



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LOS FANÁTICOS DE LA ANIMACIÓN JAPONESA
EN EL DISTRITO FEDERAL, 2009-2010.
SU INTERACCION Y PATRONES DE CONSUMO**

TESINA

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

PRESENTA

EDGAR SAMANO ENSASTEGUI

ASESOR DE TESINA:

DRA. ALICIA MARÍA JUÁREZ BECERRIL

MARZO 2012





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.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado:

A mis padres que me han ofrecido su paciencia, amor y apoyo.

A mis hermanos a quienes respeto y aprecio.

A mi asesora y sinodales que con su guía pude mejorar en lo académico.

A mis amigos que me han dado su apoyo a lo largo de este trabajo.

A ti Viridiana, que de no ser por ti, este trabajo no se habría completado.

ÌNDICE

Introducción	4
1 Capítulo I: Antecedentes y definiciones	11
1.1 Definición de tribu urbana como moda o identidad.....	12
1.2 La búsqueda de la identidad por medio del consumo y la afición	21
1.3 Definición de anime, manga y otaku.....	26
1.4 El anime en el entorno histórico de Japón	28
1.5 La ciencia ficción como origen del fanatismo al anime.....	33
2 Capítulo II. El otaku, un modo de identidad social	37
2.1 Contexto histórico del otaku en Japón.....	38
2.2 El otaku y el internet.....	43
2.3 “Hentai” ¿un modo de expresión o una perversión?.....	44
2.4 Lugares de reunión	51
2.4.1 Lugares en México	53
2.5 Figuras de colección u objetos de obsesión	54
2.6 El “Cosplay” como ejemplo de estética del otaku	57
2.7 El entorno social que rodea al otaku.....	58

3	Capítulo III. Interacciones y observación participante en las zonas de reunión de los otaku en el D.F. México.....	65
3.1	Bazar del Entretenimiento y el Videojuego	67
3.2	Comic Rock Show.....	70
3.3	“La MOLE”	72
3.4	Las convenciones “TNT”	76
3.5	Características de los otaku en las zonas de reunión	80
3.5.1	La vestimenta	81
3.5.2	Su lenguaje y la relación social con su entorno	84
	Consideraciones finales.....	88
	Bibliografía	93
	Fuentes electrónicas	96
	Videos.....	102
	Índice Fotográfico	103

INTRODUCCIÓN

Los jóvenes de nuestra época han tenido cambios importantes como consecuencia del contexto histórico y las circunstancias en que se ha desarrollado el estatus generacional en el que están inmersos. Por ejemplo, con las realidades sociales y la visión política de las sociedades en las que viven, se convierten estas en variables importantes para su desarrollo y las acciones que un joven tome a mediano y a largo plazo de su vida.

Por lo que en los últimos diez años han existido importantes manifestaciones culturales externas a las acostumbradas en México, gracias a los usos de los nuevos medios de comunicación como lo es el Internet, pues es a través de esta herramienta con la que se desarrollan nuevas formas de interacción de identidades entre individuos integrándose a grupos sociales de recién formación.

Otros jóvenes procedentes de la cultura asiática, específicamente, como son aquellos quienes representan de manera diferente su identidad y conducta, a través del anime. Debido a la animación japonesa llegan a obtener un modelo para desarrollar un modo de vida cotidiana. Se podría decir que estas nuevas tendencias formadas por jóvenes procedentes de otra cultura como la japonesa, son aquellos con usos de objetos simbólicos de quienes representan de manera diferente su identidad y conducta cuya simbología está representada en el anime. Porque es con la animación japonesa que llegan a obtener un modelo para desarrollar su propio estilo de vida. Con lo que se podría decir que este concepto cultural llega a ser trascendental para la vida de los jóvenes que se la apropian y la adaptan a su realidad social.

El objetivo de estudio de la presente investigación es hacer una descripción de los consumidores del anime en el Distrito Federal. Aquellos aficionados a la animación japonesa en sus diferentes estilos de vida. Cuando empiezan a establecer una comunicación y una identidad propia no sólo como consumidores por la cual forma una estructura social, además de una

individualidad, existe una afinidad y empatía no solo hacia la industria y sus productos, también hacia los protagonistas de la series de anime.

El contacto que se inicia de manera virtual, ya sea a través de las series o por el internet, y posteriormente de una forma física a través del disfraz en ocasiones más eventuales, encuentran un vínculo grupal con otros aficionados al anime japonés, haciendo de esto una posibilidad de una nueva forma de expresión cultural, con ello se plantea en la presente investigación, la pregunta de que si es solamente una moda, o existe una estructura social en este grupo a su vez que se relaciona con una industria cultural específicamente basada en el anime japonés.

Este trabajo es un estudio cualitativo donde se contempla el fenómeno de esta conformación social juvenil que tiene elementos y características propias de un país, como Japón, y combinado estas con su propia realidad social, como lo es la mexicana. Y más específico, la Ciudad de México.

De tal forma que esta investigación plantea contrastes entre el aficionado del anime japonés y su homónimo mexicano, que va desde su contexto social e histórico. Pues tanto su desarrollo y características tienen variantes que los hacen muy diferentes, ya que con el simple uso de la palabra “*otaku*”, se marca una diferencia en su acepción en Japón y en México, puesto que este último lo apropia como una amalgamada entre la cultura japonesa y la mexicana ejemplificada bajo una percepción estética transculturalizada.

Se busca describir el modo en el que la animación japonesa tuvo mayor influencia en estos jóvenes, planteando solamente las causas sociales que han provocado el gusto hacia este género. Esto es porque al definir el concepto *otaku* en su contexto original utilizado en Japón y, a su vez desconocida en la sociedad del Distrito Federal. Esta es usada para referirse a sí mismo como modo de apropiación de identidad.

También desarrollamos la definición de un consumidor, un aficionado y de un fanático, puesto que los tres son elementos importantes a desarrollar en este

trabajo. Asimismo planteamos una reflexión acerca del uso de la palabra “fanático”, al referirse a este grupo en general, como una connotación negativa hacia éstos.

Se analiza el uso de la tecnología no solamente como herramienta, sino como un estilo de vida. Puesto que es una característica que lleva al *otaku* a incrementar su gusto por este género, además de una de las razones por la que la industria del anime japonés se encuentra en una crisis en esta época, provocando que su producción sea menor comparativamente con otros años. Contrario a lo que se creía, ya que el número de consumidores de anime ha crecido igual.

Este fenómeno es más complejo conforme va creciendo el número de adeptos hacia el anime japonés, pues no solamente se es aficionado de este género, también se aprenderá a adaptar esta afición con su vida cotidiana. Gracias a estos elementos se puede conformar su identidad propia, no solo en base a copiar una tendencia o una moda, porque es desarrollando nuevos valores basados en esta industria cultural. Esto puede ser consecuencia del desarrollo hacia la madurez eventual con la que se combinaría su afición y aquello que es establecido por la cultura dominante.

La hipótesis está fundamentada en el crecimiento de esta población en los últimos diez años, con ello se plantearía en que el anime es un instrumento de difusión cultural que nos permitiría observar diversas perspectivas de fenómenos de este tipo, y es a partir de las nuevas formas de comunicación e interacción social que se dan estas nuevas relaciones sociales basadas en la tecnología.

