

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

MARYAN MARTIN GUTIÉRREZ

JAPÓN DIGITAL: REPORTAJE SOBRE LA DIFUSIÓN DE LA
CULTURA POPULAR JAPONESA EN MÉXICO A TRAVÉS DE
INTERNET

Teléfono: 017224902753

Tel móvil: 0457224490289

E-mail: maryanmg_7@hotmail.com



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

Introducción

CAPITULO I. JAPÓN, PAÍS DE CULTURAS EN CONTRASTE

1.1 La cultura japonesa tradicional

1.2 La cultura japonesa popular

1.3 Apertura de la cultura japonesa al mundo y para el mundo

CAPÍTULO II. CULTURA POPULAR JAPONESA EN LA RED Y SU DIFUSIÓN EN SITIOS CREADOS EN MÉXICO

2.1 Organizaciones y asociaciones que promueven la relación entre México y Japón, y su participación en la red.

2.2 Anime y manga de fans para fans en internet.

2.3 Sitios especializados en J Music y su evolución en la radio por internet Frikí u Otaku.

2.4 Cosplay, fotografía y arte digital; sitios de interés y expresión.

2.5 Revistas virtuales enfocadas a la cultura popular japonesa

CAPITULO III. MÉXICO A LA JAPONESA: CONSUMO, MODA Y ENTRETENIMIENTO

3.1 Juventud mexicana a la moda nipona

3.2 Consumo y comercio creciente de artículos japoneses entre los jóvenes mexicanos

3.3 Convenciones y actividades enfocadas al conocimiento y goce de la cultura popular japonesa

CAPÍTULO IV. JÓVENES OTAKU EN LAS REDES SOCIALES

4.1 Idioma y escritura japonesa en la red

4.2 Fansub y Fandub como prácticas comunicativa

Conclusiones

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la influencia de la cultura popular japonesa, ha sido determinante en el actuar y pensar de muchos jóvenes mexicanos. México como país receptor de diversas culturas abre sus puertas a nuevas tecnologías, industrias, modas, tendencias, formas de entretenimiento, alimentación, patrones culturales y sociales.

Japón, país altamente desarrollado difunde en México y en otros países del mundo, sus modelos, tendencias y formas de pensar al contar con facilidades tecnológicas para comunicar y transmitir su cultura, muy popular entre los jóvenes y todos aquellos que disfrutan de la belleza de un país que honra sus costumbres y tradiciones al mantenerlas vivas en un mundo de altas tecnologías y visión futurista, una estética basada en mundos de fantasía y líneas artísticas representadas en viñetas y dibujos animados, música que evoca los ambientes y paisajes de épocas antiguas así como las nuevas formas de pensar y sentir de la juventud mediante instrumentos electrónicos y sonidos de occidente.

En este trabajo se presenta un reportaje que describe los medios digitales en México, que han permitido la difusión de la cultura popular japonesa en la juventud mexicana. Esto con la finalidad de mostrar la importancia e influencia que tiene esta cultura de oriente en aspectos culinarios, sociales, de entretenimiento, vestimenta, comunicativos y lingüísticos entre los jóvenes fanáticos de la cultura de Japón.

Al elaborar este reportaje, presentado en cuatro capítulos, pretendo dar a conocer a los lectores las prácticas culturales que han surgido entre los jóvenes de 11 a 35 años en México, a partir de la introducción y conocimiento de la cultura popular japonesa en este país. Esto justificado en los medios digitales de comunicación que difunden esta cultura y sus aspectos más populares y llamativos. Mediante diversas técnicas como la documentación, la entrevista, la observación y la investigación de campo describo las características de estos medios de comunicación así como las prácticas resultado de este fenómeno.

Este reportaje de manera más amplia, presenta en un inicio las características de la cultura tradicional y popular de Japón así como el proceso de apertura de este país hacia el mundo occidental, la llegada de esta cultura a México mediante los inmigrantes japoneses y comerciantes y su aceptación en el país.

Posteriormente se retoman los aspectos principales de las organizaciones y asociaciones que se dedican a promover las relaciones entre México y Japón, al describir de forma precisa los puntos que abarca cada una de éstas en los sitios de internet que han creado para informar y abarcar una mayor cantidad de interesados en Japón y su cultura. Dentro de este segundo capítulo se nombran diversos elementos como el anime, manga, J music, cosplay y fotografía, todos inmersos en el mundo de la internet.

Posteriormente y mediante una serie de entrevistas se reconoce a México como receptor y reproductor de la cultura popular japonesa a través de aspectos como el seguimiento de las modas en vestimenta, el consumo y comercio de artículos japoneses entre los jóvenes mexicanos y la serie de convenciones y actividades realizadas con frecuencia y constancia dentro de este país y enfocadas al goce de la cultura de Japón.

Finalmente el cuarto capítulo de este reportaje presenta un aspecto novedoso y de reciente producción dentro de los medios digitales de comunicación: el fansub y el fandub como prácticas comunicativas entre los jóvenes seguidores de la cultura japonesa en México y en diversos países, así como la alienación de lenguaje español-japonés y el uso de diversas palabras y caracteres japoneses para la comunicación diaria entre los jóvenes.

Por último se hace referencia a una serie de observaciones relativas a la importancia del conocimiento de este fenómeno de interculturalidad para el área de las comunicaciones y medios electrónicos y digitales, así como se propone una posible visión sobre el futuro de este fenómeno mediático y cultural y la posibilidad de que sea adoptado por otros países para difundir y expandir sus barreras culturales e invitar a una actividad prolífera de turismo, industrial y de entretenimiento.

CAPITULO I. JAPÓN, PAÍS DE CULTURAS EN CONTRASTE

Este capítulo busca plantear una introducción a la cultura japonesa, sus aspectos más importantes, sobre todo, enfocándonos a los artísticos, culinarios y tecnológicos, la diferencia entre los elementos que pertenecen a la cultura de tradición japonesa y a los que se han convertido en parte de la cultura popular en Japón, al llegar a grandes masas y combinando en varias ocasiones lo occidental con lo oriental. Aquí se dará una pequeña reseña histórica respecto a la creación de la cultura en Japón y su evolución hasta su occidentalización y la apertura de esta cultura al mundo. Por último hablaremos de la relación de la cultura japonesa con México y en un contexto histórico; las primeras relaciones de Japón con nuestro país.

1.1 La cultura japonesa tradicional

Japón es un país de grandes tradiciones, cultura milenaria y avance constante. Un país que contrasta con occidente por sus costumbres ancestrales, su fuerte conexión con el pasado, su forma de ver el mundo y de verse a sí mismos. El archipiélago en forma de arco, formado de cuatro islas mayores – Hokkaido, Honshu, Shikoku y Kyushu- y un sinnúmero de islas pequeñas, muestra en cada rincón sólo un poco de la gran cultura contenida en este país.

Conocida desde los siglos XVI y XVII por elementos como el feudalismo, los samuráis, las geishas y los grandes cultivos de arroz, la cultura tradicional japonesa se visualizó ante el mundo en un inicio gracias a los viajes de comerciantes y jesuitas portugueses y españoles que descubrieron a occidente, este enigmático país, mostrando una cultura sumamente desarrollada pero estrictamente encerrada en sus fronteras; aunque en sí, la cultura de tradición en Japón surge mucho antes de este descubrimiento al mundo.

Entre los siglos V y VI, La gran China entró a este país y con ella el budismo, la escritura ideogramática y varios estilos artísticos que sin embargo no fueron completamente adoptados por los japoneses, quienes prefirieron adaptarlos y modificarlos de acuerdo a sus costumbres, tradiciones y lenguaje existente,

manteniendo así su identidad pero también tomando lo mejor de la cultura que recién había entrado. Y esto no sólo sucedió con la cultura China, sino también con la cultura española introduciendo elementos como la medicina, cocina e incluso idioma haciendo que japoneses y latinos compartamos palabras como *Pan* o *Capa*.

Para el siglo XII Japón cambió de capital de Nara a Kioto, contaba con un gran imperio y se veía poderoso y bello a la vez con el florecimiento de sus bellas artes, inspiradas en las chinas. Al poco tiempo surgieron los regímenes militares que resultaron en la creación del *Shogunato*¹ y dieron nombre a una nueva etapa histórica en Japón donde predominaron los míticos personajes guerreros llamados *Samura*²; quienes poco a poco hicieron desaparecer casi por completo la aparente autoridad totalitaria del *Shogun*, creando una situación de constantes guerras entre clanes y grupos que buscaban el poder.

Fue hasta el año de 1600 que el general Oda Nobunaga³ logró la reunificación del país y devolvió la paz y estabilidad que Japón necesitaba para poder avanzar pero que al mismo tiempo le trajo un encerramiento o *sakoku* que no permitió la entrada a su territorio hasta el siglo XIX.

En este tiempo Japón desarrolló diferentes tradiciones y actividades culturales como la forma *Zen*, caracterizada por ser una parte importante de la religión budista y que lleva como actividad principal la meditación como camino hacia la iluminación. El *Zen* combinó el budismo con otras filosofías como el taoísmo chino y prácticas como el yoga, teniendo como fin la armonía e influyendo extraordinariamente en la cultura tradicional japonesa en costumbres de comportamiento, en artes como la pintura y el arreglo de jardines, disposición en ramos de flores y en ceremonias como la del té.

¹ Shogunato se le conoce al gobierno del Shogun o líder militar que se encontraba bajo el poder del emperador.

² El Samurai era el termino que se le daba al hombre japonés de clase guerrero hasta antes del periodo de restauración Meiji en 1868.

³ Oda Nobunaga fue un *Daimyo* o señor feudal nacido en 1534 y destacado en la historia de Japón por haber superado a 40,000 samurai con tan sólo 3,000 soldados, durante la batalla de Okehazama y posteriormente dominar varias partes del país, llevando a la unificación de Japón, eliminando las constantes batallas por tierras y poder entre los terratenientes locales.

Esta última es conocida en Japón desde el año 200 d.C. y lo que comenzó como una tradición de los monjes budistas para preparar y consumir lo que ellos consideraban era una bebida sagrada, tiempo después se convirtió en una actividad de la aristocracia. De acuerdo a la filosofía que se tiene de esta costumbre, tomar el té en un ambiente de serenidad es el mejor camino para la aprehensión de la belleza de la vida. El tipo de té utilizado desde un inicio fue el té verde, sirviéndose éste al grupo de personas invitadas a la ceremonia que puede durar hasta 4 horas. Esta costumbre se relaciona directamente con tradiciones y artes como la caligrafía, el uso del *kimono*⁴, el manejo del abanico y el arreglo floral ya que quienes realizan esta ceremonia de manera formal deben conocer todas estas artes a la perfección.

El arte del entretenimiento tradicional en Japón se tomó muy en serio, enfocando estas diversiones en específico a los hombres, educando mujeres desde muy jóvenes con el único propósito de entretenerlos. Estas mujeres se llamaron *geishas* y se ilustraban en cuestiones culturales, políticas y artísticas de manera que pudiesen sin dificultad entretener y aconsejar al hombre. Una *geisha* aprendía a tocar instrumentos como el *shamisen*⁵ para amenizar una reunión y también se les enseñaba a cantar alguna canción. Utilizando los famosos y caros *kimonos*; vestidos de fiesta y gala, hechos de sedas y elaborados con cuidado y detalle impresionante, las *geishas*, salían maquilladas en polvo de ostra y con peinado elegante, no como mujeres al servicio del placer sexual, sino como artistas, a lucir una tradición de belleza y perfección, aunque nunca se descartó el comercio sexual con los hombres, eligiendo para cada *geisha* un protector quien sería su proveedor durante toda su carrera.

⁴ El Kimono es el vestido tradicional japonés, y fue la prenda de uso común hasta los primeros años de la posguerra. El término japonés *mono* significa 'cosa' y *ki* proviene de *kiru*, 'llevar'.

⁵ Shamisen es un instrumento musical parecido a un banjo, de tres cuerdas de seda o nylon, que se toca con una uñeta llamada *bachi*.

Gracias al surgimiento de la clase social *chonin*⁶ en Japón; formada por los artesanos y comerciantes que transitaban por los llamados *distritos de placer* en cuyas calles se encontraban: casas de Geishas, teatros y bares, se lograron desarrollar artes y tradiciones como la creación de estampas en madera



Imagen muestra del arte Ukiyo-e

llamadas *Ukiyo-he*⁷ (pinturas del mundo flotante) y *shunga*, imágenes que representaban estas actividades y que reflejaban la ideología de vida de los hombres que vivían al momento y flotando indiferentes ante su situación de pobreza. Esta fue sólo una de las maneras para los japoneses de

expresar su cultura y plasmar sus experiencias. Otras formas fueron las narraciones, poemas, canciones y relatos que utilizando el arte de la caligrafía mostraban de manera bella las experiencias y celebraciones de los japoneses.

La música tradicional de Japón es reconocida por sus tonalidades disonantes y su sonido completamente ajeno al de la música occidental y europea. Incluye estilos como el *gagaku*⁸, que es la música clásica o elegante que se interpretó desde el siglo VII en las cortes imperiales y se acompañaba de la danza *bagaku*. Actualmente el *gagaku* está en la lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO.

Otro estilo musical tradicional es el *honkyoku*; piezas originales de los monjes de la secta *Fuke*⁹, que se ejecutaban para pedir limosnas y que se convirtieron en una gran tradición en Japón hasta la desaparición de la secta en el siglo XIX, y por último, el estilo musical *minyo*; cantos folclóricos que entonaban

⁶ Chonin fue un sector social en Japón que residía en las ciudades (Cho) y dentro de los que se encontraban la clase comerciante, profesional y artesana.

⁷ El término *ukiyo he* es una alusión irónica al término homónimo que significa "Mundo Doloroso" u que es el plano terrenal de muerte y renacimiento en el que se basa la religión budista. Hishikawa Moronobu fue el autor más reconocido de este arte en la década de 1670.

⁸ El *gagaku* emplea la escala musical *Yo* y el repertorio conservado de este tipo de música es una de las mayores influencias para la composición de música contemporánea en Japón.

⁹ La secta *Fuke* fue estaba conformada por monjes mendigantes y seguidores del budismo Zen a los que se les llamaba *Komuso* y que portaban una canasta de paja en la cabeza como muestra de la ausencia del ego. Para estos monjes, la interpretación de las piezas de *honkyoku* se utilizaba también como una forma de meditación.

hombres o mujeres acompañados de un *shamisen*, tambores *taiko*¹⁰ o una flauta de bambú llamada *shakuhachi*.

Dentro de la cultura tradicional de Japón, previo a la apertura de fronteras y a la temida occidentalización, se desarrollaron artes marciales como el *sumo*¹¹, que comenzó a practicarse hace más de dos mil años en este país, como competición de carácter sagrado y a partir de la cual, los monjes buscaban predecir la fortuna de la cosecha de arroz. El sumo actualmente se practica como deporte, aunque en Japón mantiene su carácter sagrado.

El *Kenjutsu* o arte del sable, posteriormente convertido en *kendo*¹², es también parte de las artes marciales tradicionales de Japón, datando su origen del año 1185, cuando los clanes militares lo practicaban aunado a la equitación militar y el tiro con arco. El *judo*, aunque tiene un origen más reciente, se considera tradicional ya que se deriva del antiguo *Jiu-jitsu*, el arte de defenderse sin armas, utilizando sólo la fuerza del oponente para vencerlo. Artes marciales como éstas tienen raíces muy antiguas pero siguen vigentes y se practican en todo Japón.

En relación a la arquitectura y estilo de vida de los japoneses, la tradición se ha visto ferviente a desistir frente a los nuevos estilos y a los modos occidentales, aunque se han mezclado un poco estos, dependiendo de las necesidades de la familia o del individuo que trabaja o estudia. Aún así se logra mantener una parte de la arquitectura tradicional que constaba en la construcción de casas de madera con ventanales de papel de arroz, siempre práctico y minimalista; utilizando un mismo espacio para comer, dormir y descansar, dependiendo únicamente de la hora del día en que se encuentre.

¹⁰ Los tambores *Taiko* son grandes tambores de 1.3 metros de altura que se tocan con palillos de madera llamados *bachi*. El *taiko* es empleado en muchos eventos festivos tradicionales de Japón, formando ensambles musicales de percusiones y siendo en varias ocasiones el centro de atracción del festival.

¹¹ En el arte del Sumo se enfrentan dos luchadores contrincantes o *rikishi* en un área circular. Los rishiki son grandes y pesados ya que el objetivo de este arte es derrotar al contrincante debilitándolo y provocando que toque el suelo con cualquier parte de su cuerpo sin tomar en cuenta los pies, o haciendo que salga del área circular.

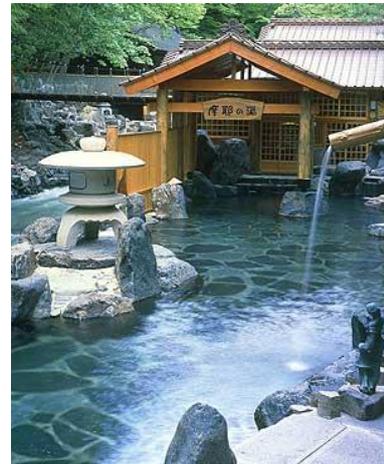
¹² En la actualidad el *Kendo* se practica con sables de madera llamados *bokuto* o *bokken* en lugar de sables de metal, para evitar lesiones en los practicantes o *Kendoka*.

El uso del *tatami*¹³ aún se contempla en edificios de departamentos y en algunas casas, realizando las construcciones con base en la medida de estos colchoncillos de paja de arroz cubiertos de estera, que siempre tienen la misma medida, para así poder acomodarlos sobre el piso de cemento y disfrutar de su comodidad.



Tatami en habitación estilo japonés

Otro aspecto relacionado con la comodidad y que forma parte de la cultura tradicional de Japón son los *onsen*, aguas termales de origen volcánico a las que asisten y asistían desde épocas muy antiguas, los hombres y mujeres que buscaban un momento de relajación sumergiéndose desnudos en sus aguas a temperaturas muy elevadas. La costumbre japonesa del baño siempre se ha relacionado a la tranquilidad y cuidado de la piel, ya que los *onsen*, sean naturales o artificiales necesitan aguas con contenidos minerales para cumplir con su función.



Ejemplo de onsen en Japón

El *onsen* de Dogo¹⁴ es un ejemplo de estos lugares de relajación antiguos, de los que se tienen registros desde el periodo de Nara en Japón que data del año 600 DC.

Para reunir varias de las tradiciones culturales, los japoneses celebraron los *Matsuri* o festivales, principalmente en primavera y verano, donde se unen actividades artísticas con venta de comida tradicional, competencias y fuegos artificiales. Esta tradición esta relacionada a la apreciación y respeto por los templos y santuarios. Un ejemplo es el festival Aoi que data del siglo VI y se basa en la creencia de que la planta “Malva loca” aplaca a los dioses cuando éstos amenazan con grandes tormentas. Actualmente la tradición del *Matsuri* sigue viva y se realizan varios festivales al año que incluyen el de año nuevo,

¹³En Japón los tatami son aireados y secados una vez cada primavera como tradición de limpieza del hogar.

