales, Jenkins (1992: 1) menciona que a los fans de los medios se les puede reconocer como una subcultura: “This subcultura cuts across tradicional geographic and generational boundaries and is defined through its particular styles of consumption and forms of cultural preferente”.

Desde esas consideraciones, cobra relevancia entender la manera como Jenkins plantea su postura a partir de lo que se había generado dentro de los Estudios Culturales durante la década de los ochenta y los primeros años de los noventa, momentos en que se percibe la manera como una “tercera generación” de los Estudios Culturales británicos, cuya figura más notoria era David Morley, daban un “giro etnográfico”, con lo cual se replanteaban algunos de los presupuestos teóricos, conceptuales y metodológicos de la “segunda generación”, encabezados por Stuart Hall, y avanzaban a comprender más en detalle la activa presencia de las audiencias a través de poner atención a la dimensión del consumo cotidiano de medios masivos, tendencia que se difundía a diferentes áreas del mundo, en particular en los Estados Unidos, donde John Fiske fungió un papel importante, con lo que se ha llegado a conocer como los Estudios Culturales Norteamericanos.

Dentro de ese giro, los Estudios Culturales avanzaron mediante acercamientos a distintos grupos de audiencias, y se publicaron libros que llegarían a ser puntos de referencia para la comprensión y discusión de los procesos de recepción de la audiencia activa. Libros como los de David Morley, *The Nationwide Audience* (1980) y *Family Televisión* (1986), son una muestra de ello, pero igualmente otros más, como el de Janice Radway, *Reading the Romance* (1984), de Ien Ang, *Watching Dallas* (1985). Simultáneamente, otra área importante de investigación dentro de los Estudios Culturales británicos en los ochenta fue la del estudio de las subculturas juveniles, estudiando las prácticas de consumo de cultura a través de los estilos de vida. Libros de Paul Willis, *Learning to Labour: How Working Class Kids Get Working* (1977) y *Profane Culture* (1978), o como el que editaron Stuart Hall y Tony Jefferson, *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain* (1976) fueron un antecedente de esta área de estudio, para llegar a propuestas como las de Dick Hebdige con su libro, *Subculture: The Meaning of the Style* (1987), los de Angela McRobbie,

Gender and Generation (1984) y *Feminism and Youth Culture: From “Jackie” to “Just Seventeen”* (1991), y el de Valerie Walkerdine, *Schoolgirl Fictions* (1990), por mencionar sólo algunos.

Para Shaun Moores (2000), una de las áreas de mayor interés dentro de los estudios etnográficos del consumo de medios fue el del consumo de cultura, y, además de los estudios de las subculturas juveniles, dos de las fuentes teóricas que permitieron conformar una plataforma teórica y conceptual para su estudio fue la obra de Pierre Bourdieu, en particular su libro, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, publicado en 1979, y la obra de Michel de Certeau, *La invención de lo Cotidiano*, publicado en 1980. Moores menciona que la obra de Michel de Certeau permitió a algunos investigadores del consumo de medios de las audiencias, entre ellos Henry Jenkins, un abordaje desde la vida cotidiana de la manera como las personas consumen la cultura popular mediática, ya que los llevó a re considerar tanto su concepción de la cultura popular, y su vínculo con las industrias de los medios masivos. El caso particular que aborda donde esto aconteció es el John Fiske con su libro, *Televisión Culture* (1987) y lo desarrollaría más a detalle en los libros, *Understanding Popular Culture* (1989) y *Reading the Popular* (1989).

Atendiendo a las reflexiones del mismo Fiske, los contextos anteriormente esbozados cobran sentido en los momentos en que Jenkins estaba realizando sus estudios sobre el cine y sobre los fans de los medios, dado el valor que le asigna a los estudios de las subculturas, las estrategias de resistencia a lo dominante para construir sus propios sentidos, y que ve en los fans una “lucha semiótica” entre las fuerzas del control patriarcal, la resistencia de las mujeres, la subordinación de adultos y de adolescentes (Fiske, 1991). La importancia que le asignaban los Estudios Culturales a los textos, para observar las prácticas de negociación y de resistencia, en la cual intervienen ópticas semióticas y estructuralistas, se complementaban con los trabajos etnográficos que permitían acceder las prácticas culturales, localizar histórica y socialmente los sentidos que se construyen en la interacción con los medios. De acuerdo con Fiske (1987), el análisis cultural era satisfactorio cuando el trabajo etnográfico se relacionaba con el análisis semiótico de los textos mediáticos.

En la introducción de su libro, Jenkins señala cinco dimensiones de la subcultura de los fans de medios: es un modo particular de recepción; su rol como fan es alentar una visión activa; una participación dentro de una comunidad de interpretación; construyen sus tradiciones particulares dentro de la producción cultural; tienen un estatus como comunidad social alternativa. A partir de estas dimensiones, Jenkins reconoce que la cultura de los fans es un fenómeno complejo y multidimensional, que invita a desarrollar formas de participación, no sólo como lectores de textos, sino como creadores de textos y de identidades alternativas que se gestan dentro de los ámbitos del fandom, y trabajar a partir de esta visión es lo que lo ayudará a distanciarse de algunas de las propuestas dominantes de los Estudios Culturales, del mismo Michel de Certeau y su libro, *La invención de lo cotidiano*.

La introducción del libro no solamente es interesante porque genera la cosmovisión desde la cual abordará el tema de los fans de medios, sino porque igualmente nos muestra a un autor de “segunda generación” que modifica sustancialmente su punto de vista sobre el fenómeno de estudio, la forma de abordarlo como un Aca/Poacher para estudiar la recepción y a las subculturas a través de los fans y la cultura que se desarrolla a partir de ellos, entre ellos.

Esto último será evidente en los planteamientos teóricos que de los primeros capítulos. En los capítulos 1, “Get a life!: Fans, Poachers, Nomads”, y 2, “How Texts become Real”, donde Jenkins revisa algunas nociones con las cuales se había estudiado y concebido a los fans para tomar distancia y mostrar su propia visión.

Tres son las distancias que asume Jenkins en estos dos primeros capítulos.

En primer lugar, la manera como se concebía a los fans en diferentes estudios previos, los cuales tendían a sobresaltar elementos pesimistas, negativos o degenerativos, a circunscribirlos como desadaptados, frustrados, psicópatas, y con ello Jenkins señala que el fan ha sido una “categoría escandalosa” dentro de la cultura contemporánea, y más bien opta por reconstruir la “lógica detrás” de la construcción discursiva de los fans. Para ello, parte de la categoría de análisis del gusto que desarrollo Pierre Bourdieu como herramienta para el análisis de la cultura, y la categoría de la lectura furtiva de Michel de Certeau. Y esa la segunda distancia que toma Jenkins para estudiar a los fans.

A diferencia de la manera como Bourdieu concebía a la cultura por la génesis del gusto como sistema de distinción social, a través de una “estética burguesa” caracterizada por mantener una distancia y una postura crítica, Jenkins manifiesta que la cultura de los fans parece transgredir esa concepción por dos motivos: toman a los textos de la cultura popular mediática como si fueran documentos canónicos, y los integran a su experiencia social. Los textos mediáticos son parte de la vida, de la experiencia cultural de los fans, quienes asumen y exigen el derecho de hacer su propia interpretación, de convertirlos en formas culturales canónicas, de emplearlas en sus interacciones sociales, de borrar los límites entre la realidad personal y social con la ficción que emana de los textos. Retomando la obra *Watching Dallas*, de Ien Ang, Jenkins señala que los fans admiten su posición débil para defender su fascinación con un programa de televisión. Además, los fans no son individuos aislados, sino que pertenecen y participan dentro de comunidades culturales, y ello les permite identificarse como miembros e identificar a otros con quienes comparten los mismos o similares intereses.

Jenkins se ubica más cercano a la obra de Michel de Certeau, y retoma de la categoría de textual poachers porque a partir de ella puede hacer visible a los fans como productores activos y manipuladores de significados, donde la re lectura de los textos es fundamental para desarrollar su actividad como fans, como miembros de una comunidad y como una vía, un vehículo, para convertirse en productores de cultura. Jenkins hace la observación de que a lectura y la re lectura que hacen los fans se debe en mucho a las maneras ambiguas de la cultura popular de producir significados para la transmisión de sus mensajes como un espejo de la ideología dominante, mientras que los fans se dedican a buscar y crear ranuras y márgenes dentro de los mismos textos comerciales.