Esta hipótesis supone que la razón más importante para tener esta afición es, además del entretenimiento, un deseo inminente de salirse de la cotidianidad en el que está inmerso, además de querer encontrar una nueva alternativa de expresión cultural. Por lo que ven en el anime japonés esta alternativa que se acopla a su modo de vida.

Cuando una de sus aficiones está basada en la evasión de la realidad, por parte de sus consumidores, es utilizado para liberarse momentáneamente de su vida cotidiana. Esto desarrolla una búsqueda de individualidad y una relación con otras personas que adoptan la misma afición y el mismo deseo por satisfacer sus necesidades de consumo.

En el capítulo primero titulado: “Antecedentes y definiciones”, se explica de manera breve el contexto histórico en el que los jóvenes a lo largo de la historia se rebelan contra visiones tanto políticas como culturales de las sociedades dominantes de su momento. Formando grupos con identidades propias y que eventualmente se llamarían tribus urbanas.

Con ello se parte de la definición de tribu urbana, a la vez que se desarrollan las diferencias respecto a cómo se definirían ciertos grupos juveniles que no generan violencia. Revisando dichas particularidades, sus estereotipos y prácticas con los que son identificados éstos en el Distrito Federal. Uno de los aspectos a destacar es el imaginario erótico no sólo de la cultura japonesa, sino también como una visión propia de esta agrupación juvenil.

A su vez se plantea la definición de “consumo” como una forma de identidad social. Con lo cual se puede llegar a rebasar ciertas limitantes, con ello diferencias que separan al consumidor del aficionado y el fanático. Estas definiciones se trataran en este capítulo para la explicación de la mala fama que se tiene del *otaku* en Japón, ya que ha sido una característica despectiva en aquel país, a la vez que compararemos si existe ese mismo riesgo de marginación en México.

Definiremos la palabras “*otaku*”, “*anime*” y “*manga*”, bajo contexto histórico de estas dos últimas palabras, planteando a su vez los beneficios que tiene la industria cultural japonesa especializada en este rubro, su actual situación en la plena crisis económica global de los últimos años; y la importancia de este grupo para su economía que ha tenido éstas cinco décadas.

En el segundo capítulo, “El *otaku*, un modo de identidad social”; se desarrollan las razones del conflicto entre la sociedad dominante (en este caso la japonesa) y el grupo *otaku* en especial: principalmente las razones que implica el ser *otaku* dentro de una sociedad coercitiva. El contexto histórico de la palabra “*otaku*” y todas las características que la definición representa, desde los estereotipos y los modos de conducta que forma parte de su identidad, incluyendo su estética e imaginario erótico, el cual ha llevado a ciertas controversias que esto ha provocado, no sólo dentro de lo legal, también en la moral social.

La simbología y la interacción serán vistas desde el punto de vista social como un estigma para los *otaku*. Éste es rechazado; y en México no está lejos de tener el mismo trato hacia este grupo. Goffman en “Estigma: la identidad deteriorada”¹, toma con prudencia los aspectos sociales del estigma y con ello también es necesario explicar los elementos que caracterizan a los *otaku*.

Mediante el interaccionismo simbólico se explicará el comportamiento y el desarrollo en la que se encuentra este grupo, principalmente, su modo de vestir y de hablar. Porque al igual que otros grupos juveniles, éste tiene modos de lenguaje y conductas que los identifica como tales, aunque la cuestión más importante a investigar, ¿cuál es la razón por la que adoptan estos objetos como formas de identificación social?

Tomando en cuenta a Goffman podemos estudiar el modo de comportamiento en grupo, por medio de la exclusión y con ello, conocer cómo es el interaccionismo simbólico. Este fenómeno tendrá que ser estudiado desde un punto de vista psico-social, destacando la integración social por medio de la identidad de un grupo que se considera, rechazada en un entorno clasificado como normal de la sociedad.

En el capítulo tres, “Interacciones y observación participante en las zonas de reunión de los *otaku*, en el D.F. México”; se estudian las zonas de *confort* que

¹ Goffman, Irving. *Estigma; la identidad deteriorada*. Alianza editorial, Madrid 1993.

ocupan éstos, haciendo énfasis en la importancia de los espacios públicos dentro de cada ciudad capital. Se realiza una observación participante o flaneo a los asistentes y a cada una de las zonas a estudiar, por lo cual, se abordará elementos de interacción social. Considerando que las actividades más importantes para ellos, dentro y fuera de estos lugares al que asisten.

Sucesivamente se describirán los comportamientos en dicha comunidad dentro de cuatro zonas importantes para la compra, venta y entretenimiento de la comunidad. Estos lugares son el Bazar de la computación², el *Comic Rock Show*³, la expo comic LA MOLE⁴ y la TNT expo comic⁵. Daremos una descripción de cada lugar y explicaremos el comportamiento y conducta de los asistentes, las acciones e interacciones. Para esto será necesario recurrir a la observación participante para la investigación y a la fenomenología para su análisis, ya que dicho trabajo recurre a la identidad y al simbolismo que toman los *otaku* para identificarse con alguna caricatura japonesa.

Para poder vincular modernidad y tribus urbanas se da por entendido que una es consecuencia de otra, por lo que coexisten, con base en la moda y la interacción social en la que se desenvuelven los consumidores de anime japonés. Esta relación es concebida desde el punto de vista de Simmel, en su libro "Cultura femenina"⁶, aunque varias tribus urbanas no se adaptan a los parámetros de la sociedad convencional moderna.

Los anexos que tiene esta investigación constan de imágenes de series que marcaron algunas generaciones de las diferentes décadas: desde los años 50`s en Japón, y desde los 80`s en México. Se utilizan imágenes para

² Se visitó cada viernes a lo largo de 2009: del 5 de junio al 27 de noviembre, y mensualmente los sábados de los años 2010 y 2011.

³ Se visitó cada sábado de mayo a noviembre de 2010 y mensualmente hasta la fecha del término de la investigación.

⁴ Se visitaron los días 16 al 19 de julio y 18 al 20 de diciembre del año 2009, 16 al 18 de julio y 17 al 19 de diciembre de 2010, 18 al 20 de marzo 2011.

⁵ Se visitaron los días 30 de octubre al 2 de noviembre 2009 30 de abril al 3 de mayo y 30 de octubre al 2 de noviembre de 2010 y 29 de abril al 30 de mayo 2011.

⁶ Simmel, George. *Cultura Femenina; Filosofía de la coquetería; Lo masculino y lo Femenino; Filosofía de la Moda*. Espasa Calpe, México. 1996.

ejemplificar algunos estereotipos con las que se identifican a los *otaku*, además de fotografías que se tomaron en las convenciones.

La globalización es un factor que ha provocado este fenómeno en estos últimos años, con el uso de las tecnologías y la inserción de las nuevas generaciones al uso cotidiano de éstas, ha dado como consecuencia que la relación cultural y económica entre países separados por un océano sea posible. Por lo que las relaciones sociales están cambiando a la par de que estas innovaciones tecnológicas están a la orden de quienes las puedan conseguir, y esta relación entre aficionados de la animación japonesa es tan sólo un ejemplo conciso de estas acciones, tema que sin duda es interés de la sociología.