¹⁴ El *onsen* de Dogo fue y es tan importante que en la antigüedad el área que lo rodeaba era conocida como “El distrito de agua caliente”.

de fin de año, el *Tanabata*, *Hanami*, *Kodomo no hi* (Día del niño)¹⁵, el *Hinamatsuri* (festival de las muñecas), entre otros.

1.2 La cultura japonesa popular

No fue hasta el año de 1853 cuando el comodoro Mathew Perry se presentó en Japón con una flota de buques de guerra de Estados Unidos para exigir la apertura irrestricta del comercio y forzó posteriormente la firma por parte del tratado de *Kanagawa* que abrió los puertos japoneses y terminó con la política de exclusión. A partir de ese momento Japón recibió una oleada de nuevas ideologías, costumbres, vestimentas y productos que influenciaron su cultura de manera significativa y que se hicieron notar más justo al término de la segunda guerra mundial, creando un nuevo Japón, consciente de sus raíces tradicionales pero abierto a la introducción y adaptación de otras culturas que pudiesen aportar algo positivo a la ya existente.

Todo este proceso de apertura y modernización de Japón trajo consigo una etapa de industrialización que aunque en un inicio se mantenía vigilada por el gobierno estadounidense, logró crecer aceleradamente, construyendo grandes manufactureras de seda y algodón y procesando alimentos básicos en la cultura japonesa que no podrían ser imitados fácilmente por otros países y que pronto representaron el 40% del desarrollo de este país durante toda su etapa de industrialización que duró de 1877 y hasta el año de 1900.

La restauración *Meiji*¹⁶, como se le conoce al proceso de cambio del poder estatal del Shogun al Emperador, condujo a la modernización no sólo del estado, sino del país entero. Varios objetivos de esta modernización fueron: dominar a los nobles resistentes, reprimir las revueltas provinciales y las agitaciones campesinas, indemnizar a los propietarios señoriales y feudales,

¹⁵ El *Kodomo no hi* se celebra en Japón el 5 de mayo realizando juegos tradicionales para los niños, izando banderas *koinobori* (en forma de carpa) por cada niño fuerte en la familia y comiendo pasteles tradicionales llamados *mochi*.

¹⁶ La revolución que dio como consecuencia el proceso de restauración en Japón (cambio del periodo Edo a la era Meiji) tuvo una particularidad única en la historia, ya que la clase dominante (la aristocracia) fue la que vio la necesidad de cambio y de renunciar a sus derechos especiales.

proteger y fomentar la industria e instalar la producción de manufacturas estatales. Esto abrió las puertas al capitalismo y a la producción en masa que permitió en conjunto con la apertura del país al mundo, la creación de una nueva cultura popular, producto de un Japón que posterior a la segunda guerra mundial, comenzaba a notarse super industrializado y que buscó un nuevo fin u objeto para el entretenimiento y a las artes en general: el escape de los problemas de un mundo industrializado y de las preocupaciones y presiones diarias que provocaba este país en constante desarrollo.

Una de las primeras actividades notables de la cultura popular en Japón fue el *Kabuki*; teatro donde se prohíbe la introducción de la mujer como actriz y los actores representan papeles masculinos y femeninos, que aunque tiene su origen en el baile llamado *furyu*, de la época medieval, fue hasta el siglo XX que se convirtió en un arte popular, permitiendo la entrada a todo el público, adoptando la forma de escenario frontal de acuerdo al teatro occidental para permitir el cupo en sus salas de una mayor cantidad de espectadores, e incluso exportando algunas obras a diferentes países, acompañada de Geishas y músicos del arte del *taiko* (tambores japoneses) para mostrar un poco de lo que en Japón se reconocía como popular y artístico.

El cine en Japón comenzó a popularizarse también a partir del año de 1899 con la creación del documental *Geisha no teodori*. Poco después actores como *Matsunosuke Otoe* quien participó en más de 1000 películas y el director *Shozo Makino*¹⁷, comenzaron a hacer notar el cine japonés al mundo, aunque no fue hasta 1935 que las películas de este país se comercializaron en Estados Unidos, provocando de igual manera una gran importación de películas estadounidenses, sobre todo de animación, para ser proyectadas en salas japonesas.

En los años cincuenta, el cine japonés formó parte esencial de la cultura popular dando a los fanáticos de este arte películas como *Gojira* o *Godzilla*

¹⁷ Shozo Makino (1878-1929) es reconocido como un director pionero en la historia del cine en Japón y es base de una de las más importantes familias japonesas en la industria del cine de este país.

como se le conoce en occidente y la gran variedad de películas premiadas del director *Akira Kurosawa*¹⁸.

Dentro de las actividades que se popularizaron en Japón a partir del siglo XX y que se convirtieron en elementos notables de su cultura fue la práctica del arte marcial llamado *Karate*, gracias a varias demostraciones realizadas por *Gichin Funakoshi* y *Jigoro Kano*, éste último fundador del *judo*, arte marcial que tiene su origen muchos años atrás en la pequeña isla de Okinawa.

La fama instantánea que tuvo el karate llevó a la fundación de la Asociación Japonesa de Karate que celebró sus primeros campeonatos en Japón en 1957.

Para 1960 compañías como *Mitsubishi*, *Mitsui*, *Sumtono* y *Fuji* crecieron desmesuradamente contando cada una con más de setenta empresas afiliadas y provocando que otras empresas como *Hitachi*, *Toyota* y *Nissan*, surgieran para introducir al mercado nuevos artículos electrónicos, automóviles y modernizando aún más la vida de los japoneses, que comenzaron a basar su cultura en la tecnología, lo moderno y lo novedoso, pero que sin embargo mantuvieron una relación constante con el recuerdo y la melancolía provocada por sus tradiciones antiguas y cultura de oriente que creó un lazo indestructible entre lo antiguo y lo novedoso. El *manga*¹⁹, el equivalente a las tiras cómicas norteamericanas, retomó temas de guerras y conflictos entre shogunes y samuráis, se construyeron los primeros *onsen* artificiales, pero que utilizaban los minerales y esencias que contenían las aguas naturales y la música retomó los cantos antiguos, ahora mezclados con melodías modernas y occidentales pero que en la estética de sus artistas, introdujo elementos del Kabuki, creando así estilos como el Visual Kei.

A pesar de que elementos tradicionales como la gastronomía no cambiaron casi en nada, sí se modificaron los moldes para transportar la comida y los instrumentos para su preparación (ya que muchos se cambiaron por aparatos electrónicos, como la vaporera para arroz). La vestimenta se dividió en dos

¹⁸ Famoso director de películas reconocidas mundialmente como: *Sugata Sanshiro*, *Los siete samurái*, *Yojimbo*, *Yume*, entre otras.

¹⁹ Se tienen referencias de manga desde el siglo XIII como pequeñas historias humorísticas unidas por cuadros de dibujo, aunque el primer manga moderno surgió por primera vez en el año de 1952 con *Tetsuwan Atomu* conocido en occidente como *Astro Boy*.

modas: la occidental y la oriental, permitiendo al japonés utilizar tanto el traje sastre o en el caso de la mujer, la falda y blusa, y en otras ocasiones utilizar el clásico *kimono* o *yukata*²⁰, aunque actualmente se ha optado también, sobre todo entre las mujeres jóvenes y adolescentes, la mezcla o unión de ambas modas, ejemplificada en colecciones de diseñadores famosos mundialmente como *Kenzo Takada*²¹ y en la moda *Wa- Lolita*²².

Tomando como punto de referencia la popularidad de las tecnologías en Japón y la producción de éstas, sobre todo en el área de la informática, en los años 80 los japoneses complementaron su cultura con nuevos elementos que se pusieron de moda gracias a la creciente popularidad de su capital Tokyo; símbolo de modernidad, progreso y consumismo. Cada uno de los 23 barrios, prefecturas o distritos especiales de esta capital, se identificaron por ser el centro de venta de alguna clase de artículo, o producto popular, ya fuese Shinjuku con los artículos electrónicos, Ginza dentro del barrio o prefectura de Chuo, con la danza, restaurantes, bares y teatros; donde se siguen manteniendo las presentaciones del arte *kabuki*, Shibuya centro de modas y tendencias con su famosa zona *Harajuku*, o *Akihabara*, dentro del barrio de Chiyoda con la venta de videojuegos, anime y manga.

Los japoneses aplicaron la tecnología a la creación de su cultura y la hicieron parte importante de la misma, reconocidos en el mundo como partícipes entre los principales creadores y productores de nuevas tecnologías.

El crecimiento en la comercialización, no sólo en Tokio, sino en el país entero, así como el aumento en las presiones laborales y sociales, dio como resultado una nueva forma de cultura de escape y entretenimiento, llamada *kawaii* (tierno o lindo), expresada a través de personajes aññados y bonitos en productos populares como el manga, anime, moda, juguetes y en la televisión. Un claro ejemplo fue la creación del personaje *Hello Kitty*²³, de la compañía japonesa

²⁰ La *yukata* es una versión ligera de *kimono*, hecha para temporada de verano y que se usa también para después del baño en los baños tradicionales japoneses

²¹ Diseñador japonés nacido en 1939, fundador de la marca de ropa *Kenzo* e innovador en la unión del estilo oriental pero que se ajusta al estilo europeo.

²² Moda que combina una falda con vuelo y blusa que evoca a un kimono.

²³ Hello Kitty es una gatita de color blanco que usa un moño en una oreja y que normalmente aparece sentada. Actualmente existen miles de diseños de esta gatita evocando diferentes modas o festividades.

Sanrio y que ha sido símbolo de ternura y de la moda *kawaii* desde 1974, vendiendo en Japón y el mundo millones de figuras, accesorios, teléfonos celulares, ropa, dulces, maquillaje y hasta envases para comida con la imagen de esta gatita.

Las primeras transmisiones de televisión en Japón comenzaron en 1939 con la introducción de NHK al medio televisivo, después de ser esta cadena, la radiodifusora por excelencia en el país de oriente. La televisión explotó de manera significativa el modelo del entretenimiento japonés enfocado en *doramas* (drama), anime y programas graciosos y *kawaii*, creando talentos para televisión y radio llamados *tarento* y posteriormente el fenómeno de las chicas *Idol*; niñas y adolescentes cantantes con una imagen y personalidad inocente que por sus características cumplen las fantasías de la mayoría de los hombres japoneses, invitándolos a relajarse y disfrutar de su música y sus bailes. Actualmente existen en Japón alrededor de 100 millones de televisores en uso y se considera que este medio es la principal forma de entretenimiento e información de la población así como un gran difusor de su cultura popular, en canales como TV Tokyo, WOWOW y TV Asahi.



El grupo idol Hello! Project en vivo

Entre otros elementos que conforman actualmente la cultura popular de Japón son el uso, venta y producción de teléfonos celulares de formas, colores y diseños diversos que sólo funcionan en este país, así como el juego del *karaoke*²⁴, que significa “sin orquesta” y es una forma de cantar con pistas de canciones siguiendo la letra de la misma impresa sobre una pantalla, que se ha distribuido en máquinas, consolas y discos a través de todo el mundo.

²⁴ El karaoke es un juego tan popular en Japón, que se creó un campeonato mundial (Karaoke World Championship) donde participaron países de todo el mundo.

1.3 Apertura de la cultura japonesa al mundo y para el mundo

La occidentalización en Japón abrió una brecha comunicacional importante que permitió no sólo la entrada de la cultura extranjera a este país, sino la exportación de cultura japonesa al mundo, impulsando la creación de asociaciones e instituciones dedicadas a la difusión de esta cultura en diferentes países, promoviendo en un inicio sólo algunas actividades artísticas y posteriormente deportivas, educativas y tecnológicas.

Para Japón; un país famoso mundialmente por su tecnología y avance, no fue difícil dar a conocer sus nuevos inventos y progresos gracias a la exportación de productos de grandes compañías como *Sony, Canon, Nintendo y Mitsubishi*, acción siempre dirigida por el Ministerio de Comercio Internacional e Industria. Las grandes empresas y el súbito milagro económico que sufrió Japón de 1960 a 1980 dieron a este país la posibilidad de escalar internacionalmente hasta el segundo lugar en las potencias mundiales y colocarse de acuerdo al Foro Económico Mundial como el sexto país del mundo en el Índice de Competitividad Global.

La relación constante entre la cultura tradicional y popular de Japón aunada a su creciente economía provocó en los extranjeros curiosidad e interés por una cultura que mezclaba elementos místicos como la ceremonia del té, con la modernidad de los ídolos Pop y las artes marciales más antiguas con los últimos avances en el desarrollo del Internet. De esta manera se creó una cultura comercializable y adictiva que rompe con las reglas occidentales y tabúes relacionados al sexo, violencia, barreras tecnológicas, etc. y que cumple una fantasía de belleza, futurismo y progreso pero siempre con un aire místico y oriental.

Desde los primeros viajes al extranjero de *geishas* y actores del teatro *kabuki* famosos, hasta la transmisión constante de series animadas japonesas en las

televisoras de todo el mundo, la cultura japonesa ha llegado para quedarse ya sea en su música, danzas, comida o incluso introduciendo su idioma a través de liceos y clases que permiten un contacto más cercano con la cultura.

Un elemento cultural que se ha comercializado con éxito en el extranjero en las últimas décadas ha sido el *manga*, un formato japonés de historietas, que han llegado a manos de los jóvenes mediante editoriales que los distribuyen en sus versiones traducidas ya sea al español, inglés o cualquier otro idioma. De igual manera, entre los jóvenes se han popularizado dentro y fuera de Japón las consolas de videojuegos de marcas como *Sony* y *Nintendo* que logran vender enormes cantidades cada año.

En el aspecto culinario, la gastronomía japonesa ha cruzado los mares, llegando a convertirse en una de las más conocidas en occidente, e influenciando la cocina norteamericana gracias a su creciente popularidad en programas de televisión como *Iron Chef América*²⁵ e integrándose completamente en la cocina hawaiana. Restaurantes de *sushi* y bares que sirven *sake* se ven multiplicados en diversas partes del mundo, sobre todo en los países donde se tiene más contacto con la cultura popular japonesa.

La exportación de productos como *Yakult*, vendido en 29 países y *Maruchan* de la división *Toyo Suisan*, se han popularizado de manera que los tomamos como parte de nuestra alimentación e incluso se han abierto pequeños supermercados especializados en la venta de alimentos japoneses no tan comercializados como el *gohan* o arroz japonés, el *ramen* y *udon* (tipos de fideos), dulces japoneses, refrescos y bebidas de origen oriental.

No es extraño ver una escuela de artes marciales que incluya entre sus prácticas, el *ninjitsu* o *ninjutsu* (arte marcial ninja originado en Japón), *karate* o *yudo*, ya que estas artes provenientes de la cultura japonesa han cruzado fronteras para convertirse en deportes de los cuales se realizan competencias mundiales, incluyendo olimpiadas.

²⁵ Iron Chef America es un programa de TV basado en la versión japonesa *Ryori no Tetsuyin* y que presenta Chefs invitados a concursar por la realización del mejor platillo en diferentes categorías, con ingredientes específicos y en un tiempo limitado.

La música popular de Japón, incluye en sus ritmos influencias occidentales como el funk, metal, reggae, electro, hip hop, salsa, jazz, entre otros géneros, y ha creado la segunda industria musical más fuerte después de Estados Unidos, sin embargo sus talentos o ídolos musicales no sólo se conocen en Japón, sino que son conocidos en todo el mundo gracias a la introducción de temas musicales en las series de anime distribuidas al extranjero, y que provocan giras mundiales de estos artistas siendo de los más conocidos, los que se manejan dentro del género *JPop* (Pop Japonés) y *JRock* (Rock Japonés) como es el caso de *Ayumi Hamasaki*, *AnCafe*, *X Japan* y los grupos de Idols *Morning musume* y *Hello Project*.

Aun así la cultura japonesa no ha logrado superar la comercialización y venta mundial de productos culturales Pop provenientes de Estados Unidos, pero poco a poco ha logrado crecer el comercio de sus productos y la difusión de su cultura.

Un ejemplo de esta situación es México, país donde se comercializan constantemente productos culturales japoneses gracias a las buenas relaciones entre México y Japón resultado de una amistad firmada desde hace 400 años entre Don Rodrigo de Vivero²⁶ y el segundo emperador Tokugawa junto con el fundador de este *shogunato*; *Ieyasu*, al momento que el primero solicitó la apertura del comercio con la Nueva España, aunque en sí las relaciones comerciales entre México y Japón se dieron en un inicio cuando algunos españoles nacidos en México, viajaban a las Filipinas pero mantenían su centro de operaciones comerciales en territorio japonés.

Tiempo después el fraile franciscano Luis Sotelo propuso a Masumune Date, el soberano feudal más poderoso del noreste de Japón en ese entonces, la creación de una nueva embajada en la Nueva España y fue en 1889 que se firmó el primer tratado formal entre Japón y México para fijar tarifas aduanales y en el que se permitió igualdad para los mexicanos, para vivir y viajar a Japón.

²⁶ Don Rodrigo de Vivero fue gobernador interno de la colonia española en las Filipinas de junio de 1608 a abril de 1609. Implementó un control de comercio entre las Filipinas y Japón y posteriormente al recibir una carta de solicitud para establecer comercio directo entre Japón y la Nueva España comenzó formalmente las relaciones entre estos dos países.

Este fue el primer tratado japonés de Igualdad concluido con países extranjeros, y gracias a él pudieron negociarse y establecerse términos de igualdad en los tratados con otros países.

Posteriormente la inmigración de algunos japoneses así como la importación de electrónicos a México dio lugar a un mayor conocimiento de esta cultura y sus fantasías, en un inicio sólo llegando a la población en general por las lecciones de historia, los viajes exóticos de grandes celebridades y las películas clásicas del cine japonés que evocaban las luchas entre shogunes y mostraban un Japón de la antigüedad, más que el Japón que avanzaba con rapidez. Los japoneses residentes en México mostraron pequeños adelantos de una cultura popular en elementos como la gastronomía, presentando maneras distintas de cocinar el arroz o de preparar el fruto de chabacano mezclándolo con la salsa que conocemos como *chamoy*, y evocando así el platillo tradicional japonés *umeboshi*²⁷.

Fue hasta el año de 1974 que la cultura japonesa logró un acercamiento con los jóvenes mexicanos con la transmisión de la primera serie de anime japonesa en televisión mexicana; *Astroboy* y que provocó un súbito boom del anime, que fue creciendo año tras año y dio como resultado la compra de los derechos de transmisión de muchas series más, que daban al canal 5 y 7 de televisión abierta, un nuevo aire y a los jóvenes mexicanos ese interés creciente por la cultura japonesa, su ideología y tecnología.