Sin embargo, Jenkins no comparte totalmente la concepción del acto de lectura de Michel de Certeau en el sentido de que no es una actividad que se observa y en la que se participa desde y a través de la distancia: los fans traspasan las distancias entre los textos y su experiencia, de la propuesta del mundo de ficción que crea el autor, para tomarlo, abrazarlo, internalizarlo y re hacerlo bajo sus propios términos. Más que la distancia, la proximidad es una pre condición de los textos para ser tomados por los

fans, pues solo al integrarlos en su vida diaria, de apropiarse de sus materiales y significados, los consumen y los convierten en una fuerza activa.

Bajo estas consideraciones, Jenkins ve una diferencia importante con el modelo empleado por Stuart Hall, “encoding/decoding” para la investigación de las lecturas preferenciales de la audiencia. Asume la importancia de la variable que tiene la agencia dentro de la actividad del fan, un movimiento “insider information” que les permite tener un sentimiento de proximidad y de posesión, coexistiendo con un sentido de distancia irónica, para tomar el texto, ver cómo funciona. Para ello es fundamental dos procesos: la re lectura y la intertextualidad.

La re lectura altera las propiedades del texto y permite lograr la cercanía y tomar el control de lo que se lee. La re lectura es un dispositivo inscrito al interior del proceder de la cultura mediática ya que a través de ella se obtienen más ganancias económicas, por lo cual la industria de los medios la incluyen dentro del diseño de sus productos culturales para marcar esas pautas en la recepción. Pero la re lectura es importante para la estética del placer del fan porque los coloca ante la posibilidad de convertirse en creadores al poder duplicar la experiencia. La disposición de dispositivos tecnológicos para la reproducción y copia de los materiales, como la videocassetera que les permitió almacenar información para su uso personal o comunal, así como la posibilidad de ediciones caseras, les abrió una posibilidad más allá de la lectura activa: crear nuevos textos a partir de los textos canónicos de la comunidad de fan. Por ello, la producción de sentido que realizan los fan es de corte social y pública, donde las pautas como se congrega, se comparte y se producen materiales para el fandom, es una pauta fundamental del fan, y en ello, Jenkins ve la importancia de los intercambios de información, el dialogo y las charlas, de lo que se construye a partir de ellas y la importancia para tener una identidad comunal, ya que permite que cada quien hable de sí mismo, del sentir en común al experimentarlo de manera similar. Retomando la visión de Fiske (1987a) sobre las audiencias activas, Jenkins ve a los fans como “gossip fans” y como ello es presente dentro de las estéticas de los fans y que, para Jenkins, es evidente en el fenómeno del “fiction making”.

Por otro lado, está la importancia de la intertextualidad. Retomando la crítica que hizo en su momento Janice Radway de concebir a la audiencia conformada y en relación a un

solo texto mediático, concepción que permite ver un discurso ideológico mediático unitario en relación a una práctica de recepción simple y simplificada, mientras que las personas tienen a moverse a través de conexiones múltiples, y cada una de ellas implica el movimiento fluido y fragmentado de ideologías, discursos, prácticas. Parte de ello es lo que Jenkins señala sobre algunas de las discusiones de la teoría de la recepción en el sentido de las diferencias de ver películas en el cine o en la televisión, mientras que nunca se preguntaban sobre la manera como los fans veían regularmente la televisión y el ser un fan de una serie de televisión, y al considerar el grado de intensidad emocional e intelectual en el cual se involucran, se hubieran dado cuenta que las audiencias no ven televisión, sino textos de televisión.

Es por ello que Jenkins asume que los fans son “lectores nómadas”, y esto es otro elemento de su distancia con la propuesta del textual poacher de Michel de Certeau, quien asume la separación entre quien produce y quien consume los textos, y porque concibe a los lectores en solitario, y no como una comunidad de discusión, diálogo, interacción y encuentro, que se puede ver en el placer que encuentran los fans de la cultura mediática a partir de hacer conexiones intertextuales que posibilita un amplio espectro de textos disponibles y a los que pueden acceder, compartir, comentar, modificar, a la manera de una comunidad fandom, en la cual se reúnen intereses a través de textos y géneros textuales. Para Jenkins, este tipo de consumo de textos invita a lecturas trans genéricas y extra textuales, así como a interpretaciones subculturales que permiten ubicar y trasladar los contenidos de los textos a universos textuales alternativos.

La tercera distancia de Jenkins se remite a las visiones de los fans de las primeras investigaciones realizadas, particularmente las que partían de los estudios de las subculturas juveniles que predominantemente trabajaron con grupos masculinos, y la visión que emanó de ello era una lectura masculina de las subculturas juveniles. Esa posición y visión fue cuestionada por algunas investigadoras como Ángela McRobbie y Lisa Lewis, entre otras, con lo cual no sólo hicieron patente la manera distinta como la cultura construye textos de acuerdo al género, sino que igualmente el tipo de agencia como consumidoras que realizan, algo que toma en cuenta Jenkins al estudiar la cultura participativa de los fans.

En el capítulo 3, “Fan Critics”, se puede ver más claramente la visión de Jenkins, la cual sería parte de su perspectiva de estudio en los siguientes capítulos. Dos ideas principales se pueden encontrar en este capítulo.

La primera idea importante se refiere a generar una visión de los fans como un grupo organizado, un espacio semi estructurado donde compiten interpretaciones y evaluaciones, con lo cual la percibe como una institución teórica y crítica. Los fans son individuos altamente informados y que asumen una postura crítica ante la cultura popular mediática dominante. El conocimiento íntimo y la competencia cultural lo promueven como crítico y lo convierte en un experto y esto se promueve y dimensiona al participar en reuniones de la comunidad fan, como los encuentros de fanáticos, donde las interpretaciones son negociadas entre ellos.

La segunda idea es aquello que en términos generales buscan los fans de los textos mediáticos a los cuales se vinculan. En este punto, Jenkins señala la necesidad de reconsiderar la importancia de lo trivial como conocimiento no autorizado y sin vínculos políticos que tienden a buscar y a evaluar las instituciones académicas. Menciona que lo que buscan los fans en los textos es que no sólo tengan “consistencia interna”, sino igualmente un “realismo emocional”, con lo cual le pueden dar un sentido a su vida cotidiana, a su propia experiencia de vida, les permite movilizar sus recursos personales cuando los extrapola más allá de la información explícita que encuentran en el interior de los episodios de televisión, en las películas.

El realismo emocional lo entiende Jenkins como la intersección entre los sentidos de los textos preferenciales y las ideologías sociales “largas”, así como de los intereses de los productores de textos con la comunidad de fans. Eso es lo que permite entender la manera como los fans se identifican con los textos mediáticos, pero igualmente el interés de ir más allá de ellos, de traspasarlos a través de su interpretación, de crear sus propios sentidos y productos culturales.

El realismo emocional que buscan los fans es importante por dos factores importantes: primero porque es parte de lo que permite la identificación con los textos mediáticos, y porque es, en parte, lo que facilita la identificación comunitaria. Segundo, porque, igualmente en parte, a través de la manera como se accede al realismo emocional se

puede percibir las diferencias de lecturas entre hombres y mujeres, siendo un factor fundamental en el caso de las mujeres fans, y eso lleva a entender las distintas maneras como manifiestan sus conocimientos, sus críticas, pero asimismo la manera como traspasan los límites textuales, a través de la creación de historias propias y ajustadas a sus propios intereses, expectativas y experiencias, como lo hará evidente en los capítulos 5 y 6, al revisar a los fans como escritores de fanfics.

En los siguientes capítulos, Jenkins aborda distintas experiencias con fans en diversas facetas como lectores y como creadores.

En el cuarto capítulo, “It’s Not a Fairy Tale Anymore: Gender, Genre, *Beauty and the Beast*”, se expone la conflictiva relación de los fans de la serie de televisión, *La bella y la bestia*, con los productores, que llegó a una crisis cuando, en 1990, se anunció que la tercera temporada iba a ser cancelada. Para Jenkins, la controversia sugiere la manera como las prácticas de lectura pueden movilizarse como una oposición activa ante los esfuerzos de los productores, y las escrituras de los propios fans que los convierte en críticos del desarrollo, del futuro de la narrativa y protegen lo que para ellos es central en el programa. El punto de partida del análisis de esta controversia es a través de comprender el rol que tiene el género televisivo debido a que tanto los productores, las compañías televisivas y los fans, apelan a las convenciones de género para asumir y justificar su postura.

Partiendo de la idea de que los géneros televisivos son producidos articulando dispositivos narrativos y estéticos para apelar y pre determinar a su consumidor, Jenkins menciona que Hollywood ha sido una fábrica que promueve distintos tipos de géneros apelando a distintos sectores de públicos, mientras que la industria de la televisión ha re combinado y mezclado géneros, siendo la serie de *La bella y la bestia* un ejemplo, un producto polisémico e híbrido de géneros para atraer a distintos segmentos de audiencia.