El interés personal por este tema nace desde la primaria en la que me comenzó a llamar la atención caricaturas de anime japonés como los “Caballeros del Zodiaco” y junto con ello, también surgió mi interés hacia estas figuras de dichas series que se anunciaban en la televisión. Eventualmente mi afición hacia el anime japonés fue creciendo conforme mi edad estaba avanzando, con lo cual soy participe en este fenómeno actual.

El interés de la investigación fue creciendo, ya que descubría que el número de aficionados aumentaba paulatinamente, aunque también era cierto que muchos de ellos no querían que los demás descubrieran estas aficiones: los temas del anime y manga japonés, aunque éstos no fueron todos los casos. Sin embargo, la sociedad dominante, al menos en México, no conoce aún esta nueva comunidad; que espero que por medio de este trabajo llegue a muchos interesados en el tema.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES Y DEFINICIONES

A mediados de la década de los ochenta y principios de los noventa, la televisión abierta había presentado algunas series de animación japonesa, que aunque era normal para la industria de la televisión, éstas causaron un gusto considerable en algunos jóvenes que fue incrementándose diez años después de su transmisión. Sin embargo, la influencia de la animación japonesa de esta última década ha hecho que un creciente número de jóvenes se vuelvan en verdaderos fanáticos de este género llamado “anime”.

En Japón se han hecho estudios y documentales referentes a este fenómeno *otaku*, desde las investigaciones de sus orígenes, hasta el análisis de su comportamiento e interacción de los aficionados a éste. Inclusive se ha vuelto un fenómeno tan importante en aquel país, que existió una propuesta para impulsar la economía de la nación japonesa a través del anime⁷. De hecho, son pocas las investigaciones acerca de la industria del anime que han llegado a salir de Japón, tales como los estudios de Katsunori Yamaguchi y Yasushi Watanabe que desarrollan la historia de la animación hecha en aquel país⁸. En dicha historia narra desde sus orígenes y las transformaciones ocurridas en esta industria a lo largo de cuatro siglos.

En México, constituye un fenómeno de interés reciente para estudiosos del campo de la Sociología por lo que su área de estudio es muy acotada. Y también son pocas las universidades de habla hispana que han abordado el tema, por lo que son pocas las investigaciones que existen en este idioma.

Estas investigaciones son hechas por estudiantes y tesisistas que comparten el gusto por la temática en cuestión referente al anime japonés y sus

⁷“Japón recurre al 'anime' y al manga para estimular la economía”. Periódico *El economista* (España) en:<http://www.economista.es/economia/noticias/1158606/04/09/Japon-recurre-al-anime-y-al-manga-para-estimular-la-economia.html> (revisado por última vez el 2010-09-24)

(revisado por última vez el 2010-09-24).

⁸ Yamaguchi, Katsunori, Yasushi Watanabe. *La industria del anime en Japón*. Yobunsha. Japón, 1977.

consecuencias en la sociedad, además estamos interesados en saber que más hay en torno al tema de la animación japonesa y el contexto de los aficionados a ésta. En este sentido, no se ha encontrado un estudio relacionado a su forma de interactuar, ya sea en su propio entorno o fuera de éste.

Ejemplos de trabajos hechos en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México son abordados desde la perspectiva de uso para los niños, en el área de las ciencias de la comunicación, por las comunicólogas Claudia Peralta Rosete, Klelia Julieta Adamenia Ramos Morales, o el trabajo de Adrian Puga Villanueva en sus conceptos de animación japonesa que se han de abordar en esta investigación.

Con esta investigación se apartará un ejemplo del nuevo modo de vida de la globalización y dentro de la sociedad mexicana, gracias a las nuevas tecnologías; se puede conocer diferentes modos y costumbres que llegan a adaptarse dentro de la vida local. Esto se convierte en un fenómeno que solamente los científicos sociales pueden percibir, y este tema a su vez es solamente un eslabón de la enorme gama de acontecimientos que están por analizarse conforme los medios y herramientas de comunicación van avanzando.

1.1 Definición de tribu urbana como moda o identidad

Para iniciar este capítulo es necesario analizar el concepto de juventud en las sociedades modernas:

“La juventud es una construcción social reciente, es decir, es una invención social a partir de la cual, la sociedad ha producido una nueva categoría existencial y vivencial, los y las jóvenes. Los y las jóvenes tal y cual los percibimos, entendemos o sufrimos hoy, son producto de la evolución que ha sufrido la sociedad moderna y capitalista. Sólo a partir de mediados del siglo

XIX, y debido al auge de la burguesía capitalista, es que comienza a existir un nuevo tipo de sujeto, los jóvenes”⁹.

Considerando a este como un elemento más para extender y sustentar la forma de vida del sistema en sí, por lo cual se educa al joven con la premisa de acoplarse al sistema adulto. Según Claudio Silva, este fenómeno es reciente, al menos debajo de la concepción social de los países industrializados y por ello ha dejado de ser considerado como mera fuerza de trabajo, y así dedicarse a la acumulación de conocimiento.

Esto tiene un objetivo: que el joven pueda y deba obtener un rol social superior al de sus padres, por ende obtener un mejor status en un mundo competitivo. Sin embargo, la percepción de la sociedad hacia los jóvenes, ha estado en constante cambio desde hace poco más de nueve décadas, empezándose a separar del mismo entorno que los educaba, conformando sus propias ideologías e identidades. Esta situación culminó con una serie de movimientos y revoluciones juveniles que lograron marcar un rompimiento de identidad en la segunda mitad del siglo XX.

Estados Unidos fue el país con los movimientos culturales juveniles más destacados a nivel mundial, gestándose desde la mitad de los años cincuenta por consecuencia de los beneficios económicos de la posguerra. Con ello, el auge del rock, la nueva vida nocturna y la producción de nuevas películas, son el resultado de este crecimiento, que originó un mayor número de estudiantes en escuelas y universidades.

Esto generó que muchos de los jóvenes comenzaran a plantearse inquietudes y necesidades contrarias a las de sus padres. Añadiendo el hecho de que mientras el conflicto de la Guerra Fría estaba en auge, los jóvenes estaban empezando a dudar sobre la forma de vida en la que se estaban desarrollando.

⁹Silva, Juan Claudio. *Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad*. Revista *Última década*, ISSN 0717-4691, Nº. 17, 2002. Pág. 1 En <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/195/19501705.pdf>. Revisado por última vez el día 11 de agosto 2010.

En los años sesenta, en EU y países de Europa, los jóvenes y los gobiernos enfrentaban una década tumultuosa, en la que varios movimientos sociales en conjunto se van desarrollando por estos países industrializados, como son los derechos civiles de los negros, el movimiento hippie y las protestas estudiantiles en contra de la guerra de Vietnam, además de protestas contra gobiernos locales de los países de Europa Occidental.

Todos estos acontecimientos impulsados por los jóvenes estaban en la búsqueda de un cambio que les diera la seguridad en su entorno, y estas situaciones, eventualmente, fueron influenciando a otros países como Francia e Inglaterra, con nuevas formas de visión y estilos, tanto en la música como en la moda¹⁰.

México no fue la excepción a esta conducta de sociedad moderna, pues a partir de los años cincuenta, con el impulso de la migración de los campos a la ciudad, la población juvenil y estudiantil iba en aumento. Pero es a mediados de los años sesenta que los jóvenes rompen la visión de estructura impuesta por el gobierno, y es a su vez, que se desarrolla una revolución contracultural, aunque no de manera tan exacerbada como la de Estados Unidos. Estos movimientos juveniles en México fueron mal vistos por los cánones políticos establecidos, llegando a ser reprimidos eventualmente por gobiernos locales y el gobierno federal. Un ejemplo fue lo sucedido en la represión del 2 de octubre de 1968.