Portada del 1er tomo del manga Astroboy

Series como *Kimba; el león blanco*, *Señorita Cometa*, *Candy Candy*, *Sandy Bell*, *Mazinger Z*, *Caballeros del Zodiaco*, *Super campeones*, *Dragon Ball*, *Pokémon*, *Digimon* y más recientemente *Naruto*, abrieron las puertas para que la cultura japonesa popular entrara a nuestro país y a las tiendas. Las figuras con los personajes de estas series comenzaron a venderse en supermercados y surgieron desde discos, videocasetes y tarjetas coleccionables, hasta obras de teatro inspiradas en las series que como *Dragon Ball*, dieron a conocer a los

²⁷ El *umeboshi* es el encurtido del *ume*, una variedad japonesa de ciruela. Tiene un sabor muy ácido y salado y es de color rojizo.

jóvenes el *ramen* y el pan al vapor, creando una necesidad de consumir estos productos así como lo veían en las caricaturas.

En el año de 1993 la popularidad de la cultura japonesa en México, llevó a la organización de *La Conque*²⁸, primera convención de anime y comics en nuestro país que demostró el interés que tenían los jóvenes no sólo por consumir los productos importados de Japón, sino por su cultura en general, y que en poco tiempo invitó a organizadores y fanáticos de esta cultura en varios estados de la república a formar sus propias convenciones. Actualmente hay convenciones de anime y comics en cada estado de la república y se realizan constantemente, cada año, unas incluso cada mes.

La popularidad de esta cultura en México y sobre todo la que se encuentra enfocada a los jóvenes, ha proliferado hasta la reproducción de los elementos que la conforman y a la difusión de la cultura por los mismos fans. Actualmente, el internet se ha convertido en la manera más útil y masiva de expresar el gusto por la cultura japonesa, de conocerla y de incluso convivir con personas de ese país. En México existen docenas de sitios y páginas creados para la difusión y disfrute de la cultura japonesa y sus elementos populares y tradicionales y es por eso que realizaremos mediante el capítulo II de este reportaje, una descripción de los sitios en internet enfocados a esta cultura en México y los elementos populares que tratan con mayor continuidad.

CAPÍTULO II. CULTURA POPULAR JAPONESA EN LA RED Y SU DIFUSIÓN EN SITIOS CREADOS EN MÉXICO

2.1 Organizaciones y asociaciones que promueven la relación entre México y Japón, y su participación en la red

México es un país que mantiene relaciones políticas, culturales y económicas con otros países y que permite y promueve la entrada de productos artísticos y de entretenimiento extranjeros para su transmisión en televisión y

²⁸ Diminutivo para *Convención Quetzalcoatl*. Evento realizado en Poliforum Cultural Sikeiros y al que asistieron 10,000 personas.

programación en diversos festivales culturales y escenarios artísticos como el *Teatro de la ciudad* y *El Circo Volador*²⁹ en la Ciudad de México. Para hacer posible la presentación de estos eventos culturales, existen varias asociaciones y organizaciones formadas por japoneses o descendientes de japoneses, cuyo fin es fomentar las relaciones entre México y Japón, crear una buena imagen de este país, preservar la identidad y existencia de la comunidad *nikkei*³⁰ e incrementar las relaciones socio-culturales entre ambos países aumentando su integración.

El festival Cervantino en la ciudad de Guanajuato, el Festival de la Ciudad de México (FMX), Vive Latino y la Universidad Nacional Autónoma de México traen una vez al año, para el conocimiento del público mexicano, a artistas japoneses de gran reconocimiento internacional. Sin embargo las asociaciones y organizaciones dedicadas a la cultura japonesa no sólo realizan eventos con artistas de ese país, sino que procuran otras actividades culturales que incluyen festivales, danzas, estudio y enseñanza del idioma japonés, entre otras, que constantemente y durante todo el año reviven el interés de la sociedad mexicana en la cultura y costumbres de Japón y que procuran una mejoría en la forma de vida tanto de la sociedad japonesa como la mexicana.

Producto de las relaciones iniciadas entre Japón y México hace un poco más de 400 años, existe una embajada de Japón en nuestro país, así como una Asociación México-Japonesa A.C, ésta última busca fomentar la amistad entre México y Japón a través de un centro cultural que pretende reunir a la comunidad japonesa en México, así como a los amigos mexicanos que gustan de la cultura de ese país y donde también se realizan festejos tradicionales japoneses, se ofrecen cursos, conferencias e instrucciones de diversa índole y que cuenta con un restaurant que presume de ser el primero en México en

²⁹ El Circo Volador es un centro de arte y cultura ubicado en la Ciudad de México. Es una organización no gubernamental sin fines de lucro dedicada a la atención de los jóvenes de los sectores populares y a la solución de problemas urbanos y sociales tomando como base la cultura y la investigación metodológica de los mismos. Ha recibido reconocimientos como el de la ONU (UN-Habitat) como una de las 12 Mejores Prácticas Sociales del Mundo en 2004 y Segundo lugar en el "Premio Visionaris al Emprendedor Social", presentado por UBS (empresa financiera líder en el mundo) y ASHOKA. (Organización mundial de emprendedores sociales líderes con sede en Washington, D.C.)

³⁰ *Nikkei* es el nombre con el que se designa a los emigrantes de origen japonés y a su descendencia. Específicamente se donominan *issei* a los inmigrantes nacidos en Japón, *nissei* a los hijos de japoneses, *sansei* a los nietos, y *yonsei* a los bisnietos

traer cocineros japoneses. Esta asociación tiene células en diferentes estados de la República Mexicana y contacto con otras asociaciones y *Kenjikai*; organizaciones formadas por personas descendientes de japoneses nacidos en una prefectura de Japón.

La Asociación México Japonesa con sede en la Ciudad de México cuenta con cursos del idioma japonés, *shodo* (caligrafía), *Ikebana*, natación, baile tradicional japonés, *aikido*³¹ e *iaido*³² (artes marciales), coro, tenis, cerámica, pintura, masajes y clases de *kimono*. Realiza festivales como el *Aki Matsuri*³³ (festival de otoño), *Kodomo no Hi* (día del niño), entre muchas otras actividades.

Para beneficio de nuevas generaciones y adecuándose a la situación tecnológica actual, esta asociación y otras de este tipo cuentan con un sitio en internet donde logran complementar su propósito. En el sitio www.kaikan.com.mx; evocando la manera cariñosa en que los amigos japoneses llaman al centro cultural de la Asociación México japonesa en la Ciudad de México, se informa de manera breve pero clara sobre los servicios, actividades y cursos que ofrece esta asociación, complementándola con una sección de avisos, artículos y noticias que se mantienen en constante actualización y que invitan a los interesados a asistir a eventos, apoyar causas; como fue el apoyo económico enviado a Japón posterior al desastre natural ocurrido en el norte de este país en Marzo de 2011 y a conocer más sobre aspectos históricos, económicos y políticos de México en su relación con este país, cuenta de igual forma con un listado de asociaciones amigas, número

³¹ El *aikido* es un arte marcial tradicional moderno del Japón. Fue desarrollado inicialmente por Morihei Ueshiba entre los años de 1930 y 1960. La característica fundamental del *aikido* es la búsqueda de la armonización/ neutralización del contrario en situaciones de conflicto, dando lugar a la derrota del adversario sin dañarlo; propiciando la educación del instinto propio, la auto-reflexión y la evolución del oponente

³² El *iaido* es un arte marcial japonés relacionado con el desenvainado y el envainado de la *katana*. Era practicado por los samuráis, especialmente en el periodo Edo. Estas técnicas surgen principalmente para poder atacar o defenderse a la vez que se desenvainaba

³³ El Akimatsuri se realiza en octubre y comúnmente hay venta de *takoyaki* (bolitas de pulpo), juegos tradicionales y en México hay venta de manga, talleres y exposición de danzas y *taiko*.

telefónico de contacto y dirección de cada una, e incluso en algunas ocasiones anunciando oportunidades de becas para estudiar y trabajar en Japón.

Otra asociación que se dedica a la difusión y práctica de la cultura japonesa en México es el *Liceo Mexicano Japonés*, que aparte de ser un liceo con educación desde nivel preescolar hasta preparatoria, realiza constantemente diversas actividades y eventos, en varias ocasiones relacionados directamente con la Asociación México Japón y busca incrementar la comprensión mutua y el intercambio educativo y cultural entre ambos pueblos. En internet, el liceo cuenta con un sitio completo que en su página principal proporciona información de importancia y actualidad relacionada con Japón y sobre eventos próximos o recientes en la Ciudad de México organizados por esta asociación. Gran parte de estos eventos y celebraciones abren sus puertas a todo el público, como es el caso de los concursos de oratoria en japonés que se llevan a cabo cada año en conjunto con la AMIJ (Asociación mexicana del idioma Japonés) y en donde se invita a estudiantes de este idioma en México a participar. Este sitio también cuenta con videos informativos y reportajes, así como galerías fotográficas relacionadas a los eventos; elementos que dan a conocer la práctica de actividades culturales de origen japonés, pero adaptadas para la sociedad mexicana y los *nikkei*.

Este sitio cuenta con una serie de ligas o enlaces externos a otros sitios de importancia para la comunidad japonesa que vive en México y la comunidad mexicana interesada en la cultura japonesa, como son: el sitio de la Asociación de Ex Becarios de AOTS México Japón; donde se presenta un calendario de cursos ofrecidos por la asociación, información respecto a las becas a Japón que patrocina AOTS y una pequeña explicación de *Kenshu*³⁴, un sistema japonés para la administración y control de calidad. Todo este sitio está enfocado en el comercio ya que la AOTS es una organización privada, no lucrativa, administrada con apoyo del Ministerio de Industria y Comercio Internacional MITI del Japón y otras organizaciones, que busca apoyar a países en desarrollo, proporcionando subsidios a programas de cooperación

³⁴ El Kenshu como parte de la AOTS cuenta con una revista virtual en su sitio oficial en inglés.

técnica a través de la iniciativa privada y ha capacitado en Japón a más de 80,000 personas de 150 países en seminarios con personas especializadas en comercio e industria, así los ex becarios de AOTS, al regresar de Japón, organizan asociaciones que buscan contribuir con el desarrollo económico e industrial de sus países, “Los becarios de AOTS son personas en cuyas manos se encuentra el desarrollo económico, son gente que logrará erradicar la pobreza y traer paz al mundo”, es la percepción del Señor Nagasaki Yamamoto, quien fuera Presidente de AOTS hasta 1998.

Otro de los enlaces que aparece tanto en el sitio del Liceo México Japonés, como en la página de la Asociación México Japonesa es la página de Fundación Japón (*Kokusai Kouryu Kinkin*), una entidad especial creada en 1972 con la finalidad de promover la cultura japonesa en el mundo y realizar actividades de intercambio cultural a nivel internacional. La Fundación se compone por una oficina central ubicada en Tokio, una representación en Kyoto y dos Institutos de Idioma Japonés, aunque alrededor del mundo también cuenta con 19 oficinas en 18 países. La situación que hace resaltar este sitio en internet, es la extensa serie de links que llevan a otras páginas relacionadas, y la gran cantidad de información organizada, que vuelve agradable y sencilla la navegación en este sitio. Dentro de las secciones especificadas en el menú principal, se muestra una galería de las colecciones artísticas con las que cuenta la fundación para ser presentadas en diferentes recintos y cuya existencia es justificada en el sitio a través de este mensaje: “Para lograr que la cultura mundial logre un desarrollo óptimo, es necesaria la colaboración mutua entre las naciones en un ambiente internacional en el que la amistad de los diferentes países, y la buena voluntad permita el intercambio de arte y cultura con el que se profundice el entendimiento y la comprensión en la diversidad cultural” (Fundación Japón).

Otra sección que contiene este sitio es la de programas de ayuda tanto para japoneses como mexicanos, procurando intercambios y proporcionando becas a Japón para realizar estudios comparativos y de investigación, enfocados en las ciencias sociales y humanidades, la sección de eventos donde se muestran las fechas de exposiciones y reseñas de eventos

anteriores, la sección dedicada al idioma japonés; que cuenta con una lista de materiales didácticos y de lectura básicos para comenzar a estudiar el idioma así como una reseña concisa de cada uno de los materiales listados. También cuenta con una sección que presenta algunas actividades para el estudio del idioma, información básica sobre el examen general de conocimiento del idioma japonés *Nihon go no ryoku shiken*³⁵ y un listado de escuelas donde se puede estudiar este idioma, adjuntando el link a sus sitios en internet. Otra sección se enfoca a las instituciones que realizan estudios sobre Japón en México, un listado de las universidades existentes en Japón y un link al sitio de la Japanese Language School Guide, donde se pueden encontrar las especificaciones y requerimientos para estudiar el idioma japonés en Japón así como los nombres de las escuelas que enseñan el idioma en ese país.

Por último el sitio de la fundación Japón cuenta con una sección de arte y cultura y una de sitios de interés, completando así su objetivo y proporcionando información útil y completa para los interesados, sobre todo para la comunidad mexicana.

Existen otras organizaciones y organismos que cumplen una función muy importante en la difusión de la cultura japonesa en México a través de internet y que promueven mediante sus sitios y a través de las actividades que organizan, la amistad y conocimiento de estas dos culturas. Algunos ejemplos de éstas, son :JICA (Agencia de Cooperación Internacional del Gobierno de Japón), JETRO (Japan External Trade Organization) que está orientada a ayudar al desarrollo económico y social de los países en desarrollo y promueve la cooperación internacional, la Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México, A.C., el Ministerio de Relaciones Exteriores, JNTO (Organización Nacional de Turismo Japonés), ACE JAPAN (Asociación de Japón para el Intercambio Cultural), ASENIM (Asociación de Exbecarios Nikkei en México), KOYOKAI (Estudiantes del Instituto Cultural Mexicano Japonés), Hippo Family, Nichiboku Kurabu, Asociación de Exalumnos del Liceo Mexicano Japonés,

³⁵ El *Nihon Go no ryoku shiken* es un examen de fluidez y conocimientos del idioma japonés, análogo al DELE, al TOEFL y al TCF, DELF para el español, el inglés y el francés, respectivamente. Se realiza dos veces por año, el primer domingo de julio y diciembre.

Kyoushikai o AMIJ (Asociación mexicana del idioma Japonés) e “Hispanos, Nikkeis, Dekasegis³⁶ y Latinos en Japón”.

El estudio del idioma japonés es una de las actividades más promovidas por la mayoría de los sitios en internet de las organizaciones y asociaciones dedicadas y enfocadas al intercambio y conocimiento de la cultura japonesa en México. Si bien logran explicar, describir y proporcionar información cultural, histórica, política, de actualidad y económica acerca de Japón en sus sitios, también logran, como es el caso del sitio de Fundación Japón, dar un plus o un bonus a sus páginas, encontrando la manera de provocar en los mexicanos un interés mayor en el estudio del idioma, creando links a sitios como el de la escuela de la fundación Japón para el estudio del idioma japonés en Urawa, que incluye entre sus links los de varias páginas que proporcionan cursos en internet, tests, técnicas de estudio y materiales didácticos para un mejor aprendizaje del idioma y varios son gratuitos.

Las ventajas que ofrece el que estas organizaciones, asociaciones y fundaciones cuenten con un sitio en internet son equivalentes al trabajo que realizan fuera de la red, aunque en ocasiones el internet pudiese llegar a superar las actividades realizadas y organizadas en el mundo real ya que la capacidad de captación de jóvenes en internet puede ser mucho mayor y estos jóvenes pueden invitar a otros interesados y postear en sus redes sociales, e incluso realizar videos de sus experiencias en las actividades y subirlos a la red, de manera que las acciones de estas organizaciones se extienden y logran beneficiar e informar de manera formal y certera a miles de mexicanos y extranjeros interesados en la cultura japonesa.

2.2 Anime y manga de fans para fans en internet

El manga es la palabra japonesa para designar a la historieta en general. Fuera de Japón, se utiliza exclusivamente para referirse a las historietas niponas. Significa dibujos informales o garabatos, sin embargo en Japón el

³⁶ Dekasegi es el término que se utiliza para designar a los japoneses que inmigran a otros países para trabajar.

manga es reconocido casi con el mismo nivel o estatus que una novela o película. Este tipo de historietas ha existido en Japón desde la época de las grandes guerras mundiales, teniendo su origen en el arte gráfico tradicional japonés que proliferó en la época del Edo con el arte flotante *ukiyo-e* y en la historieta occidental, evolucionando hasta crear su propio estilo representativo no sólo en sus viñetas y líneas sino en su forma de lectura y tamaño aproximado de cada volumen (400 páginas aproximadamente en comparación a las 30 a 50 del comic o historieta occidental).

El manga siempre se ha encontrado en fuerte contacto con la etapa cultural tradicional de Japón, retomando en sus viñetas, temas históricos de guerras, historias de amor en épocas antiguas, tradiciones de artes antiguas como el ninja, el samurái y la geisha y contando leyendas de espíritus, animales mágicos, fantasmas y mitos extraordinarios. Aunque en otra de sus vertientes busca relacionar sus historias con el futuro y la ciencia ficción, con las grandes y nuevas tecnologías, proponiendo visiones extremas sobre mundos futuros y nuevos mundos, al crear los famosos *mechas*³⁷ para unir de manera más firme y directa la mente humana con los soñados robots de dimensiones gigantescas y poder inigualable.

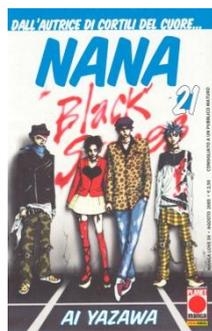


Mechas de Neon Genesis Evangelion

A pesar de que los temas de los mangas se pudiesen reconocer por el uso constante de los temas mencionados anteriormente, existe también un rubro completamente distinto que es el de los cuentos eróticos y pornográficos, del estilo soft-core (suaves) o hard-core (pornografía explícita), tocando temas como la homosexualidad, llamada *yaoi* cuando se realiza entre hombres y *yuri* cuando se realiza entre mujeres, mostrando relaciones entre niños y adultos

³⁷ Los mechas han sido el tema principal de exitosas series de manga y anime como: Tengen Toppa Gurren Lagann, Code Geass, Yatterman, Brain Powerd Mazinger Z, Mobile Suit Gundam, Bokurano, Macross, Robotech, Super Sentai y su versión estadounidense Power Rangers, Full Metal Panic!, Eureka 7, Martian Successor Nadesico, Burst Angel, Zoids y Neon Genesis Evangelion, entre otras.

(Loli Con³⁸), partes robóticas y humanos, tentáculos y demás perversiones posibles, creando el género del hentai³⁹ (pervertido) en el manga y aumentando las posibilidades de estas historietas en temas y en ventas. Más recientemente han surgido mangas que cuentan historias acerca de agrupaciones musicales ficticias (que en numerosas ocasiones derivan en la creación de animaciones y álbums musicales) e historias de personajes relacionados a las modas modernas del área de Harajuku en Tokyo, contando con gran popularidad entre el público joven y produciendo enormes industrias complementarias.