Siguiendo a Peter Rabinowits, en lo que se refiere a que cada género textual conlleva que sus convenciones se articula con las expectativas del lector, quien realiza determinadas operaciones a partir de las cuales produce ciertos sentidos que hacen ver que la lectura no es solamente leer, sino “leer como...”, Jenkins propone que la serie *La bella y la bestia* fue leída como distintos géneros textuales, revelando diversos sentidos

y placeres en la lectura, como romance o como aventura de acción, y que si bien los productores y los ejecutivos persistieron en mantener muchas de esas posibilidades para atraer a segmentos del auditorio, los fans tendieron a realizar ciertas lecturas en relación a las demás, ya sea adoptando a la serie como un mundo que ofrece soluciones esperanzadoras a los problemas sociales contemporáneos, y adoptándolo como un modelo de su propio trabajo benevolente, mientras que otros fans lo tomaron como un ejemplo de lo que es una “televisión de calidad” en la cual se articulan referencias literarias, musicales e históricas. A través de distintos modos de acercamiento con los fans de la serie, Jenkins menciona que las interpretaciones más enfatizadas fueron hacia los aspectos románticos y que este énfasis era un ámbito de expectativas que cargaban la lectura del texto en cada episodio, y re emplazaba al mismo meta texto de la serie, pues sus expectativas llenaban las tramas genéricas propuestas de los distintos episodios, además de que se alimentaba por otras fuentes secundarias donde participaban o accedían los fans.

Las predicciones del desenlace de la serie, a partir de sus propias expectativas e interpretaciones por parte de las mujeres fans, fueron importantes por dos razones: en primer lugar, porque han ser confirmadas a lo largo del episodio a partir de lo que Janice Radway identifica en su propia investigación como el “Ideal de Romance”, un ejercicio imaginario para la transformación de la masculinidad, a partir de lo cual las fans realizan compromisos emocionales con la protagonista de la serie, y con ello explorar sus propias relaciones con el feminismo, un espacio para ejercitar su propia fuerza y vulnerabilidad, algo que no ocurre con otras series románticas o de corte erótico. En segundo lugar, al revisar continuamente la serie, lo hacían para confirmar que la resolución final les sería satisfactoria a sus expectativas, y conforme estas no fueron cumplidas por los productores de la serie, las fans comenzaron a hacerlo por su propia cuenta a través de historias e imágenes publicadas en fanzines.

Los siguientes dos capítulos expone diferentes aspectos de los fans no sólo como lectores, sino como creadores de textos, es decir, como escritores.

En el capítulo 5, “Scribbling in the Margins: Fan Readers/Fan Writers”, se menciona nuevamente las limitaciones de la visión de Michel de Certeau en cuanto a los límites de los lectores en relación a los medios masivos de comunicación, mientras que Jenkins

señala que ha encontrado muchas maneras en que los fans borran los límites entre leer y escribir, porque encuentran que los programas de televisión están abiertos a la intervención y apropiación activa, con lo cual, en su sistemática revisión se va elaborando un “universo” que se construye a través de las interferencias y especulaciones que va empujando a generar y a ser explicitada con más información, un meta-texto de los fans que responde a las inquietudes y deseos de sus comunidades que lo toman como propio, como versiones del programa televisivo.

Un elemento interesante de este capítulo se refiere a la idea de que los fans se mueven los márgenes de los textos: debido a que sus productos culturales se crean tanto por la admiración de un programa como por la frustración de que los productores no les muestran las historias que quisieran ver, y la escritura de los fans responde a satisfacer esa dual condición, por lo cual los escritos, fanfics, no se mueven dentro de los textos primarios, sino que se mueven en distintos aspectos marginales, atendiendo aspectos desconocidos o incidentales, recuperando intereses no cubiertos ni explorados. Es a partir de ellos, y como resultado de una exploración en fanzines, que Jenkin señala diez estrategias de interpretación, apropiación y reconstrucción que realizan los fans escritores a través de sus escritos: re contextualización; expansión de la línea del tiempo de las series; re focalización; re alineamiento moral; cambios a géneros narrativos alternativos; traslado y cruces de historias; dislocación de los personajes; personalización; intensificación emocional; erotización.

En el capítulo 6, “Welcome to Bisexuality, Captain Kirk: Slash and the Fan-Writing Community”, se explora la aparición del género slash, relaciones sexuales de dos personajes del mismo sexo, que se desarrolló desde 1970 por parte de la comunidad de fans de *Star Trek*, y que suscitó muchas controversias entre las comunidades de fans, e, incluso con algunas feministas de corte académico. Visto el género slash como una forma de confrontar las formas represivas de la identidad sexual y que, igualmente, provee alternativas utópicas a las nuevas configuraciones de género, Jenkins llama la atención de que si en la mayoría de los casos de escritores fans son mujeres, el slash es enteramente un género femenino, con lo cual no sólo se manifiesta el tipo de “realismo emocional” que la mujeres tienden a explorar en los textos mediáticos, sino la manera como a partir de los cuales, los vinculan con su vida social y subjetiva, la posibilidad de experimentar más allá de sus condiciones y posibilidades reales dentro de una identidad

fluida y satisfactoria, autónoma, que regularmente no es posible a través de las historias de corte heterosexual. El género slash no solamente implica una serie de alteraciones y traslados en la identidad y situaciones de los personajes, sino igualmente una serie de estrategias narrativas que lo permitan y lo desarrollen, con lo cual Jenkins señala una estructura narrativa dominante en este tipo de género.

En el capítulo 7, “Layers of Meaning: Fan Music Video an the Poetics of Poaching”, se muestra otra faceta de los fans como creadores, más allá de los textos escritos para introducirse en la producción de imágenes a través del video, una actividad que, de acuerdo con Jenkins, también es predominantemente femenina. A partir de la concepción de la hetroglossia desarrollada por Mijaíl Bajtín, Jenkins menciona que los video musicales elaborados por los fans lo ilustran y hacen patente: al emplear videocassetas en sus casas, los fans se apropian de material que circula por la televisión y lo re editan para expresar su mirada oblicua sobre la cultura comercial, relacionando, alterando, enfatizando o yuxtaponiendo entre palabras, música e imágenes, para modificar el contexto de sentido original, y llevarlo o invitar a moverlo hacia otro contexto posible. A diferencia de los fans escritores que buscan borrar las huellas de las series de televisión, los creadores de videos se apropian de sus imágenes y canciones como recursos para sus creaciones personales, y la fascinación, motivación y placer, estriba en moverlos de su contexto de sentido original. A diferencia de los videos musicales que se generalizan a partir de la aparición del canal televisivo MTV, la creación de video por parte de los fans no sólo lo antecede, sino que sus intenciones, no sujetas a una intención comercial, y los rasgos de su estética difieren sensiblemente. Videos conocidos como “living room videos”, su intención no está en dirigir la atención ni recae en el músico por promover, como sucede con los videos comerciales, sino en realizar una serie de episodios de videos donde se logra la yuxtaposición de palabras con imágenes que generan nuevos niveles y alternativas de sentido por expresar, y que son reconocidos y apropiados por la misma comunidad de fans. Para Jenkins, esta práctica de crear videos musicales es una pauta para entender una de las primeras formas como se comenzó a borrar los límites entre productor y espectador, dando la pauta a este último de ser un creador de productos culturales.

En el último capítulo, el número 8, “Strangers No More, We Sing: Filk Music, Folk Culture and The Fan Community”, se aborda otra manera de acceder a la lógica del los

fans, de comprender la estructura y naturaleza de la comunidad de fans, su relación con los contenidos dominantes de los medios masivos. La creación de música de los fans, filk music, una actividad que de acuerdo con Jenkins se puede rastrear hasta la década de los cuarenta, implica, como en el caso de los videos de los fans, el recurso de la hetroglossia donde se evoca una diversidad de materiales mediáticos que han circulado a través de los medios, a partir de o cual la música se emplea como un vehículo para crear o comentar los textos mediáticos pre existentes, por los cuales se puede reafirmar la identidad común de los fans, de sus comunidades, e, igualmente, un recurso para ingresar a la cultura fandom.

Jenkins menciona la dificultad por definir la diversidad de materiales que se genera a través de la música de los fans, además de que continuamente se renueva y expande para agregar nuevos materiales, lo cual le da la cualidad de lectura de un palimpsesto, una actividad cultural nómada, en la cual los fans ensamblan sus intereses en canciones que reflejan todo aquello que los convoca, no solamente los materiales mediáticos, sino igualmente aquellos que provienen de la literatura de fantasía y de ciencia ficción, de la tecnocultura, de los mítos, y aventuras, todo ello para realizar una lectura de las canciones en común, grupalmente. Las canciones, entonces, articula a la comunidad con sus intereses en común, que continuamente provoca el intercambio de recuerdos y de experiencias, pero igualmente les permite mantener una postura en contra de los estereotipos que sobre de ellos circulan en los medios de comunicación, y asumen la importancia que tiene para ellos la cultura fan que ellos mismos han creado.