Eventualmente, en distintos países del mundo comienzan a aparecer grupos de jóvenes protestando por diferentes razones, en su momento estaban contra la guerra de Vietnam, después contra las pruebas de armas nucleares, otras más por la democratización y por cambios en las políticas de gobiernos locales.

“Teniendo en cuenta esta consideración, y también las limitaciones de tiempo, me he inclinado por priorizar tres de las manifestaciones culturales que tomaron cuerpo en esos años: el nacimiento de la contracultura en USA, el

¹⁰Cfr, Harrison, John B. *Estudios de las civilizaciones occidentales*. Mc Graw Hill. México, 1991. p. 321.

papel del situacionismo en Francia y la propuesta berlinesa de universidad crítica y abierta”¹¹.

Desde el punto de vista sociológico, los jóvenes obtienen un conflicto con la estructura social que los educa, esto se ve reflejado con la búsqueda de una identidad. Para ellos, la sociedad moderna tiene un objetivo, y es el de su inserción eventual en la estructura. Y un ejemplo de ésta, se encuentra en la relación familia-escuela, en donde el joven adquiere las herramientas necesarias para asumir su futuro con el rol de adulto e incluso tiene la visión de obtener un estatus mejor que el de sus antecesores¹². Al romperse el vínculo entre la familia y el adolescente, éste busca una identidad que lo haga sentir identificado y le dé un sentido de pertenencia el cual lo haga sentir cómodos.

Los jóvenes al querer romper con los núcleos tradicionales, crean su propia cosmogonía, empezando a desarrollar su arte personal; con símbolos e imaginarios individuales que, eventualmente, se convierten en colectivos. Estas características se manifiestan a través del arte, como la música, la pintura y la literatura, por ende, su manifestación cultural se vuelve en una característica que los identifique y que les da una personalidad propia.

Otros jóvenes bajo esa búsqueda de identidad comienzan a desarrollar elementos propios que los identifique y por lo tanto, productos consumibles que los caracterice, tales productos como la música, el peinado, la forma de vestir, la literatura e incluso distintos tipos de películas. Eventualmente esto le dio a la industria un nuevo objetivo de venta, en un género que recién tiene capital con que gastar, para su consumo personal.

Los jóvenes buscan un significado a su pertenencia en una sociedad que no comprenden y, que a su vez, sienten que no los comprenden. Por lo cual se aíslan, sin embargo, como ser social buscan un vínculo entre otros individuos

¹¹Fernández Buey, Francisco. *Entre mayo del 68 y la guerra de Vietnam*. En: http://www.upf.edu/estiu/_pdf/1326_t.pdf ; Revisado por última vez el 24 de febrero 2011.

¹²Cfr, Zarsuri, Cortez Raúl. *Notas para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: Las tribus urbanas*. *Revista Última década*, ISSN 0717-4691, Nº. 13, 2000. p. 3. Revista electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/195/19501304.pdf> ; Revisado última vez el 18-08-2010

con inquietudes y objetivos similares, y es ahí donde entra esa relación social entre los grupos juveniles, por lo cual su incertidumbre social logra sobrellevarse en esta etapa que puede durar varios años.

A este tipo de grupos juveniles se les suele llamar “tribus urbanas”. Sin embargo, existen controversias en el manejo del concepto como en el libro “*Tribus urbanas*” de Pérez Oriol, donde considera que: “la tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas a las que el joven decide confiar su imagen parcial o global, con diferentes niveles de implicación personal”¹³.

Aparentemente con esta primera impresión se llegaría a clasificar a todos los grupos juveniles como tribu urbana, con comportamientos y simbolismos propios planteados desde el punto de identidad del grupo en específico; ya sea los colores, la vestimenta, el lenguaje y su material de consumo. El problema de la definición se desarrolla renglones más adelante cuando se menciona la ruptura de limitación establecidas por la sociedad dominante:

“Que la tribu urbana es una opción minoritaria en la realidad urbana, pero se hace llamativa porque es literalmente excesiva, ya que quiere programáticamente excederse, superar las limitaciones, es decir, las reglas de la sociedad dominante y uniformadora”¹⁴.

En este sentido, la definición conceptualiza a las tribus urbanas como un factor de potencias de desorden y agitación social:

“Todas las tribus urbanas inventariadas constituyen un factor potencial de desorden y agitación social ya que su acto de nacimiento representa simbólicamente, desenterrar el hacha de la guerra contra la sociedad adulta de la que, de alguna forma, no se quiere formar parte”¹⁵.

¹³ Pérez-Oriol Costa y Otros. *Tribus Urbanas. El ansia de identidad juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Barcelona, Paidós, 1996. p.91.

¹⁴ *Ídem*.

¹⁵ *Ídem*.

Es un hecho que el texto de Pérez Oriol se dedica a estudiar específicamente el entorno social de los *Punk* y los *Skin* residentes en España. Sin embargo, también es cierto que en sus definiciones de tribu urbana hacen referencia a todos los grupos juveniles que se ubican en las ciudades. Entonces ¿se tiene que dar a entender que todos los grupos son en cierta forma, violentos y en constante guerra contra las sociedades dominantes, como los tiene definidos este autor?

El autor considera a las tribus urbanas, como una reacción de los jóvenes hijos de la clase trabajadora a la cultura hegemónica y a la cultura de sus padres como cultura de las clases bajas. Estos grupos conforman características que los identifique además de un territorio, defendiendo su área de seguridad de elementos extraños que invadan su espacio, por lo cual, la sociedad en si los marca de violentos y territoriales. Pero no todas las tribus urbanas se jactan de ser nocivos, ya que no se apropian de un espacio ni tampoco agraden a otros grupos juveniles.

Bajo esta serie de contradicciones, algunos investigadores como Alfredo Nateras explican el comportamiento de las tribus urbanas como una consecuencia de una imposición de la visión cultural dominante hacia los jóvenes. Éstos al entrar en contradicción con las instituciones en concreto, ya sea la familia o la escuela, se expresan de diversas formas para resaltar su modo de vida, a través de la música y la vestimenta, elementos más característicos de estas micro entidades¹⁶.

Es por esta razón que si se identificara a los aficionados de la animación japonesa bajo la postura de tribus urbanas en este momento, la definición en sí sería muy inconclusa, hasta contradictoria en muchas de las cuestiones, ya que las tribus urbanas desarrollan un subcultura con categorías y elementos que basándose en la similitud, enfocan su identidad, alejándose de todo tipo de cultura de la que no estén identificados a éstas. Es más, generan un esquema

¹⁶Cfr, Nateras Domínguez, Alfredo. *Trayectos y desplazamientos de la condición juvenil contemporánea*. Revista *El Cotidiano*, julio-agosto. Año/vol. 20. 2004, núm. 126. UAM Azcapotzalco. En: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/325/32512620.pdf> revisado por última vez el 04 de febrero 2011.

con un aparente líder que los unifique entre todo su grupo y que eventualmente podría llegar a influenciar a otros.