Portada del manga Nana #21

Iniciadores del manga como Rakuten Kitazawa (Tagosaku to Mokube na Tokyo Kenbutsu), Osamu Tezuka (Astroboy) y Machiko Hasegawa⁴⁰ vieron en sus páginas una forma de contar historias con un sentido visual diferente, retomando elementos cinematográficos y alargando el número de viñetas, para mostrar sentimientos y sensaciones que en el comic occidental no se toman en cuenta. Las posibilidades narrativas contenidas en una historieta occidental se comparan con las de Japón, mostrando superioridad de éstas últimas en la manera de crear un nuevo lenguaje, que permite leer un manga en una cantidad de 3.75 segundos por página y provocar en los lectores una sensación parecida a “ver una película”, en comparación con el estilo y dibujo occidental que se enfoca en la calidad artística de color y detalle de cada cuadro,

³⁸ Loli Con o Lolita Complex, el término describe una preferencia sexual de jovencitas prepubertas. En el manga el Loli Con se utiliza al realizar dibujos de personajes femeninos de apariencia infantil frecuentemente representados de manera erótica.

³⁹ El hentai surge del uso en japonés la palabra Ecchi, aproximación japonesa de la pronunciación inglesa de la letra H, que se cree es una forma abreviada de Hentai. El hentai es toda actividad sexual explícita representada en anime, películas y manga.

⁴⁰ Machiko Hasegawa fue una de las primeras dibujantes de manga, creadora de la famosa serie de manga Sazae San

contrastando con la fluidez de los dibujos japoneses monocromáticos en su mayoría.

El manga celebra lo ordinario así como lo extraordinario y produce historias para niños, jóvenes y adultos de cualquier rango o estatus social, creando un entretenimiento ligero y fácil de leer para las personas que van en el autobús, esperan un examen, se relajan un momento, o que realizan cualquier otra actividad que les permita por veinte, diez o cinco minutos, abrir un manga y comenzar a leer de derecha a izquierda historias de todo tipo en un formato sumamente portable.

En México el manga llegó como una novedad, posterior a la transmisión de anime en canales de televisión abierta. Pero pronto se convirtió en más que un objeto de colección o una ayuda práctica para los estudiantes del idioma japonés y dio como resultado la creación de una pequeña industria de traducción de manga al idioma español, liderada en México por Grupo editorial Vid, que destaca por ser propietaria de los derechos de DC Comics en México y Sudamérica y que publica en español los mangas más populares, incluyendo títulos como *Angel sanctuary*, *Beyblade*, *Bleach*, *Blood: El último vampiro*, *Chobits*, *Death Note*, *Dragon Ball* y *Dragon Ball Z*, *D N Angel*, *Fruits Basket*, *GTO*, *Ichigo 100%*, *Gantz*, *Love Hina*, *Inu Yasha*, *Neon Genesis Evangelion* *Nana*, *Elfen Lied*, *Saikano*, *Saint Seiya*, *Samurai X*, *Tenjho tenge*, *XXXholic* y otros títulos, compitiendo con editoriales españolas como Planeta DeAgostini, Norma editorial e Ivrea y cumpliendo el deseo de los fans mexicanos de poder leer este material en su propio idioma.

Grupo editorial Vid creció gracias al aumento en popularidad y ventas del manga en México y Sudamérica y se dedicó casi por completo a este tipo de material de lectura y entretenimiento, aunque recientemente ha surgido una actualización tecnológica que ni ellos ni los creadores del manga se esperaban: El escaneo de manga y comic para su lectura en internet. Poco a poco se han subido más volúmenes de manga y comic a la internet, en un inicio colocados como descargas en sitios como Rapidshare y Megaupload, posteriormente en

foros como foroanime.com o Taringa⁴¹ y actualmente en sitios especializados en manga y listos para leerse en la red sin tener la necesidad de descargar el material como es el caso de submanga.com y mangaasn.es.tl, que ofrecen una gran cantidad de manga almacenado en los servidores de cada sitio, así como incluyen entre sus secciones una de noticias, foros para los usuarios, radio por internet e incluso algunos incluyen clases online para aprender a dibujar manga.

Aunque estos sitios desaparecen y reaparecen constantemente ya que en su mayoría son creados por jóvenes fanáticos del manga y no por alguna empresa o asociación formal, son cientos en todo el mundo y cada uno incluye scans de manga traducido, dependiendo del idioma en que se solicite. Cabe destacar que un porcentaje de estos scans traducidos, no son necesariamente realizados por editoriales, sino por los mismos fans que al no encontrar su manga favorito traducido por las principales editoriales dedicadas al manga, realizan sus propias traducciones, editando el material con software como Photoshop y posteriormente lo suben a la red, proporcionando una opción más para los fans que no estudian el idioma japonés pero desean leer los mangas. A este fenómeno se le conoce como *scanlation* que hace referencia a las palabras “traducción y scanner”, superando tecnológicamente a otro fenómeno que surgió en el mundo del manga desde que surgieron los mangas modernos, es decir el *dojinshi*⁴² y que se define como “los fanzines creados por fans y para fans, hechos para ser leídos, no coleccionados”. Actualmente la internet ha absorbido estos fenómenos de tal forma que existen dojinshi creados directamente en computadora de forma digital y otros que tienen scanlations así como sitios enteros dedicados a proveer extenso material de lectura para los fans.



Dojinshi estilo yaoi de la serie Naruto

⁴¹ Taringa es una comunidad virtual argentina en la que los usuarios pueden compartir todo tipo de información por medio de mensajes a través de un sistema colaborativo de interacción.

⁴² El *dojinshi* es creado por grupos o *saakuru* (círculos) de amateurs en el arte de dibujar manga, que colaboran para crear y publicar sus trabajos. Los géneros más famosos del *dojinshi* son: *originaru* (originales), *aniparo* (parodias de los shows de anime más famosos), *yaoi* (relaciones entre hombres), *bishoujo* (mujeres jóvenes bonitas) y *lolicon* (lolita y niñas).

Pero no sólo los mangas se han unido a la internet. El *anime* o animación japonesa, resultado en su mayoría del éxito que tiene un manga (ya que casi todo el anime es producido posteriormente a la publicación del manga), han llegado a esta a través de sitios especializados en transmitir libremente capítulos enteros de las series más conocidas y en su idioma original o con subtítulos creados por los fans (fansub) o en algunos casos, traducidos por los fans (fandub). El sitio de libre transmisión de videos Youtube, abrió una puerta para los fanáticos del anime, ofreciendo la posibilidad de subir los capítulos de las series que no son transmitidas en alguna televisora de su país, tomando en cuenta que de cientos de series de anime y *ovas*⁴³ que pueden surgir en un año en Japón sólo una pequeñísima parte llega a otros países, como es el caso de México, y aún así se transmiten con un retraso mayor a los dos años desde que la serie se estrenó en Japón. En Youtube y otros portales se cuenta con un listado de cientos de series disponibles para ser vistas online, sin costo alguno y con una buena calidad de video.

En Japón se transmiten series de anime en canales de televisión abierta y de paga, un capítulo por serie, una vez a la semana. Existen aproximadamente 3,657 creadores de anime y 247 empresas dedicadas al anime, siendo la más grande *Toei animation*⁴⁴ que ha producido series de televisión y películas muy famosas en Japón cómo *King Kong* y *Dragon Ball*, y encontrándose entre las principales: Aniplex, Gainax, Gonzo, Production I.G, TMS entertainment y Studio Ghibli, esta última reconocida mundialmente en la industria del cine por ser productora de películas de anime como: *El castillo en el cielo*, *Mi vecino Totoro*, *La princesa Mononoke*, *El castillo vagabundo*, *Ponyo en el acantilado*, y algunas otras, en su mayoría dirigidas por *Hayao Miyasaki*⁴⁵.

⁴³ El acrónimo Ova es la abreviación de original video animation, son capítulos especiales o continuaciones de alguna serie de anime en formato de medimetrajes de entre 20 y 60 minutos en promedio , que no se transmiten en televisión, sólo se venden en video y actualmente en DVD. The legend of the galactic héroes es una serie de OVA con 110 episodios, 50 episodios de una realidad alternativa y varias películas.

⁴⁴ Toei Animation produjo el primer largometraje en color de la historia de la animación japonesa, la historia de la Serpiente Blanca, en 1958. Ha producido también series como: *Mazinger Z*, *Candy Candy*, *Saint Seiya*, *Sandy Bell*, *Transformers*, *Sailor Moon*, *Digimon*, *One Piece*, entre otras.

⁴⁵ Gran director de películas de anime producidas por Estudio Ghibli, reconocido como el Disney Japonés y ganador del Oscar a la mejor cinta animada en 2002 por *El viaje de Chijiro*.

En México gran cantidad de las películas y series producidas por estos estudios se adquieren a través de la piratería, llevando a la creación de tiendas y centros comerciales dedicados a la venta de anime, o descargándolas y viéndolas directamente en internet, siendo esta última la opción más económica para los consumidores jóvenes, que manejan con habilidad las posibilidades que ofrece este medio y disfrutan de beneficios como éste.

El anime en Japón ha evolucionado con la tecnología, a través de los ONA⁴⁶ (Original Net Animation) que son las animaciones creadas para ser distribuidas en internet, así como han surgido nuevas series independientes creadas por computadora y para internet realizadas por fans con la ayuda de software como Flash y 3D Max Studio.

2.3 Sitios especializados en J Music y su evolución en la radio por internet Friki u Otaku.

En Japón la música es una industria muy fuerte, de grandes ventas y alta popularidad entre los jóvenes. Grupos japoneses de música popular llegan a llenar estadios hasta de 55,000 personas en su país, como es el caso del gran Tokyo Dome, con artistas como: *the GazettE*, *L'Arc~en~Ciel*, *Namie Amuro*, *Ayumi hamasaki*, *X Japan* y más recientemente el grupo de chicas *PERFUME*. Los cantantes y grupos musicales sacan a la venta de uno a dos discos por año y varios singles o sencillos que se venden por separado, realizan giras por todo Japón y tienen cientos y miles de seguidores que adquieren los productos que promocionan, desde plumas, playeras, álbums, fotos, hasta muñecos de peluche y refrescos.

⁴⁶ Un ejemplo de una ONA es Azumanga Web Daioh.



Grupo musical The Gazette

En México la música popular japonesa llegó con la transmisión de series de anime en la televisión, aunque se presentó sin las voces originales, ya que las letras de las canciones eran traducidas al español para provocar un mayor interés en el público mexicano tanto por la serie, como por el tema. Así surgieron cantantes como Ricardo Silva⁴⁷ y Cesar Franco quienes interpretan en español los temas oficiales de series de anime en México y que gozan de gran popularidad entre los fanáticos del anime en toda Latinoamérica. Pero para los fans de la cultura japonesa que aumentaban año tras año, a partir de la primera transmisión de anime en nuestro país, escuchar la voz en español no era suficiente y buscaron la manera de adquirir los álbums originales de las series y de los intérpretes japoneses en las primeras convenciones de anime realizadas en México, aunque en un inicio no se encontraran a la venta. Con la llegada del internet este proceso se agilizó, permitiendo a los fans ver las letras de las canciones en español y japonés a través de un sitio de gran reconocimiento llamado animelyrics.com, aún sin contar con información detallada en español de los artistas japoneses, guiándose únicamente por los títulos de las series de anime y mediante los términos *opening* y *ending*, que hacen referencia al tema de apertura y al de despedida de cada capítulo.

⁴⁷ Ricardo Silva Elizondo es un intérprete y actor de doblaje mexicano activo desde los años 60 y más conocido por interpretar el primer tema de entrada de Dragon Ball Z , "Cha-La Head-Cha-La.

A partir de la creación de Napster⁴⁸ en 1999, los fans pudieron descargar algunos temas de forma gratuita. Este portal de P2P⁴⁹ contaba con miles de canciones en todos los idiomas y para todos los gustos, ya que eran los mismos usuarios los que creaban una biblioteca virtual con las canciones en formato mp3 con las que cada uno contaba al momento de conectarse a este servicio. Posteriormente los foros se convirtieron en la mejor opción, ya que cuando un usuario subía algún tema, lo subía junto con el álbum o mini álbum donde estuviese contenida la canción, otorgando amplia popularidad a sitios como pikaflash.com creado en el año 2000 y motivando a la creación de otros sitios dedicados a la música oriental.

Anteriormente, como lo menciona Abraxas Ikari; Líder y creador de la radio *friki* u *otaku* por internet más grande en México y América latina, “No había mucha información de los artistas japoneses en internet, y yo no sabía nada de japonés así que buscaba por anime, no por artista, hasta la llegada de Yahoo Japón, y su traductor. Pero los primeros artistas que busqué eran por que interpretaban un tema de anime como *Ranma y ½* o *Macross*”.

Los fans mexicanos, al contar con estas herramientas de traducción y mayor información, formaron sus propias páginas de tributo en el sitio de Yahoo Geocities⁵⁰; uno de los servicios pioneros en permitir a los usuarios crear páginas libremente y sin ningún costo dentro de su sitio.

En México los fanáticos del anime, manga y música japonesa y que se denominan a sí mismos como *friki* u *otaku*, encontraron en internet una forma de mantenerse en continuo contacto con esta cultura y en el caso de la música japonesa popular o J Music; cómo se le denomina, encontraron una nueva alternativa musical y visual que contrasta de manera significativa con la música e imagen occidental, mezclando elementos de la música jazz, rock, metal, balada, bossa nova e incluso música culta, con una imagen actual y llamativa, que promueve la libertad, lo lindo, lo atractivo y siempre joven.

⁴⁸ Napster sufrió varias bajas que lo llevaron a la quiebra, siendo demandado por diversos artistas que reclamaron derechos de autor y se encontraban en contra de la libre descarga de los temas por este medio.

⁴⁹ Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

⁵⁰ Geocities fue fundado por David Bohnett y John Rezner en 1994 y funcionó hasta el año 2009.

La unión de varios de los temas interpretados por artistas populares japoneses con las series de anime, las modas y subculturas de ese país, han dado como resultado un fanatismo mayor entre los jóvenes mexicanos, que buscan lucir, cantar y bailar como estos artistas.

Con el surgimiento de géneros como el *JPop* (pop japonés), el *Idol* (chicas que bailan y cantan), el *Visual kei* (estilo visual caracterizado por que los músicos portan vestimentas góticas y peinados extravagantes) y el *JRock* (Rock oriental en gran parte utilizado en series de anime), los fans mexicanos crearon sitios en internet dedicados a cada uno de estos géneros, donde incluyeron fotografías, biografías, discografías, música y videos de artistas y bandas como Aya Hirano, Hikaru Utada, Girugamesh, Ayumi Hamasaki⁵¹, Orange range, AnCafe, Versailles, The Pillows, L'arc en ciel, Dir en grey, Miyavi, Gackt, Morning Musume, Hello Project, Nana Misuki y más, posteando constantemente noticias y datos de interés de los cantantes y adjuntando links a páginas donde se puede adquirir la mercancía de las bandas y agrupaciones musicales más famosas. Un ejemplo de estos sitios es Hellowota, creado por fanáticos de Idols, donde se encuentra un listado de las más famosas de Japón y de las intérpretes de esta música en México. Este sitio cuenta también con links a las páginas oficiales de las Idols, sitios de interés, links a otras páginas creadas por los wota; como se les llama a los fanáticos de la música Idol femenina, así como noticias acerca de las Idols y galerías de fotos de eventos relacionados. Idolstars.com.mx es otro sitio dedicado a las Idols, pero enfocado a las Idols mexicanas, donde se organizan y promueven eventos donde éstas participan, junto a eventos de *wotagei*⁵², donde los wota realizan y practican bailes y coreografías masivas para apoyar y animar a las Idols en los conciertos.

A partir de la transmisión en México de series como *Naruto* y *Bleach*, surgieron páginas dedicadas al J Rock, ya que estas series de anime que cuentan con más de 100 capítulos, cambian cada cierto número de capítulos sus openings y

⁵¹ Ayumi Hamasaki ha logrado vender más de 75 millones de copias de albums, consolidándose así como la tercer artista y la mujer solista que más discos ha vendido en la historia de Japón, que es el segundo mayor mercado musical, tras Estados Unidos.

⁵² A pesar de que el wotagei existe desde los años 70, se popularizó en el año 2005 con los fans de Hello! Project, una agrupación de Idols en Japón muy exitosa.

endings, logrando reunir grandes compilaciones de temas de este género y expandiendo la popularidad del mismo entre los jóvenes mexicanos.

El surgimiento de los llamados *podcasts*⁵³, trajo una nueva etapa en la reproducción y difusión de música japonesa en internet, ya que lo que comenzó como un pequeño juego entre algunos usuarios que realizaban pequeñas grabaciones explicando algún tema, colocando canciones entre cada fragmento de la grabación y jugando a hacer un programa de radio, inspiró a la creación de la radio por internet y trajo un nuevo mundo de posibilidades auditivas para los jóvenes que cansados de la censura, opciones limitadas y pocas estaciones en la radio, adquirieron mejores computadores para poder escuchar en internet la música que nunca escucharían en la radio.

Se crearon sitios de radio por internet para todos los géneros, desde cumbia hasta hip hop, música clásica, música del mundo, rock y metal, y la música japonesa tan cotizada entre los fanáticos de anime, no fue la excepción. En Latinoamérica surgieron sitios como colectivobunka.com y Jrockhorizon.com y en México surgieron decenas de sitios, entre los más escuchados: Radio-amorfeus (ahora desaparecida), Anicast, McAnime, Fullmusicanime, Jmusicrevolution, Animenexus y más recientemente Sekainooto.net, fundada por un ex locutor de Full Music Anime que buscó “apoyar a los músicos mexicanos que interpretan Jmusic y crear un medio de difusión” (Abraxas Ikari) y formando lo que actualmente también es una asociación civil con fin de “Lograr la misión y visión de Sekai no Oto. Existir en la red pero también en un nivel legal y poder realizar eventos de manera formal” (Abraxas Ikari). Transmiten las 24 horas al día los 7 días de la semana con locutores y programas en vivo y cuentan con 14 sedes en Mexico, 6 en sudamérica y la sede de Estados Unidos, destacándose también por “pasar de ser sólo un club o sitio en internet, a organizar eventos en cada estado con sede de Sekai no Oto para dar la oportunidad a los fans con gustos afines de convivir y practicar alguna actividad relacionada a la cultura japonesa popular como cantar

⁵³ El podcast o *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia (normalmente audio o vídeo, que puede incluir texto como subtítulos y notas) mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera. No es necesario estar suscrito para descargarlos

karaoke, bailar coreografías de *Para Para*⁵⁴, dibujar o sólo mostrar su gusto por la música japonesa”, cómo menciona su fundador Jesús Alejandro Alvarado Martínez conocido como Abraxas Ikari y ofreciendo como ejemplos significativos: el evento multicultural “Poder Otaku”, la entrega de reconocimientos a los jóvenes que reproducen elementos de la cultura japonesa en México “Viva Otaku” y la marcha del Orgullo Friki .

Internet facilitó la difusión de música popular japonesa para los jóvenes mexicanos y a su vez estos han reproducido, imitado e idolatrado este tipo de música en sus diversos géneros, convirtiéndose en parte de su vida diaria y ampliando sus horizontes musicales y artísticos.