Como en el caso de los creadores de videos de fans que mantienen y defienden sus distancias y diferencias con los videos musicales generados y difundidos a través de MTV, los músicos fans, igualmente mantienen una distancia con la música folk. La visión de Jenkins, siguiendo de cerca de Roger Chartier y a estudiosos del folcklore popular, se refiere a que la música filk no pretende hacer música al estilo folk., sino que se inspiran en ella como una de las manifestaciones de la cultura popular y su resistencia por sobrevivir, de oponerse a la cultura hegemónica, de apropiarse y de re definir sus propios sentidos comunitarios. Como la cultura popular, la cultura de los fans no es “pura” o “auténtica”, y en ello no radica su potencial, sino en que es otra forma de emplear estrategias de apropiación cultural, de producción de cultura y de construcción de identidad que se articula a una comunidad.

Finalmente, en las conclusiones del libro, Jenkins vuelve a señalar que, a diferencia de las acepciones estereotipadas sobre los fans, ha querido mostrar la complejidad y la diversidad de los fans como una comunidad subcultural, y esto tiene que ver con cinco niveles de actividad:

Primera: Los fans implican un modo particular de recepción.

Segunda: Los fans implican una diversidad de prácticas críticas e interpretativas.

Tercera: Los fans constituyen una base para un consumo activo.

Cuarta: Los fans poseen formas particulares de producción cultural, de tradiciones estéticas y prácticas.

Quinta: Los fans funcionan como una comunidad social alternativa.

En términos generales, el libro es un acercamiento a la cultura popular mediática, a uno de los fenómenos que dos décadas después llegaría a ser uno de los puntos nodales del desarrollo de los medios masivos, de las rupturas respecto al modelo de comunicación conformado históricamente dentro de la academia, una plataforma de cómo se reconfigura el proceso de producción, distribución y consumo de cultura, los reacomodos de la economía y de la vida pública (Burguess y Green, 2010; Hartley, 2004).

En tiempos de los Fans cosmopolitas y translocales.

En la introducción del capítulo, “¿Audiencias interactivas? La inteligencia colectiva de los fans mediáticos”, del libro *Fans, blogueros y videojuegos* (2009: 161-162), Henry Jenkins escribe lo siguiente:

Me frustra el hecho de que, a pesar del creciente número de jóvenes estudiosos que escriben sobre los fans, muchos siguen operando principalmente en relación a los paradigmas de finales de la década de 1980 y principios de la de 1990. Existen otras muchas maneras potenciales de abordar el tema.

Cuando mi amigo Christopher Weaver me pasó un ejemplar del libro de Pierre Lévy *Collective Intelligence*, me percaté de que este enfoque abordaba muchas de las cuestiones de las que me costaba hablar en *Textual Poachers*, concretamente las dimensiones sociales de las comunidades de fans. Lévy nos brinda una forma de pensar el mundo de los fans, no en términos de resistencia

sino como un prototipo o ensayo general del funcionamiento futuro de la cultura. Lévy describe su visión de la “inteligencia colectiva” como una “utopía realizable”, no algo que brota inevitablemente de la nueva configuración tecnológica, sino más bien algo hacia lo que debemos encaminarnos y luchar por alcanzar. El mundo de los fans es uno de esos espacios donde la gente está aprendiendo a vivir y a colaborar en una comunidad de conocimientos. Estamos probando a través del juego pautas de interacción que pronto penetrarán en todas las demás dimensiones de nuestras vidas. En resumidas cuentas, Lévy nos ofrece un modelo para una política basada en los fans.

Importante declaración, teniendo en cuenta que *Fans, bloggers y videojuegos* es considerado por Jenkins como una transición entre sus libros, *Textual Poachers* y *Convergence Culture*, y que en este último es donde retoma el tema de los fans en tiempos de lo global y de la cultura de la convergencia.

Una forma de identificar ese tránsito es a través de las categorías analíticas predominantes en cada uno: en el primero podemos ver la fuerza analítica mediante la categoría del cazador furtivo, *textual poacher*, para desplazarla y enfatizar la de cultura de participación. Esto, igualmente, tiene como trasfondo el abandonar la reflexión y el análisis que en su momento facilitó la obra de Michel de Certeau, para encontrar otra vía a través de la propuesta de Pierre Lévy sobre la inteligencia colectiva. A su vez, este desplazamiento implica que gran parte de los contextos, de las inquietudes, prioridades y procedimientos de trabajo y de análisis de los Estudios Culturales sobre la audiencia y la cultura popular mediática, no sólo se han alterado sensiblemente, sino que se han dejado atrás, y ahora se procede a través de acercamientos que pueden señalar el proyecto colectivo de una obra de conocimiento en construcción, cuya clave para Jenkins estriba en la cultura participativa en tiempos de la cultura de la convergencia para poder acceder y comprender a las audiencias interactivas.

Visiones como la de Jenkins (2008: 15) alrededor de la cultura de la convergencia conlleva a entender, como él mismo lo expresa, que no se refiere meramente a una transformación tecnológica, sino de corte cultural, que, en este caso, “anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos”. Esto, entre muchas otras cosas, manifiesta la alteración de tres

dimensiones que al interrelacionarse muestran un entorno generalizado de transformaciones: las que han venido ocurriendo en la economía mundial, donde lo simbólico se ha convertido en un motor y mecanismo para impulsarla, dinamizarla y constituir los nuevos regímenes de constitución de las subjetividades, de lo real y de un orden social (Lash y Urry, 1998); las alteraciones de vida cotidiana, de la alteración de un orden social que se basa cada vez más a través de procesos de individuación por el cual donde la persona se va configurando de acuerdo a sus condiciones de vida, se fracturan las trayectorias y las narrativas biográficas definidas de antemano, y lo individual se convierte en una puesta en la escena social de las herramientas identitarias que lo han configurado, y el papel de la pertenencia afectiva a comunidades afectivas es un factor fundamental de socialidad (Beck, 2001); las mutaciones que se gestan a partir del paso de sistemas de representación a configuraciones de información (Lash, 2005), y que se manifiestan en los impactos en la forma como las matrices culturales se modifican para moverse en lo simbólico e inmaterial, como sucede con el paso hacia las imágenes generadas electrónicamente, y con ello, una nueva ontología y metafísica en lo cognitivo y en lo social y lo subjetivo (Brea, 2010). Dentro de esos entornos en transformación, y en construcción, se puede tener una idea de la manera como la cultura ha transitado y genera una nueva dinámica en lo económico, en lo político y social, así como la manera como los individuos intervienen no solamente como consumidores y espectadores, sino como colaboradores, productores y dinamizadores de la vida simbólica y económica (Bollier, 2008).

Es a partir de lo anterior que se puede entender que Jenkins (2008: 26-27) vea que la convergencia mediática no sea solamente un cambio tecnológico, sino que es algo más amplio donde se “altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios”, y donde enfatiza que es un proceso en desarrollo, pero principalmente que la convergencia “implica un cambio tanto en el modo de producción como en el modo de consumo de medios”.

Entonces, y alrededor de la convergencia cultural generada por los medios, y en la cual se disuelven los límites que marcaban la relación tradicional entre la producción y el

consumo, el tema de los fans puede ser observado, por lo menos, bajo dos ópticas en los tiempos actuales, siguiendo un tanto las mismas indagaciones y reflexiones de Jenkins.

En primer lugar está la observación que hace Jenkins sobre la nueva presencia de los fans dentro de la cultura popular mediática, donde, de moverse en sus márgenes, de manera casi invisibles y siendo un tanto incómoda para los medios tanto su presencia, su organización como la cultura fan que desarrollaban en paralelo, ahora se han puesto en el centro para la producción de productos mediáticos, un factor clave de las estrategias de las industrias del entretenimiento y del consumo, porque “dependen cada vez más de consumidores activos y comprometidos que corran la voz sobre sus valiosas propiedades en un mercado mediático abarrotado y, en ciertos casos, buscan formas de canalizar el *output* creativo de los fans mediáticos para producir sus costes de producción” (Jenkins, 2008: 139).