Por el contrario, los otaku no conforman grupos ni líderes, y no se ha sabido de agresiones territoriales incitado por estos grupos. Aunque es cierto que tienen un espacio, pero este espacio solamente es de consumo ya que su búsqueda de la identidad está basado en consumir productos hechos por la propia industria y como un escenario de expresión social, por y para el entretenimiento de este grupo en específico que ha crecido constantemente que tiene diferentes connotaciones y conductas, según el país en que se encuentre, en esencia, este nuevo grupo sólo busca la satisfacción que les proporciona el fetiche representativo de su afición, o sea, el anime y sus derivados.

Si existe una característica que asemeje al *otaku* y otras tribus urbanas, como la ya antes mencionada, esa sería su sentido de propiedad, una propiedad hacia algún elemento de consumo y su percepción estética en un entorno familiarizado. Símbolos de una pertenencia que los defina como tales y que a su vez, obtengan un estatus categórico en comparación con otros integrantes del grupo.

Para Tajfel, el definir un grupo como categorización, conlleva a revisar la identidad del individuo, en este caso, el fanático de animación japonesa tiene la importancia de pertenecer a una conformación social que lo distinga de los demás¹⁷, el autor relaciona este hecho con la definición de la palabra “grupo”. Para él, un grupo se basa en un conflicto psico-social, psico-económico, psico-político y psico-individual, dando con ello, una búsqueda de la pertenencia a ciertos componentes que determinan la identidad del individuo, como lo son los modos de lenguaje, vestimenta. Sin embargo, los fanáticos de la animación japonesa no solamente se identifican a través del lenguaje y la vestimenta, sino también conllevan otras características, como lo son la música y su modo de comunicación, actualmente a través del Internet.

¹⁷ Cfr, Tajfel, Henri. *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Barcelona: Herder, 1984. p. 291

Las nuevas tecnologías y aún más el Internet, es un elemento indispensable para este grupo, es su modo de comunicación y una de sus bases para el entretenimiento, no solamente forma parte de un “estatus quo”, sino que constituye una forma de vida para el fanático de anime, considerado el hecho de que es muy poca la producción del anime japonés que llega a México de manera oficial en esta última década. Un modo de conseguirlo es a través de este medio, por lo que si fuera el caso identificar una característica propia del *otaku*, es tal vez su dependencia por la tecnología, elemento también común en el aficionado estadounidense, mejor conocido como *geek*.

“El ‘*geek*’ es: un miembro de la nueva élite cultural, una comunidad de insatisfechos sociales, amantes de la cultura pop y centrados en la tecnología. La mayoría de los *geeks* se sobrepusieron a un sistema educativo sofocantemente tedioso, donde estaban rodeados de valores sociales detestables y compañeros hostiles, para terminar creando la cultura más libre e inventiva del planeta: *Internet* y la *World Wide Web*. Ahora manejan los sistemas que hacen funcionar al mundo...Una descripción más completa incluiría a todos los “apasionados, aficionados a la ciencia ficción, punks, pervertidos, nerds, especies de cualquier subgénero y *trekkies*. El tipo de personas que no va a las fiestas del colegio, promociones y otros eventos. Y que incluso se sentiría ofendida por la simple sugerencia de que tal vez estuvieran interesados”.¹⁸

Tanto los *geek* como los *otaku* tienen cierta afinidad hacia la nueva tecnología además de su enorme pasión hacia la ciencia ficción, películas y series que consideran su devoción, sin embargo el *geek* en mucho de los casos sólo se convierte en consumidor, caso contrario al del *otaku*, que pasa del consumo a la producción *amateur* de su propia afición.

Estos elementos característicos de las tribus urbanas se les conocen como Industria cultural. Este concepto desarrollado en la Escuela de Frankfurt de los

¹⁸ Katz John. *Geeks: How Two Lost Boys Rode the Internet Out of Idaho* Traducido por Sebastián en Zona Geek: <http://www.microsiervos.com/archivo/internet/geek-y-nerd.html> Revisado por última vez el 18 de febrero de 2011.

años treinta por Max Horkheimer y Theodor Adorno¹⁹, dio una definición al fenómeno que se estaba desarrollando a finales de esos años, como la producción de cultura a partir de medios de difusión masiva, que en esos años sería la radio y el cine. A mediados de los años 50's se incluiría la televisión, desarrollando la industria cultural, como una forma de dispersión no sólo del entretenimiento, sino que también con base a la ideología.

“El capítulo sobre la industria cultural muestra la regresión del iluminismo a la ideología que tiene su expresión canónica en el cine y en la radio, donde el iluminismo reside sobre todo en el cálculo del efecto y en la técnica de producción y difusión; la ideología, en cuanto a aquello que es su verdadero contenido, se agota en la fetichización de lo existente y del poder que controla la técnica. En el análisis de esta contradicción la industria cultural es tomada con más seriedad que lo que ella misma querría. Pues dado que sus continuas declaraciones respecto a su carácter comercial y a su naturaleza de verdad reducida se han convertido desde hace tiempo en una excusa para sustraerse a la responsabilidad de la mentira, nuestro análisis se atiene a la pretensión objetivamente inherente a sus productos de ser creaciones estéticas y de ser por lo tanto verdad representada. En la inconsistencia de tal pretensión se desenmascara la vacuidad social de tal industria. Este capítulo es aún más fragmentario que los otros.”²⁰

Con esta premisa se busca en esta investigación, una revisión acerca de cómo las producciones podrían copiarse para el consumo y entretenimiento de las personas, y formando parte de su vida cotidiana. Una época en la que Estados Unidos, después de ser el vencedor en la Segunda Guerra Mundial, tenía una gran economía para gastar en el entretenimiento y la cultura, ésta se fue copiando y masificando para que todos pudieran pagarlo y así lo disfrutaran y se entretuvieran con ésta, razón por la cual, la producción musical, el cine, la

¹⁹ Cfr, Toussaint, Flores. *Globalización e Industria cultural*; Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Año XLI, Julio-Septiembre de 1997. No 169. p. 186.

²⁰ Horkheimer; m. Y Adorno, T. W. “*Dialéctica del Iluminismo*”. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Chile. 2004. p. 5. En su edición electrónica: http://mazinger.sisib.uchile.cl/repositorio/lb/filosofia_y_humanidades/a20021241549iluminismoadorno.pdf Revisado por última vez el 24 de febrero de 2011.

radio y los recientes programas de televisión se volvieron cada vez más importantes.

Esta misma característica se ha generado en la producción de la cultura juvenil, en la cual los jóvenes compran productos relativos a su gusto, ya sea para su diversión y relajamiento, o para desprenderse momentáneamente de su cotidianidad. Características propias de un consumidor, las tribus urbanas se dedican al consumo de una industria cultural especializada, con elementos que los identifique como tal y símbolos distintos que los separe de otras tribus juveniles.

1.2 La búsqueda de la identidad por medio del consumo y la afición

El consumismo en la actualidad, más que un privilegio, es un modo de vida que según Bauman esto es impuesto por la propia sociedad en la búsqueda de una satisfacción individual nunca encontrado²¹, eso es porque nunca dejarán de existir productos que “seduzcan” al consumidor, y por lo tanto que siempre lo haga desearlo hasta que finalmente lo obtenga y desee poseer el siguiente producto.