2.4 Cosplay, fotografía y arte digital; sitios de interés y expresión

El *cosplay* es una forma de expresión en Japón definida como el juego del disfraz o Costume Play, relacionándose directamente con los personajes de manga, las series de anime y personajes de videojuegos o incluso idols. Los cosplayers realizan sus *cosplay* o disfraz, basándose en imágenes del personaje que se busca imitar, pero en muchas ocasiones no sólo se copia el atuendo o el color de cabello, también se aprenden las poses, actitudes, frases y gestos del personaje, cumpliendo con la mayor parte posible de



las características físicas y psicológicas del personaje para llamar más la atención entre los fans de éstos.

Fotografía de cosplay tomada por Kato Kusanagi para el sitio en internet de Kosupure

⁵⁴ Para Para surgió en los años 80 con la música del género Eurodisco y la música de la nueva ola en Japón. Es un estilo de baile originario de Japón, del tipo rutina o coreografía, el cual se caracteriza por su movimiento de brazos y manos principalmente, en secuencia al ritmo de la música, mientras los pies marcan el ritmo de la misma sólo dando pasos de un lado a otro o simplemente se mantienen estáticos.

Esta práctica se ha difundido en internet a través de las páginas y sitios dedicados a mostrar fotografías de los cosplayers, tomadas comúnmente en convenciones de anime y comics, donde los participantes explotan al máximo su fanatismo por esta actividad y por la cultura popular de Japón, siendo una de las más practicadas entre los *friki* u *otaku*. Los sitios cuentan con extensas galerías ordenadas por evento o por fecha, donde cosplayers amateurs y profesionales se mezclan para dar vida a los personajes favoritos de muchos. En México el cosplay se difunde en la red gracias a sitios creados por fans del *cosplay*, cosplayers y fotógrafos, en sitios como Idolcosplay (el primer sitio de *cosplay* en México) y The cosplay World, este último contando con una de las galerías más grandes de fotografías de *cosplay* en México así como una serie de links a diferentes sitios relacionados al *cosplay*, cuentas en las redes sociales más conocidas y archivos de noticias actualizadas.

Sitios de fama mundial como *DeviantArt*⁵⁵ y el buscador de imágenes de Google o Yahoo, ayudan a difundir imágenes de *cosplay* realizado en diversas partes del mundo, sin embargo en muchas ocasiones dan resultados muy vagos o muy antiguos, en comparación con los sitios especializados, que muestran no sólo las fotografías más recientes sino en algunos casos, instructivos para realizar pelucas, vestuarios, maquillaje y accesorios de *cosplay*, se mantienen actualizados en las noticias más relevantes relacionadas a esta actividad que ha superado expectativas logrando que jóvenes mexicanos participen anualmente en un concurso de *cosplay* a nivel internacional realizado en Japón.

El sitio idolcosplay.com es otro ejemplo de los sitios que difunden en México la cultura del *cosplay* y cuenta con una amplia galería además de invitar a los interesados a eventos y concursos nacionales.

Los cosplayers más famosos en México realizan en su mayoría blogs donde cuentan sus experiencias relacionadas al *cosplay* y suben las fotografías mostrando sus más nuevas creaciones. Estos blogs inspiran a amateurs del *cosplay* a mejorar sus vestuarios y caracterizaciones para llegar al nivel de los

⁵⁵ Deviantart también conocido como DA, aglutina a una comunidad internacional de artistas en la red, en un espacio virtual en el que se muestra el arte de cada artista y lo somete a comentarios de otros artistas.

profesionales, que constantemente asisten a convenciones como invitados especiales, participan en concursos y aparecen en videos de compilaciones de fotografías en Youtube.

A los fotógrafos que se dedican a tomar *cosplay* en convenciones y profesionalmente, se les llama *kameko*, haciendo referencia a la palabra *camera* del idioma inglés y *ko* de niño en japonés. Los *kameko* han encontrado en internet una forma de expresión y de libre presentación de sus fotografías ya que no existe en este medio la censura que existe en recintos no virtuales para exposiciones, es muy económico ya que no tienen que imprimir ni revelar las fotografías que buscan mostrar y sobre todo, reciben una constante retroalimentación, gracias a los cientos de comentarios de fans del *cosplay* en el mundo que no sólo alaban al cosplayer, sino al fotógrafo y su habilidad para hacer lucir a un personaje como en las series de anime, videojuegos, películas o manga.

En México existen actualmente varios fotógrafos de *cosplay* reconocidos a nivel nacional como es el caso de El gato Fineas (quien ha participado en concursos a nivel nacional de fotografía) y Kato Kusanagi quien ha trabajado como *kameko* desde el año 2005 y ha colaborado con la coordinadora del WCS (World cosplay Summit⁵⁶) en México en diversos eventos. Su fin y objetivo es ser uno de los mejores fotógrafos de *cosplay* en el mundo. Ha asistido a convenciones de anime y comics en todo México y ha fotografiado a Cosplayers internacionales. Su papel en internet como *kameko* es importante ya que en 2009 creó el sitio Kosupure, dedicado al *cosplay* mexicano pero con la visión de impulsar el *cosplay* nacional dándole una proyección internacional.

Otro caso es el de César Eduardo Rivera Tapia, conocido en el mundo del *cosplay* como Vampy; *kameko* desde el año 2005 que de igual manera ha fotografiado cosplayers en diferentes convenciones, subiendo sus fotografías a sitios como kamekosas.com, del que él es administrador y creador y admitiendo que entre las ventajas que él considera, ha traído el internet para sus actividades como *kameko*, ha sido el poder aprender técnicas de fotografía y manejo de software para edición mediante los videos tutoriales que se

⁵⁶ World Cosplay Summit conocido en Japón como Sekai (mundo) Kosupure (cosplay) Samito (summit)

encuentran en sitios como Youtube y mirar páginas como cosplay.com donde fotógrafos de renombre en el ámbito del *cosplay* como Kyle⁵⁷, suben sus fotografías.

Vampy ha recibido reconocimientos en eventos de *cosplay* en México y cuenta su experiencia con respecto a las posibilidades que ofrece internet para difundir la subcultura del *cosplay* en México: “Antes, no había sitios en internet dedicados al *cosplay* en México, jeje, solo había uno cuando empecé a ser *kameko*, y yo era parte de su comunidad. La iniciativa de generar más y más información y gráfica, fue lo que me motivó a difundir el *cosplay* por medio de mi fotografía”. De igual forma considera que el hecho de que actualmente existan muchas páginas dedicadas al *cosplay* en México, “es una fuente de motivación y promueve la sana competencia entre los colegas *kamekos*”.

2.5 Revistas virtuales enfocadas a la cultura popular japonesa

Las revistas virtuales en internet reúnen elementos de la cultura popular japonesa como: la Jmusic, los eventos de asociaciones y organizaciones que promueven el intercambio cultural entre México y Japón, el anime, manga, *cosplay* y las noticias más recientes del mundo del entretenimiento en ese país. Existe por lo menos una revista virtual dedicada a una parte de la cultura Pop de Japón en los países de habla francesa, inglesa y español sin contar las docenas de revistas virtuales japonesas.

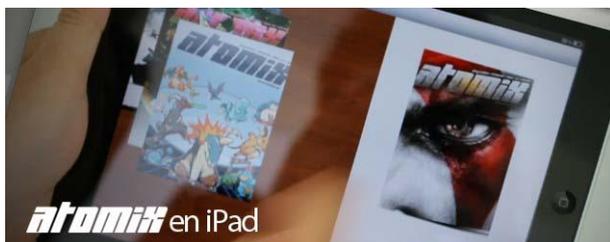
En Latinoamérica la venta de revistas enfocadas en el público juvenil es común, sin embargo ha perdido seguidores gracias a la introducción de internet y la velocidad con la que se actualiza la información en este medio en comparación con los medios escritos. No es noticia que la mayoría de los periódicos impresos cuentan ya con una versión electrónica de los mismos así como un periódico digital interactivo que permite comentarios, adjunta videos, audio y links. En la industria de la publicación de revistas ha sucedido un fenómeno parecido, ofreciendo una versión electrónica de la revista pero con contenido interactivo, en ocasiones por un costo determinado y en otras de forma gratuita. La publicación de material impreso es costosa y la publicación

⁵⁷ Kyle Johnsen es el fotógrafo *kameko* y administrador del sitio *cosplay.com* y el más famoso a nivel mundial.

electrónica reduce considerablemente costos y aumenta las posibilidades de mostrar y ofrecer información al público lector.

Actualmente la era tecnológica digital ha superado en varios rubros a la electrónica y a la mecánica y en el caso del manejo y difusión de información, se encuentra en una lucha constante entre la adquisición de materiales impresos y la lectura de noticias, reseñas, artículos e incluso libros completos por internet. Aún así algunos medios impresos han sabido aprovechar esta nueva tecnología, creando sitios especiales para las publicaciones, uniéndose a las redes sociales de mayor concurrencia y realizando concursos y convocatorias para los seguidores de estas páginas, por otra parte algunas publicaciones han perecido ante la inmediatez, colorido, bajos costos e interactividad del internet.

Revistas impresas mexicanas relacionadas a la cultura pop japonesa como es el caso de “Otaku” han desaparecido, pero en casos como “Atomix”⁵⁸, han resurgido en versiones digitales para nuevas tecnologías como el computador “iPad”⁵⁹, adelantándose a las expectativas del público mexicano, pero aprovechando los beneficios de esta tecnología y asegurando su lugar en una nueva generación de formatos de revista.



Muestra de la vista que tendrá la revista Atomix dentro de iPad

También existen revistas que surgieron en formato virtual desde sus inicios, como es Japannext, Jrock Horizon y Worldanime, que presentan entrevistas, lanzamientos de nuevos artistas, y en el caso de Japannext, una gran cantidad de noticias relacionadas al mundo del anime y manga. Estas revistas, que son

⁵⁸ Es una publicación mexicana mensual de contenido original especializada en la revisión de videojuegos y anime. Creada en 1996. Y ha contado con transmisiones de Atomix TV en televisión de paga.

⁵⁹ El iPad es un dispositivo electrónico tipo Tablet PC y de tipo touch, desarrollado por Apple Inc. Se utiliza para lectura de libros electrónicos y periódicos, navegación web y correo electrónico, además de permitir el acceso al usuario a otras actividades de entretenimiento como películas, música y videojuegos

escritas por fans del anime no especializados en su mayoría en temas de editorial, redacción o comunicación, tienden a ser en algunos casos positivamente bien escritas y producidas y en otros casos no logran superar el formato de un foro o blog, por lo que se considera a este rubro en la difusión de la cultura japonesa por internet, en desarrollo y se promueve a través de diversas convocatorias la creación de nuevas revistas para proveer información actualizada y correcta sobre estos temas.

Los sitios en internet que difunden la cultura popular japonesa para disfrute de los jóvenes mexicanos, han probado ser una forma de expresión para los fans de cualquiera de los aspectos mencionados anteriormente, logrando atraer numerosas visitas y continua participación de nuevos fans para complementar, comentar o lograr mejoras en las páginas y sitios. Así la cultura japonesa llega a México de forma casi instantánea y a la par con este país de oriente y permite una entrada constante de arte, noticias, videos, audio, fotografías e información que atrapa a los jóvenes fanáticos *otaku*, *kameko*, *frikis*, etc. En esta cultura y en su industria del entretenimiento.

CAPITULO III. MÉXICO A LA JAPONESA: CONSUMO, MODA Y ENTRETENIMIENTO

3.1 Juventud mexicana a la moda nipona

La moda urbana en Japón es una mezcla de fantasía y futurismo, romanticismo y elementos góticos o incluso en ocasiones tribales, que la hacen una moda única en el mundo y que dan nombre y popularidad a zonas en la ciudad de Tokyo como: *Harajuku*⁶⁰, *Shibuya*⁶¹ y *Shinjuku*; reconocidos centros de moda donde se reúnen los jóvenes japoneses para vestir y modelar sus atuendos, conocer a otros chicos que utilizan modas afines o que esperan a que los

⁶⁰ Harajuku es una zona comercial en Tokio, donde también se encuentran tiendas de segunda mano, grupos musicales y solistas en vivo.

⁶¹ Shibuya es un barrio en la ciudad de Tokio, donde se encuentran algunos de los centros comerciales más famosos de la ciudad como el *Shibuya 109*; famoso por ser el lugar donde se originaron las *Ko-gals*, y de donde se origina el término *Shibuya Kei* para la música de moda en Japón.

fotógrafos de revistas como *Kera*⁶² y *Gothic & Lolita Bible*⁶³; que frecuentemente visitan estos centros, vean en alguno de ellos, una nueva o un nuevo modelo. En este lugar también se localizan las boutiques de moda urbana y *kawai* más importantes y que realizan cada año una serie de “baratas” donde los jóvenes acuden a adquirir las piezas restantes de la colección de la temporada que termina a precios de oferta y donde se venden piezas de segunda mano en muy buen estado.



Portada de la revista Gothic & Lolita Bible #31

En México modas como el *Lolita*, *Decora*, *Visual Kei*, *Ko Gal* y *Punk*⁶⁴ han sido retomadas por jóvenes fanáticos de la cultura popular japonesa, creando y adquiriendo vestuarios y llenando sus guardarropas de acuerdo a estas modas; incluso llegando a pagar grandes cantidades de dinero por obtener algún modelo en específico traído desde Japón.

Los jóvenes mexicanos que disfrutan de estas modas, en su mayoría son jóvenes que también disfrutan del manga y anime japonés, de bandas de J rock y J pop y que acuden a convenciones y eventos especializados en el goce de la cultura popular japonesa, donde visten estos estilos cómodamente y reciben elogios por parte de otros jóvenes, son fotografiados y se reúnen con otros chicos que visten la misma moda.

⁶² La revista *Kera*, es una de las revistas más famosas de moda punk en Japón aunque también abarca la moda Lolita y Gótica.

⁶³ *Gothic & lolita bible* es una revista derivada de *Kera*, que se ha convertido en una de las más importantes guías de estilo de las chicas que siguen la moda lolita y gótica en Japón.

⁶⁴ La moda Punk en Japón en muchos casos se ha descontextualizado del movimiento de rebelión de los jóvenes europeos, dando como resultado una mera moda que se puede mezclar con otras, provocando variaciones en modas como el *lolita* o el *visual kei*.

El gusto y aceptación de estas modas en México han dado como resultado la creación de tiendas especializadas en moda japonesa como es *Harajuku Store*, ubicada en Plaza Revolución en la Ciudad de México, donde se pueden encontrar atuendos importados de Japón y provenientes de las tiendas de mayor prestigio en este estilo, como: *Angelic Pretty*, *Baby The stars Shine Bright*, *Putumayo*⁶⁵ y varias marcas más, así como accesorios, catálogos de moda japonesa y el complemento musical con discos de artistas japoneses que usan la moda urbana de ese país. El dueño de esta tienda; Shiba, quien lleva más de dos años vendiendo moda urbana japonesa en su local y a través de su



Harajuku store en Expo TNT y Shiba (sentado a la derecha)

sitio en internet, es de origen japonés y su objetivo al abrir Harajuku Store fue desde un inicio “comunicar la cultura popular de Japón a los jóvenes en México”. Una de las ventajas para su negocio es que en este país “casi no venden productos originales

japoneses” como lo menciona, refiriéndose a la moda y ropa, por lo que aquí puede tener varios clientes y su negocio marcha bien. Shiba admite que una herramienta muy útil para su negocio a parte de su sitio en internet, ha sido la red social Facebook, ya que a través de esta puede responder las dudas de sus clientes y atraer nuevos.

Aparte de existir la posibilidad de adquirir piezas de Japón, han surgido diseñadores jóvenes que comienzan a crear piezas originales inspiradas en modas como el *Lolita* y el *Punk*, vendiendo sus diseños sobre todo dentro de las convenciones de anime. Es importante mencionar que el seguimiento y creación de esta moda en México se encuentra en crecimiento y aunque todavía no llama por completo la atención de diseñadores de la alta costura en nuestro país, ya se ha notado anteriormente la influencia de Japón en el diseño mexicano y no sería sorprendente que pronto las modas urbanas de Harajuku se vean en los desfiles de alta costura realizados en México, ya que revistas como

⁶⁵ *Putumayo* es una marca de ropa punk lolita y visual muy popular entre los jóvenes de Japón.

Gótica, *Elle*⁶⁶ e *InFashion*⁶⁷ han dedicado espacios a estas modas y la última mencionada incluso realizó un número entero (*Infashion*, año 5, núm.2) para exponer la moda urbana japonesa.

Un factor importante para la proliferación de estas modas en México han sido las redes sociales y miles de blogs dedicados a la moda en Japón, a los cuales muchos jóvenes mexicanos tienen acceso y siguen con fervor, ya que en estos blogs y páginas pueden encontrar fotografías, venta online de diseños, catálogos, tutoriales para realizar sus propias piezas o accesorios, nuevas tendencias y recomendaciones para el uso y combinación de cada moda, provocando influencias no sólo en jóvenes aficionados al anime y manga, sino en artistas gráficos, cantantes solistas y agrupaciones musicales mexicanas como son *Tenshi no Yume* y *Maryan MG*, ambos con más de 4 años de carrera artística y quienes en base a estas modas y retomando elementos del *visual kei*⁶⁸, moda que combina el



el *Tenshi no Yume* arte tradicional de teatro japonés *kabuki* con el romanticismo, el *glam*⁶⁹, el movimiento gótico y la contemplación hacia la belleza, han creado un estilo propio identificable, para transmitir y crear su música. Estos nuevos artistas postean constantemente sus fotografías y videos en internet, mostrando sus nuevos atuendos e influyendo en otros jóvenes artistas que poco a poco reconocen más los términos relacionados con estas modas.

Uno de los eventos más reconocidos en México relacionados a la moda japonesa es la Marcha del orgullo Friki u Otaku, organizada anualmente por Sekai no Oto en sus diferentes sedes y donde se realiza un desfile pacífico de jóvenes que portan los diferentes estilos de la moda urbana japonesa aunados a los cosplayers y que llevan para esta ocasión especial su mejor *cosplay*. La finalidad de estas marchas o desfiles es el conocimiento de estas modas y gustos, como algo sano y divertido, sin vicios ni actividades que pudiesen

⁶⁶ Elle es una revista de moda fundada en 1945 por Helene Gordon.

⁶⁸ El *visual kei* se relaciona casi directamente con la música, aunque no la determina, con artistas como *Moi Dix Mois*, *Dir en Grey*, *Versailles*, *Gazette*, *Buck Tick*, *Hide*, *Nightmare*, entre otros.

⁶⁹ *Glam* es la abreviación para la palabra *Glamour* y fue un movimiento visual y musical nacido en Gran Bretaña, caracterizada por una imagen extravagante, colorida y con estampados que resaltan.

parecer dañinas para los jóvenes. De manera que los adultos y familiares de los jóvenes que disfrutan de las modas de Japón y del *cosplay*, puedan conocer estas prácticas y los que las practican disfrutar de un momento especialmente creado para ellos y que en ocasiones termina con una serie de *bailables* colectivos de *Para Para*, una fotografía masiva en algún punto de importancia o un evento cultural y musical donde cantantes como los mencionados anteriormente y varios más, interpretan temas originales, de anime y de artistas japoneses.