No ajenos a nuevos conflictos entre productores y fans, como los analiza en los capítulos “¿*La guerra de las galaxias* de Quentin Tarantino? La creatividad popular se enfrenta con la industria mediática”, y, “Por qué sabe escribir Heather: la alfabetización mediática y las guerras de *Harry Potter*”, en su libro *La cultura de la convergencia* (2008), varias investigaciones que se vienen realizando hacen ver la manera como las empresas de medios, desde la década de los noventa, comenzaron a incorporar tanto las investigaciones y reflexiones provenientes de los Estudios Culturales que estudiaban a las audiencias y a los fans, entre ellos el libro *Textual Poachers*, así como la mismas miradas, críticas y procedimientos de las comunidades de fans, donde la realización de las películas como, *Star Wars*, *El Señor de los Anillos*, y, *Harry Potter*, son un ejemplo de ello (Murray, 2004; Shefrin, 2004), y que en los tiempos recientes es uno de los procedimientos más habituales para atraer a los jóvenes hacia determinados productos mediáticos que buscan conformarse como “marcas de amor”, dinamizando un “capitalismo de amor”, donde las películas o series televisivas, en su formato de sagas, mantengan y renueven a sus auditorios como fieles, devotos o fans (Hu, 2005; Nikunen, 2007; Booth, 2008). Igualmente, bajo las nuevas formas de estudio de las audiencias, una de las que más se han empleado para las estrategias de las industrias mediáticas, del entretenimiento y otras más, están aquellas que toman a los fans como una nueva forma de las audiencias en tiempos de la nueva comunicación (Murray, 1999; Hermes, 2009).

En segundo lugar, y considerando que una clave de la primera obra de Jenkins (2009: 54) era ver a los fans como elementos centrales de la producción cultural, sería el nivel alcanzado de la actividad de los fans en un mundo global e interconectado. Lo expresaba de esta manera:

Esta capacidad para transformar la reacción personal en interacción social, la cultura del espectáculo en cultura participativa, es una de las características centrales del mundo de los fans. Uno no llega a ser un “fan” siendo un espectador habitual de un programa determinado, sino traduciendo su seguimiento del programa en algún tipo de actividad cultural, compartiendo con los amigos sentimientos y pensamientos sobre los contenidos del programa, haciéndose miembro de una “comunidad” de fans con intereses compartidos. Para los fans, el consumo suscita espontáneamente la producción, la lectura genera la escritura, hasta que los términos parecen lógicamente inseparables.

A finales del siglo XX y a principios del siglo XXI, algunos investigadores han comenzado a incorporar otros elementos para el estudio de los fans dentro de entornos digitales. Nuevamente, el caso de Henry Jenkins es representativo, quien abandona el estudio de los fans a través del tipo de lectura de textos que realizan, para analizarlos dentro de los procesos de la convergencia de medios y de tecnología, y esto propicia dos cosas, por lo menos: la relevancia que cobra para el estudio la cultura de la participación y de la colaboración, en gran parte desarrollada por la propuesta de la inteligencia colectiva desarrollada por Pierre Lévy, y el cosmopolitismo resultante de la interacción a través de lo digital, un fenómeno transcultural, donde los fans evaden el provincialismo y el aislacionismo, donde lo local se mueve por rutas y flujos que provienen de lo no local, de una cultura no situada, como es el caso de los otakus, cosplays y la japonización de los jóvenes de occidente. Dice Jenkins (2009: 168):

El viejo espacio mercantil se definía mediante diversas formas de descontextualización, entre las que se incluían la alienación del trabajo, el desarraigo de las imágenes de las grandes tradiciones culturales para que pudieran circular como mercancías, la fragmentación demográfica de la audiencia, la disciplina del conocimiento y la desconexión entre productores y consumidores mediáticos. El nuevo espacio de información implica múltiples e

inestables formas de recontextualización. El valor de cualquier información aumenta con la interacción social. Las mercancías son un bien limitado, y su intercambio crea o representa necesariamente desigualdades. Pero el significado es un recurso compartido y constantemente renovable, y su circulación puede crear y revitalizar los lazos sociales.

Y entonces, las cosas cambiaron:

Para Lévy, la introducción de las redes informáticas de alta velocidad constituyó un punto de inflexión epistemológico en el desarrollo de la inteligencia colectiva. Si el mundo de los fans era ya una cultura del conocimiento mucho antes de Internet, ¿cómo afectó a la comunidad de fans el transplante de sus prácticas al entorno digital? El nuevo entorno digital aumenta la velocidad de comunicación entre los fans, dando lugar a lo que Matt Hills² denomina “el mundo de los fans justo a tiempo”. Si antaño los fans intercambiaban información por correo, el servicio postal les parece hoy demasiado lento (“correo tortuga”) para satisfacer sus expectativas de respuesta inmediata. Hills explica: “Las prácticas de los fans se han enredado progresivamente en los ritmos y tiempos de las emisiones televisivas, de suerte que los fans se conectan hoy para comentar nuevos episodios inmediatamente después de la transmisión del capítulo o incluso durante las pausas publicitarias, acaso para demostrar la “puntualidad” y receptividad de su devoción” (2009:169).

Es la llegada de los fans internacionales que no sólo marcan las pautas de diferenciación con los fans “veteranos”, sino que los colocan bajo entornos de consumo cosmopolita, que se ejemplifica en la manera como la cultura popular japonesa ha llegado a muchos jóvenes fans de occidente que cotidianamente consumen sus productos mediáticos e integran en sus vidas los mismos patrones y estilos de lo que hacen los jóvenes en Japón, no solamente los hombres, sino las mujeres jóvenes (Yoonah Bae, 2008; Miller, 2008), con lo cual se vislumbran nuevas tendencias en las relaciones de género, y en las subjetividades de las mujeres jóvenes en occidente (Braidoti, 2009), donde los relatos, imágenes y música de la nueva cultura popular mediática son una interfaz entre sus condiciones de vida, sus experiencias, sus procesos particulares de individuación (Walkerdine, 2006).

Se puede percibir el interés de Jenkins (2009: 170) por incorporar en el estudio de los fans “un nuevo cosmopolitismo, consistente en compartir conocimiento a escala mundial”, propiciado por la convergencia de medios en la vida de los fans, un fenómeno con implicaciones amplias, como los impactos en la relación entre lo nacional y lo local, otra manera de estructurar y organizar la vida social por el acceso a los bienes culturales que se convierten en la pauta para una “transnacionalidad multilocal”, un marco de vida donde, como expresa Ulrich Beck (2001: 238), la gente “está unida a varios sitios al mismo tiempo”, una vida nómada, en construcción y experimentación continua, ya que esos “modos de vida polígamos respecto a los lugares son biografías traducidas: tienen que ser traducidas constantemente para uno mismo y para los demás, con el fin de que puedan seguir siendo vidas intermedias”.

Visiones como esas, invitan a tener en cuenta lo que ha venido aconteciendo con la conformación de una “cultura juvenil global” (Kjeldgaard y Askegaard, 2006), mediante la cual jóvenes del mundo se mueven por distintos circuitos y niveles que tanto alteran como unifican sentidos varios de lo global y lo local, se redefine no sólo la condición de los jóvenes en una posición que lleva a ser considerada como la post infancia, la post adolescencia, promoviendo, como lo señalan Richard Kahan y Douglas Kellner³, una progresiva diversificación, una hibridación cosmopolita, la proliferación de voces, formas culturales, estilos, que tanto empoderan a los jóvenes con nuevas oportunidades culturales, como a regresiones reaccionarias en actitudes varias, como las políticas, las culturales, en sus respectivas sociedades. Los mismos Khan y Kellner⁴ manifiestan, que la presencia de una “cultura juvenil global”, que mediatiza su experiencia a través de las tecnologías digitales e interactivas han venido a cuestionar no sólo el estatus de las representaciones de la juventud, sino la pertinencia del empleo de términos como culturas y subculturas juveniles, como acontece con los estudios de las post-subculturas (Blackman, 2005; Hesmondhalgh, 2005), que enfatizan la complejidad, la multiplicidad, la diversidad, el sincretismo, en cuanto que los jóvenes encuentran influencias de los medios globales y los tornan locales en sus formas de vida, hacen negociaciones individuales en el mercado global dirigido a su propia vida tribal, y asumen una agencia dentro del mundo del espectáculo, que lo puede llevar a un tipo de activismo político o ciudadano (Chaney, 2004; Rheingold, 2008).

Entonces, y además de lo que se ha estado señalando sobre la llegada de una nueva generación de jóvenes y niños (Howe y Strauss, 2000; Palfrey y Gasser, 2008; Livingstone, 2008), el estudio de las culturas juveniles en tiempos de la convergencia de medios, va permitiendo ver varias cosas importantes que redefinen en mucho las marcas de ser joven: por un lado, la manera como van emergiendo otras formas de construcción de las identidades mediante la inmersión de los entornos digitales e interactivos (Buckingham, 2008; Kibby, 2009), sus identidades digitales o identidad avatar (van Halen y Janssen, 2004; Leary, Estrada y Batts, 2009) la emergencia de toda una nueva cultura mediática para los jóvenes (Silver, 2010), y la manera como los jóvenes lo incorporan a su vida como parte de sus entornos de vida, de sus relaciones sociales e identidades personales (Burnett y Reinhardt, 2000).