En esta sociedad que se considera de consumidores, todos están en la búsqueda de una identidad que los identifique y los haga resaltar de los demás, tras una seguridad de que tienen su propia individualidad. Ésta es la razón principal de ser consumidor, el querer destacar para ser diferente a los demás. Por lo tanto, se necesita tener un capital para poder sustentar esa diferencia, si no se tiene un capital o una manera para obtenerlo eventualmente comenzará a tener una limitación que lo dejará inseguro y frustrado. Considerando este punto de vista, toda persona en la actualidad que vive en las regiones urbanizadas y las metrópolis, están bajo esa constante necesidad de consumir productos que les dé un cierto nivel de status personal.

²¹ Cfr, Bauman, Zygmunt, *Modernidad Liquida*, FCE 2001. México. p. 91.

Si bien es cierto que el consumir un producto es placentero para el que lo realiza, Bauman considera que esto se vuelve una adicción ya que no hay placer que sea duradero²². Y al desgastarse el producto o al perder su valor después de un tiempo, un nuevo producto mejorado que le atraiga aparecerá nuevamente, y con ello, la necesidad de obtener el placer de ser poseedor de aquel nuevo elemento en su vida.

Todo esto debido a su falta de seguridad. Según Bauman, esa seguridad o autoestima es consecuencia que da el poder obtener lo que uno desea, y la seguridad de formar parte de un grupo selecto en el que uno se inserta al obtener el objeto que los identifica. Además el considera el comprar como un proceso de exorcismo para el consumidor²³, ya que éste puede alejar los malos momentos por el que ha pasado el individuo a lo largo de su vida cotidiana, toda la frustración y la ira se aleja en el momento de obtener el gozo de comprar el producto antes deseado.

Existe la posibilidad de que nadie quede exento en la interacción de consumir algún producto aparte que no sean necesariamente básicos para la vida en general (ya sea alimentos, vestimenta y servicios), por lo que todas las personas que viven en un sistema donde el dinero es la moneda principal de cambio, son adictas a comprar productos que les parezcan seductores a sus ojos, ¿qué diferencias tendrían con los que ellos mismos concederán aficionados o fanáticos?

Tal vez no sea posible medir la intensidad de una obsesión o de una adicción, en cuanto al nivel de consumo de productos se refiere, pero en lo que concierne a lo que una persona esté comprando un elemento en específico, es importante considerar esa forma en la que la persona compra constantemente.

Así se podría definir la separación de que un aficionado y un fanático solamente se especialicen en consumir ciertos y determinados productos que el comprador común no haría, haciendo que la actividad tanto del fanático

²² Cfr, *Ibíd.* p. 87

²³ Cfr, Bauman, Zygmunt. *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Gedisa, 2000. España. p. 47

como del aficionado sea mal vista por alguien que no se identifique con esta afición.

Un aficionado es la persona que hace una actividad determinada por el sólo objetivo de entretenerse, manifiesta con ello inclinaciones y emociones que les son placenteras. Hasta ese punto, la característica de aficionado no difiere al del consumidor promedio, ya que al igual que éste, se encasilla en un producto determinado, sin embargo el aficionado comienza a adentrarse en el mundo del material que consume, no solamente se vuelve mero comprador, sino que también comienza a buscar un elemento que afirme más su gusto y placer por el objeto en sí. Las aficiones pueden variar según los gustos de las personas, por lo cual se convierte en una actividad que puede ser general en todo tipo de actividad.

Están desde los aficionados a los deportes, a los autos, a la moda, incluso, de objetos aparentemente tan insignificantes como la de coleccionar estampillas. Sin embargo, la actividad en sí se convierte en algo importante para el que lo realiza ya que esta actividad lo hace no como un deber ni tampoco como una obligación, al contrario, esta actividad se vuelve una necesidad para desahogar todo el estrés obtenido en su vida cotidiana.

No obstante, esa afición se vuelve momentánea, es decir sólo dura un lapso de dedicación y no se contrapone con las actividades cotidianas en el fanatismo, vemos a diferencia de la afición, una pasión exacerbada, más allá de una actividad para desahogar el estrés, el fanático considera su actividad como parte de su vida, aunque la definición más cercana es ésta:

“El fanatismo es una creencia o un comportamiento que implica un recelo atípico, particularmente para una causa extrema o en algunos casos los deportes religiosos o políticos. O con un entusiasmo obsesivo para un pasatiempo o una manía...con el entusiasmo de forma aplastante para un tema dado es distinguido del comportamiento de un fanático por la violación de

normas sociales que prevalecen. Sin embargo en el fan, el comportamiento aunque puede ser juzgado por excéntrico, no viola tales normas.”²⁴

Esta definición plantea muchas cuestiones de discordancia con el tema y por ende es muy debatido, ya que muchas personas utilizan la palabra fanático y aficionado como sinónimos, lo cual da como consecuencias que en algunas ocasiones se vuelvan peyorativas dentro del entorno social que los rodea. Un ejemplo de esto son los deportes donde algunas porras de determinados equipos provocan problemas y atacan a los contrarios, todo esto bajo la bandera de que se son aficionados que aman a sus equipos considerándose a sí mismos como aficionados.

Otra diferencia encontrada entre afición y fanatismo, es la especialización de la actividad, por lo cual el fanatismo está más enfocado a determinados temas dentro del género. Aunque existen varios tipos de fanatismos, éstos se dedican a causas más particulares.

Aunque existen diversos ejemplos en la que la historia ha determinado quienes son los fanáticos, muchos de ellos están encausados por las circunstancias en las que ellos han vivido y se han desarrollado en una sociedad que es relativamente hostil. Lo mismo sería ejemplificar a las ya antes mencionadas porras deportivas que enzarzan la violencia como forma de interacción, sin embargo, el definir a un fanático es más difícil de lo que parece ser. Implicaría un análisis tanto psicológico como social para que se llegara a definir qué es lo que convierte a una persona en fanática.

Por esta razón, su existencia se ha vuelto ya en una constante en esta sociedad de consumidores como lo es la japonesa. Con un objetivo especializado en sus gustos, este grupo ha venido para quedarse, no sólo en la Ciudad de México, sino en muchas partes de la República Mexicana y en ciudades en las que la tecnología siempre esté presente.

²⁴ Definición de fanático en su versión inglesa en: <http://en.wikipedia.org/wiki/Fanaticism> revisado por última vez en agosto de 2010.

Un elemento importante para la construcción de la identidad es la moda, esto no sólo en los jóvenes, pues es la moda un símbolo de igualdad, unidad y permanencia, aunque por contradictorio que se oiga, también demarca una personalidad propia que resalta e identifica al individuo.

A pesar de ser éste un elemento característico de la modernidad, pocos son los sociólogos que lo han abordado. Simmel, por ejemplo, encontró en la moda un importante vínculo entre la sociedad moderna y las nuevas formas de interacción a nivel micro, por lo cual, describe la moda como:

“Imitación de un modelo dado que proporciona así satisfacción a la necesidad de apoyo social; conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita una pauta general que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ella. Pero no menos satisfacción da a la necesidad de distinguirse, a la tendencia a la diferenciación, a contrastar y destacarse”²⁵.

La imitación para Simmel, es la palabra clave a tratar en referencia al desarrollo de la moda en la sociedad moderna, establecida por parámetros sociales que en varios de los casos, es momentáneo. De hecho, el establecimiento de una moda no sustentada sólo como un estatus social, sino como una forma de vida, incluso como modo de inserción en ésta.