Los nombres de diseñadores de alta costura como: *Kenzo Takada*⁷⁰, *Issey Miyake*, *Rei Kawakubo*, *Yoshi Yamamoto* y *Junya Watanabe*, se hacen notar en revistas de moda mexicanas y se graban gradualmente en las mentes de los jóvenes más fanáticos de la moda japonesa. Nombres como *Mana Sama*⁷¹ (como es llamado por sus fervientes seguidores), *H. Naoto*⁷² y *Akinori Isobe*, creador en 1988 de la marca *Baby the stars shine bright*, una de las primeras en diseñar y distribuir moda Lolita en Japón junto con *Angelic pretty* (creada en



Lolitas en el Parque Hundido en la Ciudad de México

1979) y que actualmente cuenta con una sucursal en Paris y otra en California, son adorados por jóvenes mexicanos que al poseer una pieza de alguno de estos diseñadores adquieren un estatus social importante dentro de los grupos que siguen una misma moda urbana. Un ejemplo de esto son las chicas que siguen la moda *lolita*; inspirada en la época Rococó⁷³, que busca evocar la

inocencia y fachada infantil de una muñeca. Al portar estas chicas un vestido original de una buena marca poseen un status superior a las que crean sus propios vestidos o usan réplicas. Las *lolitas* han adquirido también algunas costumbres y modales de la época victoriana inglesa, esto aunado al buen uso

⁷¹ También vocalista de la agrupación *Malice Mizer* y productor musical de Kanon Wakeshima, cantante que sigue la moda Lolita.

⁷² H. Naoto es un diseñador japonés Avant Garde enfocado en los estilos punk y gothic Lolita

⁷³ Rococó es un estilo del siglo XVIII en el que los artistas del barroco evolucionaron a un estilo ornamentado, florido y divertido.

de las prendas siguiendo las reglas de largo de las faldas, colores, telas y estampados. Diversas condiciones dan a esta moda una fachada estricta, pero que aún así no deja de atraer seguidoras y también seguidores, gracias a la adaptación del estilo *lolita* para hombre, llamada *kodona*⁷⁴.

Modas como el *ko-gal*⁷⁵ (colegialas) y *ganguro* llegaron a México con menor fuerza pero aún presentes en la juventud *friki* u *otaku*, retomando sólo algunos aspectos de estas modas como las mini faldas tableadas del *ko-gal* y el gusto por usar uniformes de colegiala de estilo japonés, ya sea portando una blusa con cuello marinero o el uniforme de preparatoria, en su mayoría con corbata y saco. Esto contrasta con la moda original *ko-gal* en Japón ya que ésta se acompaña en el país de oriente con el



Pecchi; cosplayer mexicana que utiliza elementos del estilo Ko-gal



Ejemplo de moda ganguro

gusto por atraer hombres mayores para que cumplan sus caprichos y les compren ropa y accesorios caros o las inviten a lugares costosos. En el caso de la moda *ganguro*, caracterizada por el uso de un bronceado excesivamente marcado, corrector blanco para los ojos, cabello teñido de rubio o blanco en combinación con vestimentas de colores fluorescentes, los jóvenes mexicanos sólo han retomado el aspecto de la vestimenta y el tinte en el cabello; ya que ésta moda, considerada una de las más recientes y originales en Japón, con aspecto tribal exagerado, pero con un toque de *kawai*, es aún bastante alejada de los conceptos de belleza incluso en el ambiente *friki* u *otaku* en México.

Cada una de las modas urbanas japonesas, desde el *decora*⁷⁶ hasta el punk se han dividido en un sinnúmero de subgéneros para definir variaciones de cada una,

⁷⁴ Kodona es el hombre que utiliza el estilo lolita en su variante a niño con ropaje del siglo XVIII.

Utilizando pantalones cortos, camisa y moño en lugar de corbata, acompañado de zapatos y chaleco.

⁷⁵ La cinta Baunzu ko gaurusu de la directora Masato Harada, muestra a las Ko-gal prostituyéndose para adquirir accesorios de moda costosos.

⁷⁶ Las chicas *decora*, decoran su cuerpo con la mayor cantidad de accesorios infantiles y figuras de plástico posibles para crear alrededor de ellas un aura lúdica y alegre, gustan del color rosa y usan dos colitas en su peinado.

como el *guro lolita* (*Lolita Gore*), *wa*⁷⁷ *lolita* (*lolita con estilo tradicional japonés*), *eroguro-kei* (Erotic grotesque nonsense), *manba*⁷⁸ (chica ganguro pero con consideración de su cuerpo), *decololi* (une el decora y el Lolita) y se han introducido en diversas series de anime, manga y películas, cómo la exitosa *Kamikaze girls* (Shimotsuma Monogatari) que trata el tema de una chica *lolita* que vive en el campo y disfruta de adquirir y portar piezas de la marca Baby the Stars Shine Bright, o la cinta estadounidense *Sucker Punch*, que obtiene su inspiración en diversos elementos de la cultura pop japonesa, incluyendo modas como el *ko-gal*.

En México las modas urbanas de Japón permiten a los jóvenes expresar su individualidad y gusto por la cultura popular japonesa y muestran el constante crecimiento de consumo de arte y cultura en este país, aprovechando el internet para difundir y comercializar arte y moda.

3.2 Consumo y comercio creciente de artículos japoneses entre los jóvenes mexicanos

Desde la creación de sitios en internet como: Ebay y Amazon.com, los jóvenes mexicanos han tenido la oportunidad de adquirir artículos japoneses sobre todo relacionados al manga y anime como figuras, OSTs⁷⁹, videojuegos, posters y demás objetos que no se comercializan en México comúnmente. Las convenciones de anime y comics ofrecieron al público *friki* u *otaku* la posibilidad de adquirir estos objetos a precios en ocasiones menores a los encontrados en la red y que obtienen de forma inmediata, sin gastos de envío, pero no sólo fueron los productos como juguetes o libros los que llegaron a México para su comercialización. La creciente popularidad de la cultura japonesa en este país trajo consigo una venta constante de dulces japoneses tradicionales y no tradicionales, como es el caso del pan al vapor y las galletas *Pocky*.

⁷⁷ *Wa* es el nombre más antiguo registrado, dado a Japón. Actualmente se utiliza para diferenciar algo con estilo occidental del oriental o estilo *Wa*.

⁷⁸ Las seguidoras de la moda *manba* están conscientes del cáncer de piel y prefieren utilizar autobronceadores y maquillaje para lograr un tono bronceado en su piel en lugar de las camas de bronceado.

⁷⁹ OST significa original soundtrack y se refiere a la música proveniente de un filme.

En México, el pan se come horneado, la panadería mexicana comercial se enfoca sobre todo en la producción de bolillo y pan dulce como las conchas, polvorones, panqué, entre otros. La tortilla y el pan acompañan la comida diaria, el desayuno y la cena por igual. En Japón, la gente come arroz como acompañante de sus comidas, ya sea en un bowl o en forma de onigiri (triángulo de arroz relleno). El pan se come como aperitivo para un almuerzo, relleno de yakisoba (fideos fritos condimentados con verduras) o como postre, hecho al vapor, en pequeñas bolitas y relleno de chocolate, crema pastelera o el tradicional *anko*⁸⁰ (frijol dulce). En México el pan al vapor ha sido un éxito en ventas dentro de las convenciones de anime sobre todo de la ciudad de México ya que a veces no llega a convenciones de otros estados. Su precio varía entre los 8 y 15 pesos por bolita, comiéndose fría o caliente dependiendo del gusto del consumidor, por su sabor ligero y apariencia llamativa son muy populares ya que en lugar de obtener el color dorado de un pan horneado, el pan al vapor⁸¹ es completamente blanco.



Pan al vapor japonés

Este postre se considera tradicional junto con algunos otros postres que se pueden encontrar en eventos como los *matsuri*, realizados en México gracias a asociaciones como la Asociación México Japonesa. Un postre tradicional que se ha logrado vender en México y que a pesar de su alto precio y extraña consistencia, se ha vuelto popular en convenciones y festivales, es el *mochi*; pastelitos en forma de bola hechos de harina de arroz aglutinante y que se preparan de varias formas. Cuando se rellenan, se les llama *daifuku* y el relleno tradicional es el *anko*, aunque más recientemente la marca Lotte⁸² los comercializa rellenos de helados de sabores.

⁸⁰ El frijol japonés así como el arroz, son distintos en forma a los mexicanos, ya que la versión oriental de estos alimentos es en forma, más redonda que los utilizados en la cocina mexicana.

⁸¹ El pan al vapor no es exclusivo de Japón. En China también es muy popular pero se come en su mayoría relleno de carne.

⁸² Lotte tiene su propia versión de las galletas *Pocky*, llamados Pepero, los cuales se venden a un precio mucho menor que los originales *Pocky*.

Lotte es una de las marcas más reconocidas en oriente, productora de dulces



Galleta Pocky

en Corea del Sur y Japón, junto con *Glico*. Esta última es la manufactora de la galleta *Pocky*⁸³, uno de los productos japoneses más populares entre los jóvenes mexicanos que asisten a las convenciones y que son fanáticos del anime, ya que estos palitos de galleta aparecen en muchas series, donde los personajes principales los comen constantemente.

En México los *Pocky* se venden en las convenciones, en tiendas de anime y en



Interior de Nivel 10 Maid Cafe

los diversos *maid café*⁸⁴ que se ubican dentro de la ciudad de México. Los *maid café* son cafeterías que venden pasteles, postres y algunos platillos japoneses y que siguen la moda popular de los establecimientos que son



Maids de Nivel 10 Maid Cafe

atendidos por meseras con uniforme de *maid* o sirvienta victoriana

y donde se permite a los otaku expresar su gusto por el anime y manga, se realizan eventos musicales enfocados al Jpop y Jrock y festivales especiales para los wota, lolitas, gamers⁸⁵, cosplayers, dibujantes y algunos otros seguidores de la cultura pop japonesa.

Otro sitio de gran popularidad para adquirir productos japoneses comestibles es el mini supermercado de dueños japoneses *Mikasa* ubicado en la Ciudad de México, que ofrece comida preparada japonesa y productos comestibles importados de Japón como: pastas, harinas, dulces, algas, bebidas y cortes de pescado. En la parte frontal de este establecimiento se llevan a cabo los fines de semana, parrilladas muy al estilo japonés, donde *nikkei*, mexicanos y japoneses asisten para consumir los platillos preparados con el sabor auténtico de ese país.

⁸³ Los *Pocky* son un hit entre los jóvenes japoneses desde su aparición en 1966.

⁸⁴ Los *maid café* de establecimiento surgieron en el año 2001 y obtuvieron su popularidad gracias al servicio proporcionado por las Maid o sirvientas que fungen como meseras y utilizan atractivos trajes, cumpliendo las fantasías de *otakus* y *wota*.

⁸⁵ Gamer es el término utilizado para denominar a los aficionados de videojuegos, que usualmente están al tanto de los últimos estrenos y juegan más de una hora diaria.

Aunque los dulces y comida japonesa, son de los productos más comercializados y consumidos en México entre los jóvenes, hay otros productos muy solicitados pero que no siempre están a la venta dentro de convenciones o en locales dedicados al anime y manga. Los álbums de JPop y JRock en su mayoría, no llegan a las tiendas de música ubicadas en centros comerciales ya que aunque el mercado para este tipo de música ha crecido, todavía no compite con las ventas producidas por artistas extranjeros estadounidenses o europeos, de forma que los fanáticos de la música proveniente de Japón tienen que adquirir estos materiales por la internet, entrado a sitios como *cdjapan.co.jp* donde se encuentra una gran variedad de títulos y el sitio se maneja en el idioma inglés.

La moda y accesorios japoneses se adquieren mayoritariamente por internet y de igual forma los videojuegos especiales de Sony sólo editados para el mercado japonés, como es *Hatsune Miku:Project DIVA*⁸⁶; (editado para la consola portátil PSP) que surge a partir de la creciente demanda y popularidad del software de emulación de voz *Vocaloid*⁸⁷ y su personaje principal, la primer *Idol* virtual; Miku. Este software se convirtió en uno de los favoritos de gamers poseedores de un PSP, convirtiendo al tierno personaje de coletas verdes y dulce voz, en un fenómeno mundial gracias a la serie de temas musicales incluidos en el videojuego, los conciertos en vivo donde *Miku* es proyectada en escenario y la serie de software *Vocaloid* ya en el



Portada del software Vocaloid:
Hatsune Miku 01

mercado, con el que cualquier chico puede tener un cantante *Idol* virtual que interprete sus fantasías y creaciones musicales, incluyendo nuevos personajes que en algunos temas (subidos a la red por los usuarios) interactúan con *Miku*. En México tanto el software *Vocaloid* como el de *Hatsune Miku: Project DIVA*, son utilizados por jóvenes gamers y músicos que conociendo poco del idioma japonés,

⁸⁶ Hatsune Miku: Project DIVA es un juego de ritmo donde el jugador tiene que apretar los botones indicados de acuerdo al ritmo de la canción en juego para hacer que Miku cante de forma correcta el tema.

⁸⁷ Vocaloid es un software de emulación de voz y canto, donde mediante una tabla de escritura midi, el usuario puede escribir líneas vocales en distintas tonalidades y con diferente intensidad.

encuentran la manera de memorizar los íconos para poder utilizarlos o buscan las versiones en el idioma inglés, siendo raras de encontrarse a la venta.

Los comerciantes mexicanos que se dedican a la venta de productos japoneses no comestibles, encuentran en los jóvenes un mercado que cada vez es más fuerte, permitiendo así la creación de centros comerciales como el Bazar de la computación y el Videojuego en el Centro Histórico de la Ciudad de México, que actualmente cuenta con 4 pisos completos dedicados a la venta de productos japoneses, anime y manga, incluyendo un piso para comida japonesa y cafetería.

Frente al bazar se localiza Plaza Atenas, que lucha por buscar un lugar en el gusto de los jóvenes contando con un piso dedicado a la venta e intercambio de cartas inspiradas en series de anime y manga y donde los aficionados tienen un espacio para realizar torneos de cartas y jugar con otros aficionados en su tiempo libre.

Plaza san Juan (a un costado del Bazar de la computación) cuenta con tres pisos para la venta de productos japoneses y de computación, un piso completo dedicado a los videojuegos y en otro de ellos se abren y cierran *maid cafes* constantemente. En esta plaza se encuentra el local Supermanga, uno de los más conocidos entre los comerciantes de productos japoneses para los jóvenes. Supermanga vende a menudeo manga y cosplay, aunque también se pueden encontrar figuras y posters. Alberto Rodríguez Tobar ha trabajado en este local por siete años y disfruta de la cultura japonesa popular aunque en forma moderada. Los fines de semana lleva varios productos de esta tienda y los de la otra sucursal llamada Comics del Centro, dedicada al mayoreo, para vender en diferentes convenciones alrededor de la República Mexicana así como en Expo TNT y La Mole Et. en la Ciudad de México.

Los dos centros comerciales mencionados, abrieron sus puertas como edificios comerciales para venta de productos y equipo de computación, sin embargo la demanda de los productos venidos de Japón y la decreciente venta



Local de productos japoneses en Bazar de la computación y el videojuego

de software y hardware original aunada a la competencia excesiva entre locales que vendían los mismos productos, abrió un espacio para los vendedores a mayoreo y menudeo de productos japoneses para adquirir locales y poner a la venta: anime, manga, música, moda, videojuegos, dulces,

posters, accesorios, llaveros, peluches, juguetes, mochilas, playeras y demás curiosidades que llaman la atención del consumidor que disfruta de la cultura pop de Japón y que convierten a este tipo de negocios en un comercio estable y con movimiento constante.

3.3 Convenciones y actividades enfocadas al conocimiento y goce de la cultura popular japonesa

En México se realizan cada año diversas convenciones para la presentación y comercio de diversos productos, reuniendo a un público interesado en un mismo tipo de productos. Algunas convenciones exitosas en este país han sido las enfocadas a los niños, novias, quinceañeras, tecnología, autos y ropa, sin embargo últimamente han entrado en esta lista las convenciones de anime y comics, que tuvieron su origen en México en el año de 1993 y que han evolucionado y crecido año con año, multiplicándose y aumentando su popularidad, atrayendo medios de comunicación, curiosos por descubrir qué es lo que atrae a tantos jóvenes a estas convenciones y permitiendo al mercado enfocado a los productos y cultura japonesa, obtener grandes ventas en pocos días.

Las convenciones de anime y comics reúnen en un inicio, dos aspectos de la cultura pop, los comics de Estados Unidos y el anime de Japón. En este país de oriente se realizan convenciones en espacios de dimensiones exorbitantes donde asisten más de 500 mil personas, como es el caso de la *Komiketto*; que obtiene su nombre al fusionar las palabras *Comic Market* o como se pronunciaría en japonés *Komik Maketto* y que es la convención de comics y manga independiente (*Doujinshi*) más grande del mundo, realizada dos veces al año en la ciudad de Tokio. Esta convención fue fundada en el año de 1975 con apenas 700 asistentes. Otras convenciones enfocadas al manga, anime y comics en Japón, son: *Jump Festa* (organizada junto con la famosa revista japonesa de manga *Shonen Jump*⁸⁸), *Reitaisai* y *Tokyo International Anime fair*, siendo esta última una de las más grandes junto con *Komiketto*. En estos eventos se reúnen casi en un cien por ciento los elementos más importantes de la cultura popular de Japón, invitando importantes dibujantes, animadores, actores de voz (*seiyu*⁸⁹), cantantes de openings y endings de series de anime, cantantes de J Rock y J Pop, Cosplayers, *kamekos*, productoras y editoras importantes de manga y anime y fans en general, ofreciendo un evento esperado y con mucho éxito en ese país.

A partir de los años noventa las convenciones de anime y comics dejaron de realizarse únicamente en Japón y llegaron a países de América, Europa y otros países asiáticos, convirtiéndose en un fenómeno mundial que comienza con un pequeño grupo de personas y crece hasta contar con miles. México no fue la excepción y en el año de 1994 se llevó a cabo la primera *Conque*, convención de comics que reunió, durante ocho años consecutivos un aproximado de 20 mil personas por edición. Ésta comenzó como exclusiva de material comic estadounidense y latinoamericano, inspirada en la ya para ese entonces popular *ComiCon*⁹⁰, organizada en los Estados Unidos. Posteriormente agregó a su mercado el anime y manga, aunque la primera convención en marcar el interés en complacer al público friki u Otaku en México fue Expo La Mole Et. ,

⁸⁸ La revista *Shonen Jump* es una antología prestigiada de mangas publicada cada semana en Japón.

⁸⁹ Los *seiyu* dan voz a los personajes que aparecen en las series de anime. En ocasiones también interpretan los openings o endings de la serie.

⁹⁰ *ComiCon* es una convención de fans llevada a cabo en San Diego, California. Es la convención de fans más popular en los Estados Unidos gracias a las grandes celebridades que asisten cada año.

convención que abrió sus puertas en 1996 y cuenta ya con más de treinta ediciones.

Esta convención toma su nombre del héroe verde de la editorial estadounidense Marvel Comics, se lleva a cabo tres veces al año, 3 días seguidos cada vez, primero en marzo, después en julio y por último en Diciembre en Expo Reforma en el Distrito Federal.