Desde el lado de los estudios post-subculturales, donde el debate es intenso, hay la visión de que los estudios de los fans son una forma como se puede contribuir al debate de las nuevas configuraciones, para cuestionar los andamiajes teóricos, conceptuales y metodológicos que se han construido, y que se están construyendo en el presente (Bloustien, 2004).

Enfoques como los estudios post-subculturales, el feminismo postmoderno, de las culturas juveniles globales, indican algo que igualmente se venía señalando dentro de los estudios de los fans desde la década de los ochenta: la conflictiva relación con la cultura popular mediática, la manera como desde sus propios entornos, no solamente virtuales, es posible realizar actividades alternativas, paralelas, de resistencia y negociación con las culturas mediáticas y post mediáticas dominantes, de crear pautas de organización comunitarias. En ese punto, hay tendencias como las de Jenkins que señala la importancia de poner atención a lo que los jóvenes y los fans construyen a partir de la interacción, mientras que hay otras perspectivas que optan por señalar que no todo se gesta únicamente en los entornos y arquitecturas digitales, virtuales, sino que es importante seguir poniendo atención a los espacios sociales, locales, en los que los jóvenes y fans se mueven (Bennett, 2004).

Back to The Future. De *Textual Poacher a Convergence Culture*, y de regreso.

En su contribución al libro de Jean Burgess y Joshua Green, *YouTtube. Online Video and Participatoru Culture*, Henry Jenkins (2010a) menciona que hay mucho de viejo en

lo que ahora hacen muchos jóvenes al subir videos a YouTube, pues desde los ochenta había jóvenes que hacían videos en sus casas. La referencia de Jenkins es sobre los fans que estudió en *Textual Poachers*. En diversas contribuciones ha mencionado algo similar, como es el caso del desarrollo de los videojuegos (Fuller y Jenkins, 1995), así como de la interrelación entre la estética y el lenguaje del cine y los videojuegos (Jenkins, 2003).

La visión de Jenkins sobre la convergencia de cultura está en mucho centrada en que es una transición, un proceso en construcción que no tiene un punto final ni acabado. Esto no sólo es manifiesto en varias contribuciones a revistas en las cuales participó, sino igualmente es parte de la idea por trabajar en el libro que editó junto con David Thornburn, *Rethinking Media Change* (2003), y que está explícito en el subtítulo original de su libro: *Convergente Culture: Where Old and New Media Intersect*. Con ello queremos expresar que los comentarios de Jenkins en el sentido de que lo frustran los jóvenes que investigan a los fans retomando su libro *Textual Poachers*, sin avanzar hacia nuevos enfoques, tiene algo de limitado porque él mismo parece no evaluar el papel que ha tenido y que sigue teniendo en la actualidad, además de que muchos de sus acercamientos, como se puede leer en sus últimos libros, tienen como referencia lo encontrado en los tiempos de investigación de *Textual Poachers*, a los que continuamente se remite, aunque no cite a su propio libro.

Desde su aparición, *Textual Poachers* se convirtió en un libro de referencia para muchas investigaciones sobre los fans, y aún lo sigue teniendo, como punto de referencia y punto de partida para discutir distintos aspectos y abordajes a la cultura fan (Broker, 2002; Hills, 2002). Esto ha sido en ámbitos académicos donde se ha procedido a tomar a los fans como parte de la cultura mediática desde hace algunas décadas, y en aquellos otros donde se comienza a hacerlo, el libro Jenkins es igualmente un punto de referencia casi obligado para trabajar a partir de algunos de sus planteamientos y procedimiento, para ir en contra de él, o para poder hacer ajustes a las realidades y contextos propios de donde se realiza el estudio.

Por otro lado, al tener en cuenta, como se manifestó de manera breve en el apartado anterior, la transformación de algunos entornos, procesos y dinámicas a partir de la convergencia cultural, en diferentes frentes de estudio y los cruces de fronteras

disciplinarios que se han visto obligados o impulsados a realizar, han llegado al tema de los jóvenes, la cultura mediática, los mundos virtuales, y uno de los aspectos con el que se ha trabajado es la conformación de la juventud o de la infancia de acuerdo a la manera como se constituyen comunidades de fans. En este punto, las visiones del libro, *Convergencia de cultura*, es tomado en cuenta y revisado, pero igualmente acontece con *Textual Poachers*, porque mucho de lo que ahí se hacía evidente sobre la manera como los fans creaban su propia cultura, como escritores, creadores de video, música, es ahora tomado por las industrias mediáticas, y los nuevos fans lo hacen en otro orden de circunstancias, procedimientos, recursos que provienen de lo digital y lo interactivo a través de los cuales realizan procedimientos de resistencia con relación a la cultura mediática corporativa dominante, al tiempo que trabajan en la constitución de su propia cultura fan (Consalvo, 2003; Hellekson y Busse, 2006; Burgués y Green, 2010).

Desde ahí, *Textual Poachers* es igualmente un recurso para entender lo que se gestó, la posibilidad de recuperar, de rastrear aquella parte de la arquitectura del proceso de transición de los viejos medios a los nuevos medios, de las audiencias de medios a las audiencias interactivas.

La cultura de la participación en la era de los fans “veteranos” puede ser todavía un punto importante para observar la manera como muchos jóvenes del mundo comienzan a generar sus propios productos y a crear diferentes prácticas y textos culturales desde sus entornos inmediatos, cotidianos, y esto es fundamental en tiempos de lo global o de lo glocal, pues si sólo se atiende a lo translocal por la vía de lo virtual únicamente se tiene un rostro del fenómeno, ya que el otro rostro se ha de mirar a través de cómo en sus contextos de vida han propiciado y están propiciando espacios y puestas en escena con lógicas de lo global, los antecedentes de ser los habitantes translocales de sus propios espacios sociales en muchas ciudades del mundo. Esto puede ser visto igualmente en la manera histórica como estas tendencias se realizaron a través del acercamiento a las generaciones jóvenes que en la década de los ochenta comenzaron en esas ciudades con la manifestación de nuevas identidades juveniles por lo mediático, asumiendo su afinidad con algunos productos mediáticos, reconociéndose como fans, de *Star Wars*, de *Harry Potter*, del *Señor de los Anillos*, de grupos de rock, de series de televisión, de las primeras series de anime que se transmitieron, y que son, en cierta forma, los antecedentes de las generaciones actuales que se mueven por identidades

avatar a través de ingresar a subculturas y estilos de vida como el Cosplay, lo Geek, Otaku, las Lolitas, las Suicide Girls, por mencionar algunas, y que su emergencia en las ciudades manifiestan otras pautas y matrices culturales de las subculturas que emergieron a partir de los ochenta, como los punks, los skatos, los góticos, los metaleros, y otros más.

Desde una óptica que parte de lo local hacia lo global, los contextos históricos y sociales en transformación no se pueden evadir ni desconocer la manera como participan en la estructuración de las subjetividades, las pautas de moverse por sus espacios sociales, urbanos, la manera como los jóvenes dialogan con ello para conformar sus procesos de socialidad y subjetivación, cómo se apropian de espacios y los escenifican en lo cotidiano, articulando sus identidades sociales y personales, con sus identidades avatar que van modalizando a lo largo de sus trayectos biográficos. Desde esa perspectiva, la propuesta de Michel de Certeau mantiene una vigencia, en tanto que muchos jóvenes fans han de moverse a través de sus tácticas y estrategias, de ser cazadores furtivos continuamente en lo que se refiere a la manera como leen los textos mediáticos, los experimentan y los articulan como interfaces de su identidad en lo cotidiano, como prácticas del hacer. En esto, algunas de los acercamientos de Jenkins de su libro *Textual Poachers*, tiene mucho que decir todavía.