Para una sociedad moderna en la que el “estatus quo”, está definido por el nivel socioeconómico a través del dinero y el nivel de consumo, es muy importante establecer parámetros y elementos como son; la marca, el diseño, el año en el que se produjo, etc. Por lo que estos objetos comienzan a tener un valor determinado solamente por la persona que lo compra y el entorno que lo rodea. Esta característica forma parte de nuestra vida cotidiana, y aún nosotros mismos nos volvemos parte de este vínculo en el momento en que se elige comprar un producto, aunque sea por nuestra propia elección, siempre estará latente la influencia de un sistema que nos asigna un gusto preferencial.

²⁵ Simmel, George. Cultura Femenina; Filosofía de la coquetería; Lo masculino y lo Femenino; Filosofía de la Moda. Espasa Calpe, México. 1996. p. 36.

Lo mismo va para los consumidores aficionados o fanáticos, sin embargo la situación tiende a desarrollar una especialización en un tema determinado, que en este caso sería la animación japonesa, un elemento que ha cambiado de ser un objeto tradicional a ser actualmente, una industria del entretenimiento importante, que no sólo abarca dentro del área nacional, sino que es exportado a otros países, incluido México.

La razón no es otra que una consecuencia de la globalización, no sólo en productos, también en cultura, una influencia en los gustos y preferencias de los jóvenes que lo disfrutan y se identifican con personajes ficticios en, que en mucho de los casos, les ayuda salir de la monotonía y de las tensiones psicológicas y emocionales que se sufre en la vida cotidiana, en una edad en la que no se sienten protegidos ni mucho menos aceptados.

1.3 Definición de *anime*, *manga* y *otaku*

En Japón, existe un grupo en el que son encasillados los fanáticos, o al menos ése es el adjetivo peyorativo que reciben las personas que les gusta en extremo una serie de animación, ya sea a través del *anime* y *el manga*, cuyas definiciones podrían desarrollarse de este modo:

“*Anime* fuera de Japón, es el término que agrupa los dibujos animados de procedencia japonesa y hasta cierto grado los elementos relacionados. En Japón se utiliza el término para referirse a la animación en general”²⁶

...“*Manga* es la palabra japonesa para designar a la historieta en general. Fuera de Japón, se utiliza exclusivamente para referirse a los cómics en Japón”²⁷.

El *Anime* es una definición más contemporánea y con dos vertientes, la primera que es dentro de Japón, se refiere a la animación en general, ya sea animación

²⁶Definición de Anime en www.wikipedia.org/wiki/anime. Revisado por última vez el 20 de octubre del 2009.

²⁷Steinberg Shirley. *Contemporary Youth Culture* (Volumen I). Westport, Connecticut: Greenwood. p. 199.

americana o cualquiera de otro país. La segunda es a nivel occidental, que se refiere a la animación japonesa en específico, como un género aparte de la animación occidental.

Anteriormente dicho, en Japón existen estos grupos de personas que compran y comparten productos de la animación japonesa. Sin embargo, no son bien vistas en su sociedad, y en muchas ocasiones, son objetos de burla y desprecio. Aunque se utiliza una palabra para todo consumidor especializado en un sólo producto:

“*Otaku* es un término japonés para referirse a la gente con intereses particularmente en anime y el manga. En el mundo occidental, el término de *Otaku* es empleado para calificar a aquel que es aficionado a la animación japonesa. Mientras que en Japón, es considerada como una palabra para referirse a un aficionado por algo, aunque algunas personas consideran el uso de esta palabra ofensiva, un insulto”²⁸.

Esto sucede cuando la actividad deja de ser afición y se convierte en fanatismo, la mayoría de las personas que no comparten esas actividades, tienden a tratar de manera peyorativa a sus integrantes. Ésta es una de las razones por las que los aficionados se aíslan, insertándose más en su propio mundo o se relacionen exclusivamente con personas que compartan el mismo nivel de entusiasmo.

Estos fanáticos ya tienen una forma definida para su identidad personal. No obstante, da como consecuencia un rechazo por sus allegados que no comparten sus aficiones, por lo que lo hace sentirse aislado y, por ende, están en la búsqueda de nuevos elementos que refuercen su estructura e identidad.

Sin embargo, para la definición de palabra “*otaku*”, su sinónimo sería fanático, aunque es muy aventurado usar este calificativo para aquellos que se dedican solamente a un producto determinado. Aunque según la visión popular, en

²⁸*Ibid.* p. 188.

Japón es común ser mal visto por el consumo apasionado de algún fetiche, es necesario considerar si es sólo un mero comportamiento individual o como se menciona anteriormente, es una consecuencia de otros factores que los encausan a actuar de este modo.

1.4 El anime en el entorno histórico de Japón

La animación, o mejor dicho, la caricatura es una importante manifestación cultural en muchos países del mundo, como medio de expresión y de lenguaje, pero en Japón, el uso de la caricatura ha tenido un importante desarrollo no sólo a nivel cultural sino también en el ámbito económico, alcanzando un importante nivel en su cultura y su industria.

La caricatura japonesa data desde principios del siglo XII con la creación de figuras antropomorfas, cuya expresión era llevada hacia la religiosidad y el misticismo. En el siglo XVII el uso de la caricatura en Japón ya no sólo era para el uso religioso o para las clases nobles, también era para expresiones de burla, crítica social y erotismo, expresiones que más se acercaban personas de clases bajas. Estos trabajos eran conocidos como “*Ukiyo-e*”, básicamente eran “pinturas del mundo flotante o estampa japonesa. Es un género de grabados (realizados mediante xilografía o técnica de grabado en madera) producidos en Japón entre los siglos XVII y XX, entre los que se encuentran imágenes paisajísticas, del teatro y de zonas de alterne”²⁹.

La caricatura japonesa se vuelve más popular por la combinación de la imagen y la palabra, técnica creada por el artista japonés Katsuhika Hokusai³⁰, persona a quien se le acuña el que se nombre a sus trabajos como *manga*, eventualmente esta palabra servirá para nombrar a toda tira cómica hecha en Japón hasta el día de hoy. Sin embargo, es hasta finales del siglo XIX cuando el manga comienza a tener mayor forma a lo que se conoce en la actualidad, por influencia de dos caricaturistas europeos, el inglés Charles Wirgman (1835-

²⁹ Definición de “Ukiyo-e” en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ukiyo-e> revisado por última vez el 17 de febrero de 2011.

³⁰ Cfr, Puga Villanueva, Adrián. *La animación japonesa: Un documental para la serie de dibujos animados serial experimentsLain (Japón, 1998) de Ryutaro Nakamura*. México: UNAM. 2004. p. 4.

1891) y el francés George Bigot (1860-1927)³¹. Estos dos artistas insertaron el estilo europeo en las técnicas del *comic* japonés y a pesar del tiempo, ellos aún son recordados y venerados en Japón por su influencia en el manga.

A principios del siglo XX las tiras cómicas japonesas están enfocadas principalmente al público infantil, con tramas más largas e historias seriadas por periodos. Con la ideología militar en el poder de entonces, las tiras cómicas estaban planteadas hacia un enfoque bélico con base al honor y al nacionalismo, incluso en una de estas publicaciones enseñaban a los lectores a como lanzar una granada³². Todo para la defensa de una inminente invasión por parte de los Estados Unidos, idea que concluyó con el lanzamiento de las dos bombas atómicas en Hiroshima y Nagasaki.