La Mole fue la primera convención en México en colocar dentro de su publicidad las palabras anime y manga, lo que atrajo a un público interesado en adquirir material importado de Japón, así como cosplayers (los cuales obtienen un descuento de 2x1 en su entrada al evento), jugadores de videojuegos como Pump it Up⁹¹ y a jugadores de cartas de series como Yu gi Oh⁹², Magic o Heroes y Leyendas. Se popularizaron las conferencias de actores de doblaje al español que comenzaron a trabajar; algunos, desde los años 80 en series de animación tanto japonesa como estadounidense y La Mole comenzó a difundirse en internet, en blogs dedicados a la cultura japonesa y en su propio sitio www.lamole.com.mx.

La Mole apantalló al público interesado en las convenciones ya que su recinto es Expo Reforma en el Distrito Federal. Esta convención se divide en tres amplios pisos, muy bien distribuidos y cuenta con escaleras eléctricas así como unas instalaciones cómodas, elementos que desde un inicio dieron una imagen impecable a esta convención.

En el 2001 La Conque dejó de llevarse a cabo y en consecuencia surgió una nueva convención que prometía ser una meca para los fans de la cultura japonesa, y la manera de hacerlo fue ofreciendo el primer concierto de *Banya* en México siendo éste el primer grupo musical oriental que se presentaba en una convención en el país. El grupo coreano es el responsable de la realización de los temas originales y remixes (a temas de música culta como la novena sinfonía de Beethoven) para el videojuego de baile Pump it Up y sus diferentes versiones incluyendo *Pump it Up: 2010 FIESTA*.

⁹¹ Yu Gi Oh es un juego de cartas inspirado en el manga japonés creado por Kasuki Takahashi, donde cada jugador utiliza cartas a duelo con otros jugadores y cada carta tiene un poder.

⁹² Pump it up es un juego popular de baile creado en Korea y popularizado en todo el mundo.

La primera Expo TNT, con sede en el Centro de Convenciones Tlatelolco, donde se han llevado a cabo desde entonces, con algunas excepciones en el World Trade Center, logró reunir la cantidad de mil personas, aunque hoy en día, el evento realizado cuatro veces al año, admite en sus instalaciones hasta quince mil fanáticos, *otaku*, frikis, cosplayers, dibujantes, cantantes y participantes de diferentes clubes de anime, manga o *wota*, por edición, convirtiéndose en la más grande en la Ciudad de México.

A partir de su primera edición, Expo TNT ha presentado en México a una gran cantidad de artistas japoneses, sobre todo integrando a intérpretes de openings y endings de series de anime, agrupaciones *Visual Kei* e *Idols* famosas en Japón, como lo menciona Octavio Carranza, uno de los organizadores de Expo TNT desde su primera edición. También han traído a cosplayers reconocidos a nivel internacional y que alguna vez participaron en la final de la competencia anual e internacional World Cosplay Summit. Expo TNT fue de las primeras en promover en México los concursos de cosplay y ahora es sede oficial de la eliminatoria para World Cosplay Summit en México.

Otras de las actividades que se realizan para los fans de la cultura japonesa en esta convención son: torneos de cartas, concursos de karaoke, conferencias, demostraciones de bailes japoneses y artes marciales, talleres de *origami*, venta de productos y comida japonesa, aparte de abrir espacios escénicos para agrupaciones y artistas mexicanos que interpretan J music y sus derivados. Alberto Rodríguez Tobar, quien colabora de igual forma en la organización de estos eventos, menciona que el éxito de la Expo TNT y de las convenciones de anime y manga en general, es gracias al ciclo que se cerró en la industria del comic norteamericano, con la baja en producción de nuevos personajes en este medio y con la introducción de una extensa cantidad de manga y personajes novedosos traídos de Japón, que complementados con el anime, permitieron a la industria del entretenimiento en ese país, llegar a otros, como México.

Esta convención ha evolucionado con el paso del tiempo y se ha auxiliado del internet para su difusión como la mayoría de las expos y convenciones realizadas en diversas partes del país, sin embargo Expo TNT ha incluido en su sitio oficial www.tntvirtual.com.mx videos, reseñas y un foro que en algun

tiempo fue el sitio más visitado por los *otaku* en México para convivir a través de la internet.

Actualmente Expo TNT no es muy diferente de La Mole Et. Siendo competencia una de la otra, procuran mantener el mismo formato y organización, ambas cuentan en cada edición con un aproximado de 100 stands, compartiendo una gran parte de éstos, como el del señor Gabriel Chávez, quien dio voz en Latinoamérica al personaje del Sr. Burns en *Los Simpsons* hasta la decimoquinta temporada y el de Comics del Centro, especializado en manga, que aunque forma parte de la organización de Expo TNT, logra un acuerdo con el principal organizador de La Mole para poder colocar su stand cada año.

Aún con estas similitudes, Expo TNT ofrece siempre un poco más a pesar de ser la más joven de las dos en número de ediciones, ya sea con las presentaciones en vivo de agrupaciones musicales japonesas, concursos como el WCS o la cantidad y variedad de stands con la que cuenta.

Siendo las convenciones de anime, manga y comics, la actividad masiva a la que asiste la mayor cantidad de fanáticos de la cultura japonesa, éstas se toman como la actividad más importante realizada para el goce y difusión de esta cultura en su parte popular, sin embargo existen otras actividades que reúnen a los jóvenes en grupos o clubes dedicados ya sea al disfrute del anime como es *The Dark Masters Anime Club* cuyos miembros se reúnen en internet dentro del sitio Facebook, en la página de grupo dedicada a estos, y en conciertos o *maid café* donde organizan constantemente concursos de karaoke, invitando participantes ajenos al club para fungir como jueces y otorgar pequeños premios.



Logo oficial de The Dark Masters Anime Club

Otros clubes incluyen los dedicados al cosplay, los de al *wota* y fanáticos de las Idols tanto mexicanas como japonesas, así como los grupos que se reúnen para jugar cartas (Yu gi Oh, Magic, etc) o para compartir su gusto por algun grupo de J Pop, J Rock o Visual Kei. La ACAM es la Asociación de Clubs Asiáticos en México, refiriéndose a los clubes de fans de una agrupación en

específico, quienes realizan actividades por separado o en conjunto expresando su gusto por la música japonesa y organizando concursos, karaoke y performance en tributo a los artistas japoneses. La ACAM cuenta actualmente con más de 20 clubs.

Los fanáticos de la moda japonesa también realizan reuniones, sobre todo las chicas que disfrutan de la moda *lolita* y que organizan los llamados *Harajuku tea parties*, donde al estilo de las chicas Lolita de Japón, se reúnen en parques, cafés o en alguna casa para mostrar sus más recientes adquisiciones (vestidos, zapatos, etc.) de diseñadores japoneses y demostrar su gran estilo. En estas reuniones se habla de temas relacionados al *lolita* como son los personajes artísticos Mana sama, Kanon Wakeshima, Kaya⁹³ y agrupaciones Visual Kei, diseñadores de marcas como Putumayo, BTSSB⁹⁴, H. Naoto, Angelic Pretty, Metamorphose, Frill y otras más. Existen algunos sitios en internet donde se difunde la información respecto a estos eventos y reuniones y donde las Lolitas pueden convivir, postear imágenes de sus nuevos vestidos, presentarse ante otras lolitas, expresar sus opiniones respecto a los temas antes mencionados, aprender a realizar sus propios diseños y accesorios a través de tutoriales que postean otras chicas y donde también los *kodona* tienen un lugar. Uno de estos sitios es el de *Tea party*, activo desde el año 2009, que pretende reunir a las lolitas de México junto con otras chicas que disfrutan modas como el *ganguro* o incluso el cosplay.

Dentro de los eventos para el goce de la cultura popular japonesa están también los realizados por Sekai no Oto (la Marcha del orgullo Friki, eventos musicales Poder Otaku y Viva Otaku y excursiones a convenciones de otros estados), los concursos de karaoke que realiza la UNAM en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, donde también se organiza el festival del día del niño y presentaciones del coro de japonés organizado por los alumnos de este idioma en la facultad.

Últimamente ha surgido en la Ciudad de México un nuevo evento relacionado al disfrute de la cultura japonesa popular y son las proyecciones de películas

⁹³ El cantante *Kaya*, es un ejemplo de lo que se conoce como *crossplay*, en el cual un hombre se disfraza de mujer. *Kaya* utiliza el estilo Lolita como predilecto para sus vestuarios.

⁹⁴ Forma en la que se abrevia en Japón, *Baby the stars shine bright*.

japonesas de anime en el cine, de manera que los fanáticos puedan apreciar en pantalla grande estas cintas que hicieron historia dentro del mundo del anime. En los eventos titulados Anifest se han proyectado OVAs de las series Evangelion, Naruto⁹⁵ y Final Fantasy, entre otros, vendiendo las localidades en las salas al cien por ciento y ofreciendo un precio accesible al público.

Eventos, convenciones, blogs y grupos aparecen y desaparecen constantemente en México pero lo que se mantiene es el gusto por la cultura popular japonesa, que permite la expresión de diferentes artes y actividades atractivas para los jóvenes y que han entrado en los ideales y gustos de los mexicanos, que logran convivir y desarrollar estas actividades de forma sana.

CAPÍTULO IV. JOVENES OTAKU EN LAS REDES SOCIALES

4.1 Idioma y escritura japonesa en la red

La difusión y aceptación de la cultura popular japonesa en México no se limita a la transmisión de información relacionada con música, anime, manga, moda y comida o a la reproducción de esta cultura en nuestro país. También ha influido en diversas prácticas comunicativas de los jóvenes, sobre todo en internet. El uso de símbolos de la escritura japonesa en portadas de álbums musicales ha dejado de ser novedad, al convertirse el *katakana*, *hiragana* y *kanji*,⁹⁶ en una manera común de escritura entre los jóvenes mexicanos que disfrutan de la cultura japonesa, utilizándolos para escribir nombres propios. Ej. フェルナンド (Fernando), para logos de agrupaciones musicales que interpretan J music en México, para expresar su sentir con frases como *aishiteiru* (te amo) y *tomodachi* (amigo) e incluso para escribir los nombres japoneses que adoptan muchos jóvenes que se identifican como frikis y otakus y con el que se reconocen dentro de la red y fuera de ella. Estos nombres en varias ocasiones incluyen un apellido y entre los más populares se encuentran: *Ikari*, *Sadako*,

⁹⁵ Naruto es una de las series de anime y manga más populares de Japón contando con 100 millones de copias del manga vendidos, 220 episodios y varias OVAs.

⁹⁶ Son las tres formas de la escritura del japonés, proveniente en parte de la escritura china. El hiragana se utiliza para palabras completamente japonesas, el *katakana* para palabras extranjeras y el *kanji* como complemento de palabras japonesas que cuentan con un prefijo o sufijo de origen y pronunciación china.

Tanaka, Yukito, Asuka, Tsukiyama, Hatsune, Sasuke y Yui. Así, un joven de nombre Octavio Reyes por decir un ejemplo, puede convertirse en Yukito Tanaka, sin ser éste su nombre de manera oficial y sólo útil entre amigos y en internet.

Este es el caso de Diana Arzate una joven mexicana de 27 años que a los 14 adoptó el nombre de Maki gracias al parecido que de acuerdo a varios chicos dentro de un blog de fans del grupo Hello Project, comparte con la cantante japonesa Maki Goto, quien fuese una ex integrante de ese grupo.

Maki disfrutó del anime desde pequeña y en la primaria comenzó a reunirse



Maki Kuroneko

con chicos que disfrutaban de la cultura japonesa popular. Asistió a varias convenciones de anime y comics donde participó en concursos de karaoke y ganó varios premios, lo que la llevó en el año 2007 a unirse a una agrupación musical que interpretaba openings y endings de anime en su idioma original. En 2010 comenzó a escribir columnas

acerca de la cultura otaku en México dentro de la revista *Tabi Tabi Toyo* que se distribuye de manera gratuita en la embajada de Japón y que muestra una guía de sitios de interés tanto para los turistas y residentes japoneses en México como para los mexicanos interesados en esta cultura oriental.

Maki, quien posteriormente agregó el apellido ficticio *Kuroneko* (gato negro) para su faceta como cantante, es reconocida en el medio otaku en México por sus diversas participaciones en eventos y blogs relacionados a esta cultura. Su gusto por el país de oriente la ha llevado a aprender el idioma japonés y practicarlo en internet con amigos japoneses, lo que ella asegura, ha sido de gran ayuda para conocer más palabras del *slang* de ese país, palabras que la mayoría de los chicos mexicanos frikis no conocen.

Aunque los frikis u otakus de México utilizan algunas palabras del idioma japonés alienándolas con el idioma español para platicar y relacionarse entre ellos, la mayoría de estos jóvenes en la red escriben el idioma japonés con caracteres de origen romano o *romanji* cómo se denomina a esta escritura en

dicho país, facilitando así el uso de expresiones japonesas sin la necesidad de conocer o practicar la escritura de *kanji*, *hiragana* y *katakana*. Palabras como: *kawaii* (lindo) y *sugoi* (genial) son frecuentemente utilizadas en redes sociales como Facebook, donde la opinión de los usuarios respecto a los posts de otros es una de las características de mayor importancia y popularidad en esta red. Frases como *oyasuminasai* (buenas noches) y *konnichiwa* (buenas tardes) son populares sobre todo para saludar o despedirse de un usuario o “amigo”, aunque no siempre se escriben de forma correcta.

Facebook fue denominada en el 2010 como “la red social más popular en todo el mundo” de acuerdo a diversos medios de comunicación, ya que cuenta con más de 500 millones de usuarios, tomando en cuenta que la popularidad de una red social puede ser duradera o muy corta dependiendo de las características novedosas que ofrezca y su capacidad de actualizarse sin saturarse de elementos publicitarios o dificultar la interface entre el usuario y el programa. En esta red social, que en 2009 creó conexiones directas a manera de aplicaciones, con otras redes como Myspace y Twitter, los friki u otaku encontraron una forma práctica y sencilla de estar en contacto con otros jóvenes que comparten sus mismos gustos y donde tienen la oportunidad de escribir palabras en japonés y en ocasiones adoptando incluso muletillas como *etto* que suplanta al “este” utilizado en México, sin recibir comentarios negativos, ya que los usuarios que tienen como “amigos” dentro de su red, en su mayoría son otros jóvenes otaku o friki que entienden este lenguaje, al menos en sus palabras más comunes y sencillas.

El anime y manga a través de la exageración de expresiones faciales típicas de los japoneses dentro de sus viñetas y cuadros, da como resultado la identificación de éstas en todo el mundo gracias a la transmisión y difusión de ambos productos comunicativos en la internet, televisión y editoriales. Los jóvenes otaku o friki utilizan con frecuencia estas expresiones dentro de la red, suplantando las popularizadas en los años 90 con los *Emoticons*, que tienen su

origen en el símbolo occidental de color amarillo; *Smiley*⁹⁷, que representa una cara humana feliz popularizó en los años 70.

A diferencia de los *Emoticons* descargables en la internet, que incluyen color, una figura con detalles o sombras y en algunos casos movimiento, las expresiones utilizadas por los japoneses y por los jóvenes friki u otaku en la red, se escriben con base a los símbolos occidentales incluidos en un teclado común de computadora, que parten del código ASCII (American Standard Code for information Exchange), como es el símbolo dos puntos (:), el símbolo paréntesis (()), el símbolo asterisco (*), entre muchos otros incluyendo números y letras y que de manera creativa, al unir dos o más de estos, producen figuras que representan expresiones de felicidad “ =)” , enojo “ ò_ó ” , tristeza “ u_u ” o sorpresa “ *o* “. Un ejemplo común es el popular “XD” que si se ve inclinando la cabeza para dar un enfoque vertical a la X sobre la letra D, forma la expresión dibujada en el manga para los personajes que ríen a carcajadas. El uso de estos símbolos ha crecido gracias a la practicidad y referencia pop con la que cuentan, ya que en pocos años estos símbolos han logrado suplantar también populares expresiones escritas como *Lo!*⁹⁸ (laugh out loud) que significa reír ruidosa o fuertemente. Al uso del código ASCII para realizar más que expresiones faciales, se le conoce como arte ASCII y se han creado desde retratos hasta paisajes enteros con el simple uso de números, letras y símbolos. Un ejemplo sencillo del arte ASCII es el conejo que se forma así:

(\-/)

(='.'=)

(")(")o

Este lenguaje y forma de expresión dentro de la internet se ha extendido gracias al uso constante y diario de las redes sociales, los blogs y de la interacción entre los usuarios, en su mayoría jóvenes, quienes producen este nuevo lenguaje en su búsqueda por la inmediatez, la practicidad y la velocidad, reduciendo palabras enteras a uno o dos símbolos de sencilla escritura y que superan las barreras de la internet, extendiendo este lenguaje a sistemas

⁹⁷ El símbolo Smiley de color amarillo fue creado por el norteamericano Harvey Ball en 1963 para una campaña de superación laboral de una compañía de seguros.

⁹⁸ Lol es parte del argot internauta y se popularizó dentro de los chats.

móviles como los teléfonos celulares y actualmente también en la escritura en papel.

4.2 Fansub y Fandub como prácticas comunicativas.

El fansub es la contracción de las palabras inglesas *fan* y *subtitled* que hacen referencia al subtítulaje realizado por aficionados para películas, videos musicales, anime y manga. El objetivo al realizar fansub para un material audiovisual o de lectura, es la difusión del mismo para países extranjeros donde no se ha realizado una traducción oficial de este material. Este tipo de subtítulos no cuentan con la autorización de los creadores o autores, sin embargo es una de las formas en que una serie, video o manga se populariza en todo el mundo y mediante la cual se distribuye ampliamente.

En el medio otaku o friki, el fandub es un pasatiempo común y muy seguido por los fans de series de anime, que han estudiado o conocen casi a la perfección el idioma japonés. Esta práctica se caracteriza por no tener fines comerciales ya que su objetivo es la libre difusión del material de fans para fans, así como se lee al inicio de cada uno de estos. Los fansubers como se les conoce a quienes realizan esta actividad, tienden a reunirse



Fansub en una serie de anime

en grupos o clubs para realizar en conjunto los fansubs y así dar una mejor calidad al producto final, ya que en muchos casos, al realizar esta práctica en solitario, surgen errores de mano, malinterpretaciones en los modismos en un diálogo o simple carencia de vocabulario que puede tener como resultado un fansub de dudosa calidad y que da en ocasiones una mala fama a esta práctica. En México existen varios grupos de fansubers que postean su trabajo en sitios de internet como Youtube, Taringa, ver-anime.net o en blogs especializados. Muchos de estos grupos cuentan con un traductor, un timer; quien cuadra el tiempo de aparición de los subtítulos con los diálogos de los personajes y un editor, quien mantiene la coherencia y agrega notas extra para

dar definiciones a palabras complejas o explicaciones respecto a un tema que podría ser exclusivo de Japón.