Por señalar solo un ejemplo, los capítulos donde Jenkins explora la manera como las mujeres fans de la serie, *La bella y la bestia*, hacen lecturas desde un “realismo emocional” que las lleva a explorar sus propias experiencias, horizontes de vida, donde hay un continua lectura preferencial hacia el género romántico, no puede abandonarse fácilmente ante la llegada de una literatura juvenil que tiene como objetivo educar sentimentalmente a los jóvenes, principalmente a las mujeres, de ser un espacio de interioridad y de exploración ante las nuevas condiciones de ser mujer joven en los tiempos actuales (Gamble, 2006; Cappella, 2010), y en este punto las nuevas novelas asumen la perspectiva romántica como un recurso para ella, y en la cual se puede percibir la manera como se ha ido configurando desde lo mediático nuevas condiciones y relaciones de género, una nueva manera de leer el romance (Gill y Herdieckerhoff, 2006), las hibridaciones que se han estado gestando y que son parte de las experiencias de vida, de expectativas de las mujeres jóvenes, no solamente en lo que se refiere a los cruces en las preferencias sexuales, sino en lo transcultural (McCormack, 2009; Mackie,

2008), y donde un ejemplo conocido, por su impacto mundial, es el caso de la saga de libros *Crepúsculo*, así como sus películas. Y en esto último, los capítulos del libro de Jenkins que exponen la manera como las mujeres fans son impulsadas a crear relatos, videos o canciones, mantienen igualmente una vigencia considerable, aunque con modificaciones importantes en tiempos de lo interactivo y la convergencia mediática.

Con lo anterior, queremos decir que la parte de lo textual poacher sigue siendo muy importante, y que es necesario tomarlo en cuenta en la manera como se realiza en lo cotidiano, pero asimismo bajo los entornos de lo mediático e interactivo, para ver la manera como los fans se mueven en tiempos de lo global y en lo translocal. Otra forma de decir, y tomando la propuesta de Zygmunt Bauman sobre la modernidad líquida, es que no en todos los espacios de vida todo se ha tornado líquido y evanescente, sino que hay otras pautas y temporalidades, donde lo líquido tiene que negociar con lo sólido.

Textual Poachers puede ser una muestra de cómo los enfoques de los Estudios Culturales abocados a estudiar lo mediático se transformaron en las siguientes décadas, al pasar a entender otras matrices y entornos de la cultura, como ha sido la globalización, la postmodernidad, y, con ello, a rebasar las improntas conformadas hasta inicios de la década de los noventa, para incorporar otras orientaciones, conceptualizaciones y procedimientos de estudio e investigación. Algunas voces manifiestan que esas improntas de estudio son básicas para entender la cultura popular mediática que se está conformando a través de una arquitectura virtual e interactiva que se desarrolla a través de la cultura de la participación y la colaboración, las cogniciones distribuidas (Burgués, 2006; Shefrin, 2006; Harley, 2010). Otras vertientes se han encaminado hacia la manera como se ha alterado algunos ámbitos sociales a través del impacto de la cultura mediática, como es el caso de la educación y la conformación de las subjetividades, identidades y actancias de niños y jóvenes. En esos giros, habría que destacar la atención que se ha tenido al libro de Jenkins como un punto de referencia para lo que se ha estado construyendo dentro de las visiones socioculturales desde entonces (Turkle, 1997; Buckingham, 2005; Livingstone, 2002; Giroux, 2003; Hills, 2004).

Jenkins se sorprende en parte por el hecho de que la atención a los fans pasó de manera marginal a ser el centro de la atención dentro de los estudios de audiencia en los nuevos

medios. Podríamos pensar que la sorpresa es igualmente en relación a su obra: de ser marginal y casi invisible para la mayoría, con sus primeros estudios sobre los fans, se ha venido colocando como una de las obras de referencia para pensar a la cultura mediática que se desarrolla por la convergencia tecnológica y de medios de comunicación, con sus últimos libros, donde retoma en parte el tema de los fans, de los nuevos fans.

Para algunos, el enfoque de Jenkins es un tanto cuestionable por la ausencia de una clara y sostenida postura crítica, pero para otros es una manera de atender las ambigüedades y contradicciones por las cuales los jóvenes y los fans se mueven alrededor y al interior de la cultura mediática, para, a partir de ello, encontrar pautas para la creación de una nueva crítica cultural, la construcción de la ciudadanía por lo mediático y las redes sociales, de emplearlo para dinamizar la educación y las prácticas culturales juveniles. Esto es un punto álgido de discusión porque no deja de manifestar procesos contradictorios: mientras las empresas se mueven conformando a sus audiencias, principalmente a las juveniles, como si fueran sus fans, integrándolos fomentando la cultura de la participación para desarrollar su imagen, su presencia, sus productos, a través de estrategias transmediales y transtextuales, en muchos ámbitos de la academia tiende a ser rechazado, mal visto, a no estudiarlo para aplicarlo en la educación, en la participación ciudadana, para la crítica cultural, aunque también hay otras voces que expresan que es importante hacerlo para reorganizar y realizar ajustes necesarios dentro de los entornos de vida social y cultural que va siendo cada día más evidente que no son ajenos a lo mediático, como es el caso de lo educativo, y ante al que hay que tener, desde ahí, una postura tanto crítica como pedagógica (Giroux, 2005).

La posición respecto a Jenkins y a su obra, como sucede y ha sucedido con los fans, es ambivalente. Más allá de lo que se le pueda rechazar, oponer o criticar, una razonable actitud es la de revisar, o volver a revisar, su primer libro y desde ahí dialogar con su obra reciente. Porque la revisión del libro de Jenkins, entonces, puede ser un punto de apoyo para nuevos acercamientos a estudios de las culturas juveniles, los estudios de las nuevas generaciones, de la infancia que ha crecido con los medios de comunicación y la cultura del entretenimiento, de las niñas y las mujeres jóvenes, de las culturas juveniles globales, y de varios acercamientos más. Como se indicó en un principio, si bien el libro fue tomado en círculos específicos, si no que reducidos y marginales de lo académico, y demasiado desconocido en latitudes de Iberoamérica, los nuevos libros de Jenkins, y

ahora su edición en español, puede que en parte renueven el interés por *Textual Poachers*, y permita la comprensión de algunos aspectos de la cultura mediática actual, y propicie el interés por estudios de audiencias o sub culturas juveniles a través del estudio de los fans de nuestros días.

Bibliografía.

Beck, Ulrich (2001). “Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado: individuación, globalización y política”, en Giddens, A. y Hutton, W. (editores), *En el límite. La vida en el capitalismo global*. Barcelona, Editorial Tusquets.

Bennet, Andy (2004). “Virtual Subcultura? Youth, Identity and the Internet”, en Bennet, A. y Kahn-Harris, K, (2004) (editors), *After subculture. Critical studies in contemporary youth culture*. China, Palgrave MacMillan.

Blackman, Shane (2005). “Youth Sucultural Theory: A Critical Engagement with the Concpet, its Critical Origins and Politics, from the Chigaco School to Posmodernism”, en *Journal of Youth Studies*, Vol. 8, No. 1.

Bloustien, Gerry (2004). “Buffy Night at the Seven Stars: A Subcultural Happening at the Glocal Level”, en Bennet, A. y Kahn-Harris, K, (2004) (editors), *After subculture. Critical studies in contemporary youth culture*. China, Palgrave MacMillan.

Braidotti, Rosi (2009). “Introduction. Learning from the Future”, en *Australian Feminist Studies*, Vol. 4, No. 59.

Bollier, David (2008). *Viral Spiral. How the Communs Built a Digital Republica of Their Own*. New York, The New Press.

Bolter, Jay David y Grusin, Richard (2000). *Remediation. Understanding New Media*. U. S. A., MIT Press.

Booth, Paul (2008). “Rereading Fandom: MySpace Character Personas and Narrative Identification”, en *Cultural Studies in Media Communication*, Vol. 25, No. 5.

Brea, José Luis (2010). *Las tres eras de la imagen. Imagen-materia, film, e-image*. Madrid, Editorial Akal.

Brooker, Hill (2002). *Using the force. Creativity, community and Star Wars fans*. New York, Continuum.

Buckingham, David (2005). *Educación en los medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona, Editorial Paidós.

Buckingham, David (2008). “Introducing Identity”, en Buckingham, D. (editor), *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MIT Press.

Burgess, Jean (2006). "Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Storytelling", en *Continuum: Journal of Media & Culture Studies*. Vol. 20, No. 2.

Burgess, Jean y Green, Joshua (2010). *YouTube. Online video and participatory culture*. New Hampshire, Polity Press. 1a Reimpresión.

Burnett, Ann y Reinhardt, Reha (2000). "Reading Romance Novels: An application of Parasocial Relationship Theory", en *North Dakota Journal of Speech & Theatre*, Vol. 13.

Cappella, David (2010). "Kicking it up beyond the casual: fresh perspectives in young adult literatures", en *Studies in the Novel*. University of North Texas, Vol. 42, No. 1

Chaney, David (2004). "Fragmented culture and subcultures", en Bennett, A. Y Kahn-Harris, K. (editors), *After subculture. Critical studies in contemporary youth culture*. China, Palgrave MacMillan.

Consalvo, Mia (2003). "Caber.Slayin Media Fans: Code, Digital Poaching and Corporate Control of Internet", en *Journal of Communication Inquiry*. Vol. I, No. 27

De Certau, Michel (1996). *La invención de lo cotidiano. I Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana, ITESO, Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.

De Certau, Michel (1999). *La cultura en plural*. Buenos Aires, Editorial Nueva Visión.

DOSSE, Francois (2003). *Michel de Certau. El caminante herido*. México, Universidad Iberoamericana.

Fiske, John (1987). "British Cultural Studies and Television", en Allen, Robert (editor), *Channels of discourse. Televisión and Contemporary Criticism*. North Carolina, University of North Carolina Press.

Fiske, John (1987a). *Television Culture*. New York, Methuen.

Fiske, John (1991). "The Cultural Economy of Fandom", en Lewis, Lisa (editor), *The adoring Audience*. New York, Routledge.

Fuller, Mary y Jenkins, Henry (1995). "Nintendo and New World Travel Writing: A Dialogue", en Jones, S. (editor), *Cybersociety. Computer-mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, Sage.

Gamble, Sarah (2006). "Growing Up Single: The postfeminism Novel", en *Studies in the Literary Imagination*, Vol. 39, No. 2.

Gill, Rosalind y Herdieckerhoff, Elena (2006). "Rewriting the Romance. New Femininities in Chick Lit?", en *Feminist Media Studies*, Vol. 6, No. 4.

Giroux, Henry (2003). *La inocencia robada. Juventud, multinacionales y política cultural*. Madrid, Editorial Morata.

Giroux, Henry (2005). *Estudios Culturales, Pedagogía Crítica y Democracia Radical*. México, Editorial Popular.

Halen van, Cor y Janssen, Jaques (2004). "The Usage of Space in Dialogical Self-Construction: From Dante to Cyberspace", en *Identity: An Internacional Journal of Theory and Research*, Vol. 4, No. 4.

Hartley, John (2004). "The Value Chain of Meaning and the New Economy", en *International Journal of Cultural Studies*. Vol.I, No. 7.

Hartley, John (2010). "Uses of YouTube: Digital Literacy and the Growth of Knowledge", en Burgess, J. y Green, J., *YouTube. Online video and participatory culture*. New Hampshire, Polity Press. 1a Reimpresión.

Hellekson, Karen y Busse, Kristina (editors) (2006). *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Jefferson; McFarland & Co.

Hermes, Joke (2009). "Audience Studies 2.0. On the theory, politics and method of qualitative audience research", en *Interactions: Studies in Communication and Cultures*. Vol. 1, No. 1.

Hesmondhalgh, David (2005). "Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above", en *Journal of Youth Studies*, Vol. 8, No. 1.

Hills, Matt (2002). *Fan Cultures*. London, Routledge.

Hills, Matt (2004). "Strategies, Tactics and the Question of Un Lieu Propore: What/Where is Media Theory?", en *Social Semiotics*, Vol. 14, No. 2.

Holmes, David (2005). *Communication Theory. Media, technology and society*. London, Sage.

Howe, Neil y Strauss, William (2000). *Millennials Rising. The Next Great Generation*. New York, Vintage Books.

Hu, Kelly (2005). "The Power of circulation: digital technologies and the online Chinese fans of Japanese TV drama", en *Inter-Asia Cultural Studies*, Vol. 6, No. 2.

Jenkins, Henry (1992). *Textual poachers. Television, fans & participatory culture*. New York, Routledge.

Jenkins, Henry (2004). "Quentin Tarantino's Star Wars? Digital Cinema, Media Convergence, and Participatory Culture", en Thorburn, D. y Jenkins, H. (editors), *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*. Cambridge, MIT Press.

Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós.

Jenkins, Henry (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona, Editorial Paidós.

Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura televisiva y televisión*. Barcelona, Editorial Paidós.

Jenkins, Henry (2010a). “What Happened Before YouTube?”, en Burgess, Jean y Green, Joshua, *YouTube. Online video and participatory culture*. New Hampshire, Polity Press. 1ª Reimpresión.

Kirbby, Marjorie (2009). “Collect Yourself. Negotiating personal music archives”, en *Communication & Society*, Vol. 12, No. 3.

Kjeldgaard, Dannie y Askergaard, Soren (2006). “The globalization of youth culture: the global youth segment as structures of common difference”, en *Journal of Consumer Research*, Vol. 33.

Lash, Scott (2005). *Crítica de la información*. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.

Lash, Scott y Urry, Gin (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la desorganización*. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.

Leary, Mark; Estrada, Marie-Joelle y Batts, Ashley (2009). “The Analogue-I and the Analogue-Me: The Avatars of the Self”, en *Self and Identity*, Vol. 8.

Lievrouw, Leha (2009). “New media, mediation, and communication study”, en *Information, Communication & Society*. Vol. 2, No. 3.

Livingstone, Sonia (2002). *Young People and New Media*. London, Sage.

Livingstone, Sonia (2008). “Internet Literacy: Young People’s Negotiation of New Online Opportunities”, en McPherson, Tara (editor), *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. Cambridge, MIT Press.

Mackie, Vera (2008). “How to Be a Girl: Mainstream Media Portrayals of Transgendered Lives in Japan”, en *Asian Studies Review*, Vol. 32.

Mac Cormack, Patricia (2009). “Feminist Becomings. Hybrid Feminism and Haecceitic (Re)production”, en *Australian Feminist Studies*, Vol. 4, No. 59.

Merrin, William (2009). “Media Studies 2.0: upgrading and open-sourcing the discipline”, en *Interactions: Studies in Communication and Cultures*. Vol. 1, No. 1.

Miller, Laura (2008). “Japan’s Cinderella Motif: Beauty Industry and Mass Culture Interpretations of a Popular Icon”, en *Asian Studies Review*, Vol. 32.

Moores, Shaun (2000). *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*. London, Sage.

Morley, David (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.

Murray, Janet (1999). *Hamlet en la holocubierto. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona, Editorial Gedisa.

Murray, Simone (2004). "Celebrating the Story the Way It Is: Cultural Studies, Corporate Meida and the Contested Utility of Fandom", en *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, Vol. 18, No. 1.

Nikunen, Kaarina (2007). "The intermedial Practices of Fandom", en *Nordicom Review*, no. 28-2.

Palfrey, John y Gasser, Urs (2008). *Born Digital. Understandign the first generation od digital natives*. New York, Basic Books.

Rheingold, Howard (2008). "Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagment", en Bennett, Lance (editor), *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*. Cambridge, MIT Press.

Silver, Anna (2010). "Twilight is not good for maidens: gender, sexuality, and the family in the Stephenie Meyers' s Twilight series", en *Studies in the Novel*. University of North Texas, Vol. 42, No. 1.

Shefrin, Elana (2004). "Lord of the Rings, Star Wars, and Participaroty Fandom: Mapping New Congruencies between th Internet and Media Entertainment Culture", en *Critical Studies in Media Communication*. Vol. 21, No. 3.

Storey, John (2002). *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona, Octaedro-EUB.

Taylor, Paul (2009). "Critical theory 2.0 and im/materiality: the bug in the machinic flows", en *Interactiosn: Studies in Communication and Cultures*. Vol. 1, No. 1.

Thorburn, David y Jenkins, Henry (editores) (2003). *Rethinking media change. The aesthetics of transition*. Cambridge., MIT Press.

Tulloch, John y Jenkins, Henry (1995). *Science Ficción Audiencias: Doctor Who, Star Trek and Their Followers*. London, Routledge.

Turkle, Sherry (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era del Internet*. Barcelona, Editorial Paidós.

Walkerdine, Valerie (2006). "Playing the Game. Young girls performing femininity in video game play", en *Feminist Media Studies*, Vol. 6, No. 4.

Yoonah bae, Catherine (2008). "Girl Meets Boy Meets Girl: Heterosocial Relations, Wholesome Youth, and Democracy in Postrar Japan", en *Asian Studies Review*, Vol. 32.

¹ Docente de la Universidad Iberoamericana León. Doctor en Ciencias sociales por la Universidad de Colima, Maestro en comunicación por el ITESO de Guadalajara, y licenciado en comunicación por la Universidad Iberoamérica de la Ciudad de México. Autor de varios libros y artículos. Dirección electrónica.- hector.gomez@leon.uia.mx.

² Hills, Matt (2002). "Transcultural otaku: Japanese representations of fandom and representation Japan in anime/manga fan cultures". Web.mit.edu/cms/Events/mit2/Abstracts/MattHillspaper.pdf

³ "Global Youth Culture". Consultado en: www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/globalyouthcult.pdf.

⁴ "Internet Subcultures and Political Activism". Consultado en: www.gseis.ucla.edu/faculty/.../oppositional/politicstechnology.pdf.

R

y

P