Aunque el fansub se relaciona con el anime y el manga, también existen grupos que realizan este pasatiempo para series americanas o películas europeas, aunque es gracias al anime que se ha extendido y que se han escrito varias “guías del fansuber” para aquellos que desean llevar a cabo un buen fansub.

Esta práctica ha demostrado gran aceptación por parte de los fans del anime, aunque los creadores del mismo y compañías japonesas como *Estudios Gonzo* y *Funimation* no lo acepten, ya que consideran que el sentido original de los diálogos de los personajes en las series es alterado y muchas veces malinterpretado.

El fansub se ha llevado a cabo en el manga a través de los *scanlation* y actualmente disfruta de la misma popularidad que el que se realiza para anime. Esta práctica también abarca videos musicales, openings y endings de series de anime, permitiendo a los fans cantar al estilo del karaoke estos temas e incluyendo en el fansub, la versión en el idioma original con escritura japonesa ya sea en hiragana, katakana o kanji y una con escritura romanji.

En México, como en muchos países, la piratería se ha aprovechado de la producción de fansubs para series, doramas, videos musicales y demás materiales, comercializando discos en formato DVD que incluyen desde 3 hasta 40 ó 150 capítulos subtulados dependiendo la duración de cada uno y la calidad del video, de manera que gran parte de estos discos no han sido copiados de un disco original sino creados con base a descargas de internet y en los que al inicio de cada capítulo o video se puede leer la especificación clara de los fansubers de no comercializar el material.

El fansub en conjunto con el internet, es una de las herramientas más fructíferas para la difusión de la cultura japonesa popular en México y si bien logra el contacto de los fans con los productos audiovisuales, provoca de igual forma la creación de sitios de difusión y reproducción de esta cultura e invita al joven friki u otaku a aprender el idioma japonés y a investigar o conocer

aspectos de Japón a través de las series, videos y manga y de las notas de pie colocadas por los fansubers.

Las traducciones en materiales audiovisuales de origen japonés para su difusión en otros países no se limita al subtítulaje, también se produce a través del doblaje aficionado conocido como fandub y aunque parte de su fin es la difusión como en el caso del fansub, se produce en muchos casos para parodiar una serie o video, lo cual puede confundir al espectador si no se especifica esto claramente. Este tipo de material se encuentra en internet de la misma forma que el fansub, aunque con la diferencia de que los jóvenes que practican este último se reconocen públicamente y en muchos casos gozan de fama y buena reputación dentro del medio friki u otaku, llegan a tener grupos de fans y seguidores en sus redes sociales y en ocasiones se presentan dentro de convenciones y eventos relacionados al anime y manga.

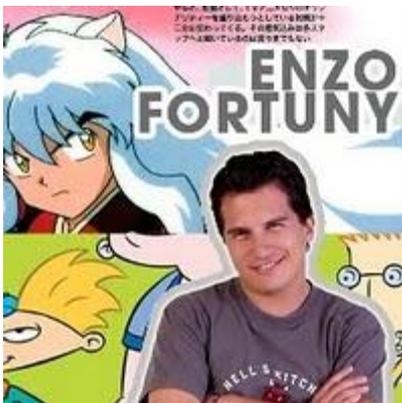
David Gustavo Cuevas Ramirez comenzó a hacer fandub el 23 de abril del 2007, recuerda con emoción esta fecha y comenta orgulloso su gusto por el fandub y el doblaje de voces. Su máxima aspiración es algún día ser un actor de doblaje profesional como Mario Castañeda⁹⁹ y René García¹⁰⁰, a quienes admira mucho, aunque por el momento se entrena realizando fandub y practicando el doblaje imitando las voces dobladas de sus series favoritas como *I'm gonna be an angel*, *Manantei Loki Ragnarok* y *Black Jack*, las cuales no son transmitidas por televisión abierta o de paga. David cuenta que comenzó a interesarse por el fandub, en el momento en que el canal de TV por paga Animax, dejó súbitamente de transmitir la serie de anime *I'm gonna be an angel*, lo cual lo llevó a buscar la serie en Youtube y a conocer el fandub realizado para la misma. Como fanduber, David busca unir a varios chicos interesados en esta actividad para realizar la traducción y doblaje de la serie Kanon 2006, para lo que ha creado el grupo de fandubers "Nikona & Mokona Fandub" en la red social de Facebook y donde también postea videos de los fandubs que ha realizado.

⁹⁹ Mario Castañeda reconocido actor de doblaje mexicano con mas de 20 años de trayectoria, famoso por ser la voz de Goku, personaje principal de la serie de anime *Dragon Ball Z*

¹⁰⁰ René García es un actor y director de doblaje mexicano que ha participado en el doblaje de diversas series de anime y películas, también actor que dobla a Keanu Reeves, Ben Affleck y John Travolta en Latinoamérica.

En países como Estados Unidos y México, se realiza doblaje profesional para series y películas de todo el mundo, para lo que existen compañías y escuelas de doblaje, que enseñan a los actores habilidades específicas para realizar esta actividad de forma profesional. En México una de estas compañías es Paris/Intertrack reconocida por ser una de las más importantes y haber doblado series de anime como *Dragon Ball*, *Sailor Moon*, *Digimon*, *Saint Seiya*, *Sakura Cardcaptor*, *Slam Dunk* y series de televisión americana como *Buffy la cazavampiros*, *Angel*, *Bones*, *24* y *Prision Break* y que ha trabajado con actores de doblaje profesionales como Belinda Martínez, Clemen Larumbe y Carlos Becerril. Actualmente también los actores de doblaje difunden su trabajo en internet, uno de estos sitios es www.doblajemexicano.com.mx creado por la empresa *Rimación*¹⁰¹.

Sin embargo, no todas las series o películas producidas cuentan con una producción de doblaje oficial, debido a la minuciosa selección y competitividad de empresas como Televisa y TV Azteca, las cuales no transmiten de forma continua materiales audiovisuales de Europa y Asia, y aunque diversas propuestas llegan a los actores de doblaje para trabajar de forma independiente en la traducción de series de anime, algunos temen hacerlo



debido a “la posible violación de derechos de autor o comercialización no autorizada del material” como lo comenta el actor profesional de doblaje Enzo Fortuni¹⁰², quien en una ocasión realizó fandub en colaboración con varios fans del anime y cuya experiencia provocó malentendidos entre los actores que participaron en el mismo, por lo que él prefiere dedicarse al

doblaje profesional y aunque respeta el fandub como una práctica de difusión, prefiere no hacerlo.

¹⁰¹ Rimación es una asociación civil formada por actores de doblaje mexicanos, que tiene como misión preservar la calidad del doblaje que se realiza en México y mejorar las condiciones laborales de los actores.

¹⁰² Enzo Fortuni es un actor de doblaje conocido por hacer las voces en español de Drake de la serie *Drake y Josh*, Inuyasha de la serie con el mismo nombre y por ser la voz oficial del canal de TV de paga Disney XD.

Una de las diferencias principales entre el doblaje y el fandub es también la forma en que se realiza, ya que el doblaje tiende a grabarse en grandes estudios y los productos finales se transmiten en televisión o se proyectan en salas cinematográficas y el fandub es casi exclusivo de internet por la facilidad que ofrece este medio para subir y transmitir un video o audio de forma gratuita.

El fandub se realiza tanto para series como para música, y la Jmusic no es la excepción. En todo el mundo se traducen versiones no oficiales de los temas más populares de Jrock y Jpop que son interpretadas por jóvenes fans que no forman parte del medio artístico popular. Jóvenes que utilizan con frecuencia el internet y que cuentan con un micrófono para computadora y un software de grabación de audio hacen fandub para openings y endings de sus series favoritas o de su artista favorito. Existen en youtube miles de videos de fandub relacionados a la música y pocos cuentan con una calidad de audio o una traducción adecuada, por lo que los videos (siendo esta la forma más común de los fandubers de postear sus interpretaciones) con mayores vistas y mayor popularidad son los que realmente tienen un parecido con el tema y voz original.

El fandub musical en México es una actividad que se practica en su mayoría entre los fanáticos de anime y Jmusic, aunque en ocasiones ellos mismos interpretan y traducen temas no relacionados a la cultura japonesa. Jóvenes mexicanos como: *Ellen Mercado, Luigi y Cesar Franco*¹⁰³, realizan fandub de calidad, siendo Cesar Franco el único de estos que también ha participado como intérprete oficial de los temas en español de una serie japonesa.

Dualkey, como se hace llamar el *otaku* mexicano Pedro Sanchez, es fanduber desde el año 2006 y lo que comenzó como una forma de ocupar un momento de ocio, se convirtió en un hobby que lo llevó a crear un canal en *youtube*, que actualmente cuenta con más de 50 videos que incluyen canciones traducidas e interpretadas por él, 3 millones 463 mil 257 reproducciones de sus videos por otros usuarios y varias colaboraciones con otros fandubers mexicanos y

¹⁰³ Cesar Franco interpretó en el año 2000 el tema oficial en español de la serie Digimon y posteriormente interpretó el tema de Digimon tamers.

extranjeros. Lo han nombrado en varias ocasiones como “El *Kougi Wada* de Latinoamérica” (Sven Vollfied) ya que ha interpretado y traducido casi todos los temas de la serie de anime *Digimon*, temas que en su idioma original son interpretados por *Kougi*. Se le reconoce dentro del medio de los fandubers por su constancia para realizar fandubs, pues *Dualkey* sube a su canal de *youtube* un video y en ocasiones dos por mes.

En el caso de Marianne, quien cuenta con 5 canales en *youtube* y ha creado en <http://marianne.4mg.com/> un espacio especial para fandubers mexicanos y latinoamericanos, la traducción de letras de canciones japonesas ha sido su mayor éxito y la cantidad de temas traducidos le ha permitido armar un sitio sólo para mostrar estas letras o lyrics a otros fans y fandubers. Marineneko es una fanduber que participa dentro del sitio de Marianne y ha traducido varios temas de la famosa serie de software *Vocaloid* incluyendo los temas *World is mine* y *Melt* de *Hatsune Miku*.

En México y Latinoamérica, el fandub ha demostrado ser una de las actividades entre los jóvenes *friki* u *otaku* más populares y actuales, así como una de las que obtienen mayor difusión a través de internet. Si bien, la comunidad friki u otaku en México incluye entre sus participantes: cosplayers, lolitas, interpretes de *Visual Kei* y *Jmusic*, vendedores de productos japoneses, organizadores de convenciones de anime y comics, clubs de anime y manga, y demás aspectos mencionados anteriormente, los creadores de fansub y fandub son los representantes más recientes de esta expresión en nuestro país y prueba de que la cultura japonesa es difundida en gran parte a través de internet, provocando mayor conocimiento y fascinación extrema por el país del Sol Naciente y todo lo que ofrece su cultura popular.

CONCLUSIONES

La difusión constante y creciente de la cultura japonesa en México es sólo el comienzo de esta rápida interculturalidad ya que otras culturas asiáticas como la coreana han estudiado y adaptado elementos de su propia cultura como los del entretenimiento y artes, sobre todo las musicales, para comenzar un

proceso de difusión en internet parecido al que ha llevado la cultura japonesa pero que con las nuevas herramientas tecnológicas ha logrado una expansión y difusión mucho más rápida que la que llevó Japón desde sus comienzos y que permite a agrupaciones musicales del género pop como *2en1*, convertirse rápidamente en ídolos de las nuevas generaciones de jóvenes y competir en las listas de popularidad musical junto con artistas japoneses de la talla de Ayumi Hamasaki.

Aprovechando la interculturalidad que promueve el internet, se puede crear un producto comunicativo digital que enfocado a la cultura popular japonesa cumpla con el gusto de los jóvenes interesados e inmersos en esta cultura y provoque una reacción no sólo digital sino física en el receptor de forma que lleve lo adquirido a su vida diaria, a su ambiente y entorno social, al compartir esta información con otros y motivar a posibles receptores a conocer el producto ofrecido dentro de la red. Esto produce de inmediato un aumento en el número de receptores ya que como una cadena, este nuevo receptor invitará a otros y estos a más, en un periodo de tiempo extremadamente corto en comparación con los medios de comunicación electrónicos ya que tiene la capacidad de producir en corto tiempo actividades culturales y tendencias nuevas en México.

Los sitios en internet que difunden la cultura japonesa funcionan como un producto comunicativo interactivo que integra diversas formas de comunicación, con características hipermediáticas dentro de un contexto virtual.

La importancia de este trabajo radica en reconocer la influencia que tienen los elementos culturales japoneses difundidos mediante internet, en el comportamiento, costumbres y actitudes de los jóvenes mexicanos.

La cultura japonesa en su apertura a lo occidental ha logrado trascender no solo en las elecciones de los jóvenes en cuanto a entretenimiento y moda, sino en actitudes y aspiraciones profesionales, formas de pensamiento y en la

manera en que estos se relacionan y desenvuelven en sociedad, supliendo el contacto físico por las relaciones a nivel virtual, que dan al joven una sensación de satisfacción y facilitan su desenvolvimiento, aunque sea únicamente dentro de este medio, estableciendo contacto con otras personas por internet y viviendo una vida sumergida en elementos tecnológicos que asemejen en cierto modo la vida de los jóvenes japoneses.

Actualmente el número de aficionados o fanáticos de la cultura popular japonesa aumenta notablemente, provocando que el número de convenciones y eventos realizados enfocados en esta cultura cada año sea mayor, de esta forma en el área de las comunicaciones podría promoverse el conocer la influencia creciente que tiene la cultura popular japonesa en México y que permitirá a las empresas publicitarias y comerciales mexicanas aprovechar estos elementos culturales para introducir y promover diversos productos enfocados al público juvenil interesado en esta cultura dirigida al progreso, avances tecnológicos, la moda y el futuro.

FUENTES DE CONSULTA

Libros

BEASHLEY, W.G., "Historia contemporánea de Japón". Madrid, Alianza, 1995

CARANDELL José María, Japón, viaje por su vida y su belleza, España, Ediciones Castell, 1981, 72 págs.

DOWNER Lesley, "Madame Sadayako, la Geisha que conquistó occidente" Círculo de Lectores, Barcelona, 2004, 409 págs.

MALM, William, "Traditional Japanese Music and Musical Instruments", Kodansha International, 2000, 354 págs.

MUTO Ichiyo, "Lucha de clases e innovación tecnológica en Japón", Antídoto, 1996, 104 pags.

SCHODT Frederik, "Dreamland Japan: writings on modern manga", Stone bridge press, Gift edition, 2011, 360 págs.

TAKAHASHI, Kohachiro, "Del Feudalismo al Capitalismo.". Barcelona, Crítica, 1986

Revistas

GONZALES Efrain, "J-Music Revolution", En: Nipponia, México, Ediciones Madrid, Núm. 7, p.p 20-21

GRANT Ariadne, "Big in Japan", En: InFashion, México, Editorial Televisa, Año 5 Núm 2, p.p.115-121

IZZAKI, "Gothic & Horror Lolitas" En: Akiba Kei, México, vanguardia Editores, Núm.26, p.p. 46-49

LEVRACK Jared, "Cine Japonés, segunda parte". En: Conexión Manga, México, Vanguardia Editores, Núm.133, p.50

LEVRACK Jared, "Evolución del manga en México", En: Conexión Manga, México, Vanguardia Editores, Núm. 183, p.p. 57-58

LOS HERMANOS ELRICK, "TNT 12", En: Conexión Manga, México, Vanguardia Editores, Núm. 149, p.p 53-54

LOZANO A. Eurídice M. "¿Qué tan confiables son los scanlations?", En: Anime y manga, México, Vanguardia Editores, Núm. 43, p.p. 25

VARIOS AUTORES, Gótica Especial Visual Kei; Más allá de la estética, México, Vanguardia Editores, Núm 15, 32 págs.

VARIOS AUTORES, Gótica Especial Visual Kei 2, México, Vanguardia Editores, Núm. 23, 32 págs.

VARIOS AUTORES, Otaku, edición especial desde Japón, México, Vanguardia Editores, Núm. 5, 64 págs.

ZÁRATE Adalisa, "El Fanservice". En: Manga y anime, México, Vanguardia Editores, Núm.48, p.p 26-27

Cibergrafía

Actores de doblaje Latinoamérica www.doblaje.wikia.com

Akira Kurosawa <http://www.akirakurosawa.com>

Anime nexus www.animenexus.net

AOTS México www.aotsmexico.com.mx

Asociación México Japonesa <http://www.kaikan.com.mx>

CD Japan www.cdjapan.co.jp

Circo Volador www.circovolador.org

Cosplay www.cosplay.com

Deviantart www.deviantart.com

Dualkey <http://dualkey.blogspot.com>

Embajada de Japón en México <http://www.mx.emb-japan.go.jp/sp/mexico-japon.html>

Enciclopedia Britannica www.britannica.com

Expo TNT www.tntvirtual.com.mx

Doblaje Paris/ Intertrack <http://doblajecuerna.blogspot.com/>

Facebook www.facebook.com

Foro Anime www.foroanime.com

Fundación Japón en México <http://www.fjmex.org>

Futón
<http://www.haikufuton.com/absolutenm/templates/templates.asp?articleid=212&zoneid=28>

Glico www.glico.co.jp/en

Gothic & Lolita Bible <http://jmagazinescans.livejournal.com/520224.html>

Harajuku store Mexico <http://knightmare69.ninja-x.jp/>

Hayao Miyazaki
<http://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/people.php?id=51>

Hello Kitty www.sanrio.com

Hello Wota www.hellowota.blogspot.com

Iron chef America <http://www.foodnetwork.com/iron-chef-america/index.html>

Japannext www.japannext.com.ar

JMusic revolution www.jmusicrevolution.com

Jrockhorizon www.jrockhorizon.com/frameset.htm

Kenzo Takada www.kenzo.com

Kosupure www.kosupure.com.mx

La Conque <http://estoesferpecto.produccionesbalazo.com/?p=158>
<http://www.slideshare.net/torukajin/el-nacimiento-de-la-cultura-otaku-en-mxico>

La Mole www.lamole.com.mx

Liceo mexicano Japonés www.liceomexicanojapones.edu.mx

Lolita Complex
<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Lolita%20Complex>

Lolita fashion <http://egl.livejournal.com>

Machiko Hasegawa <http://www.mangaland.es/category/machiko-hasegawa>

Manga y anime online en español www.mangaasn.mex.tl

Marianne fandub <http://marianne.4mg.com/>

Mc Anime www.mcanime.net

Para Para <http://paralistparadise.foroactivo.net/f78-la-historia-del-para-para-the-history-of-para-para>

Sumo http://sumo.goo.ne.jp/eng/kiroku_daicho/index.html

Tesuka Osamu <http://tezukaosamu.net/en/manga/291.html>

Sekai no oto www.sekainooto.net

Tabi Tabi Toyo www.viajestoyo.blogspot.com

Tea party www.teaparty.mexico-foro.com

The cosplay world www.thecosplayworld.com

The Dark Masters Anime Club <http://www.facebook.com/pages/The-Dark-Masters-Anime-Club>

Tokyo Dome <http://www.tokyo-dome.co.jp/e>

TV Japan www.tvjapan.net/en

Ver anime www.ver-anime.net

Worldanime www.worldanime.tv

Youtube www.youtube.com