Con la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial, y como consecuencia de ésta, el país había perdido el 42% de su riqueza nacional y 44% de su potencia industrial, por lo que se encontraba tanto económica como socialmente en crisis y la industria sería impulsada principalmente por potencias extranjeras que les vencieron en la guerra durante los próximos ocho años.

A pesar de la crisis de papel y de otros materiales para la creación de tiras cómicas, éstas no desaparecieron, al contrario, iban recuperando poco a poco su popularidad, utilizando materiales de baja calidad y haciendo los precios más accesibles para el público en general. Dejaron de explotar temas bélicos y comenzaron a enfocarse con temas de fantasía y referentes a misticismos locales. Pero es con Ozamu Tezuka donde el estilo dramático y la técnica de dibujo tienen cambios muy significativos en el manga.

Influenciado por el dibujo de *Disney*, Ozamu Tezuka crea historias de aventuras con personajes más complejos y tramas aún más desarrollados. Una

³¹ *Ibidem*, p. 5.

³² Cfr, Schodt, Frederik, *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*, p. 51. citado por: Puga Villanueva, Adrian. [La animación japonesa: Un documental para la serie de dibujos animados serial experiments Lain \(Japón, 1998\) de Ryutaro Nakamura](#). México: UNAM. 2004. p. 8.

de estas historias es el manga “Oyaji no Takarajima (La Isla del Tesoro del Viejo)”, el cual tenía diferentes formas de dibujo en dicha historia, manejando ángulos distintos e insertando efectos de sonido lo que lo hacía un manga único para su época, por lo que recibió una gran captación en el público lector vendiendo entre las 400 a 800 mil copias, esto le dio a Tezuka un mayor renombre y prestigio.

Eventualmente, en 1963 creó “Tetsuwan Atom”, considerado por la mayoría como la primer serie animada de 20 minutos por capítulo³³, por lo que todos los fanáticos de este género consideran a Tezuka como el “el dios del *manga*”³⁴.



Gō Nagai. Mazinger Z, Japón. 1972

Esta serie era conocida en

Latinoamérica como Astroboy, con esta serie se plantean visiones futuristas e historias que, a pesar de ser para un grupo infantil, tenía complejidades y problemas de corte social como la dependencia de la tecnología. Este tema innovador le dio popularidad en Japón y en varios países más, que tuvo dos reediciones, la primera en 1983 y la segunda en 2003.

En los años setenta, gracias a la influencia de Tezuka, se fueron creando series de ciencia ficción de corte futurista en la que los robots se convertían en los héroes en cada episodio, series en que los protagonistas tenían el objetivo claro de combatir el mal, a estas series de Robots gigantes o Súper-robots se

³³Definición de Astroboy en <http://es.wikipedia.org/wiki/Astroboy> Revisado por última vez el 27 de julio de 2010.

³⁴ *Ibíd.* 19.

les etiquetó como el género “*Mecha*”³⁵, con este género en específico comienzan a darse a conocer los fanáticos de la animación japonesa.

En esos primeros años, estas series de súper-robots forman parte de la esa nueva era del anime con la categoría “*Anime Shonen*”, que significa anime para niños como lo son, “*Mazinger Z*” de Go Nagai que tuvieron mucha popularidad en el público masculino (no sólo en Japón, también en México) y por consiguiente se hacían series parecidas a ésta generando popularidad hacia la ciencia ficción.

Por otro lado, existen series que también eran famosas con temas trágicos en una sociedad más occidental. En México este tipo de series se puede nombrar a dos que fueron muy famosos en su época: “*Remi: el hijo de Nadie*” y “*Candy Candy*”. Estas dos estaban enfocadas en Japón hacia el público femenino y eran conocidas como *Anime Shojo* que se enfoca al género para niñas.

En la década de los ochenta, se produjeron series famosas como lo fue *Macross*, aunque en México es conocido con el nombre de *Robotech*, ya que fue reeditada en Estados Unidos para su comercialización infantil y que obtuvo mucha popularidad. Otra serie famosa de esa década es *Battleship Yamato* de Leiji Matsumoto homenajeando al barco japonés de la Segunda Guerra Mundial, conocida por ser una de las mejores series de naves espaciales.

Las series animadas en muchos países son un modo de expresión que pueden identificar a cierto grupo focalizado por edades, generalmente al grupo infantil, en algunos casos, para jóvenes o para adultos. Eso es lo que podría plantearse en la sociedad que identifica una caricatura por género, principalmente bajo la perspectiva de la sociedad occidental. Sin embargo, en Japón, las características que tienen son más complejas aún; y están identificadas no sólo por la edad, sino que también por género dramático. Ya sea comedia, terror, amor, épico, etc. También están enfocados a una preferencia sexual como masculina, femenina, lésbico u homosexual.

³⁵Definición de Mecha en [http://es.wikipedia.org/wiki/Mecha_\(robot\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Mecha_(robot)) revisado el 18 de agosto de 2010.

Es necesario considerar que en la primera mitad de siglo XX existe un predominio de la animación doméstica en el mundo y estaba dada por Estados Unidos, con las compañías Warner Bros y Hanna-Barnera. Hasta ese entonces la competencia por la producción de animación era escasa a nivel mundial. Sin embargo, la animación estadounidense era muy diferente a la nueva propuesta de animación que estaban planteando los japoneses, con ello la competencia de la animación japonesa que, aunque estaba iniciando, comenzaba a dar una nueva forma de entretenimiento.

En los años noventa, la producción de anime fue alta, la exportación japonesa llegó a un cierto periodo dorado, con series como lo fueron Caballeros del Zodiaco (Saint Seiya), Dragón Ball, Escaflowne, Sailor Moon, Slayers, Ranma ½, etc. Para muchos conocedores del anime en el DF, éstas fueron las series donde inició el gusto masivo por el anime japonés en la actualidad, al menos en México.

Del año 2000 hasta el 2006, la producción de anime en Japón se convierte en la más importante industria de animación doméstica en mundo. En Estados Unidos, se logra recaudar 100 millones de dólares sólo en la exportación de productos mangas³⁶. En el 2002, Sento Chihiro no kamikakushi (El Viaje de Chihiro) de Hayao Miyazaki y los Estudios Ghibli, ganó el Óscar a mejor película de animación superando las producciones de Fox, Disney y Dreamworks.

En el 2004, se lanza una nueva película de anime, *Hauru no ugokushiro* (El increíble Castillo Vagabundo), nuevamente de Hayao Miyazaki y Estudios Ghibli, aunque esta película no fue tan galardonada como su antecesora, ha sido el segundo largometraje de anime japonés más vista para el público mundial, con un total de 1,423 millones de personas, solamente superado por su antecesora.

³⁶Cfr Steinberg Shirley. *Contemporary Youth Culture* (Volumen I). Westport, Connecticut: Greenwood. p. 195.

Por varios años la producción de anime ha sido muy superior al de años pasados. Sin embargo, es en los últimos cuatro años donde existe una cierta crisis en la industria de la animación japonesa, por ciertas causas, la producción de tuvo un retroceso en los años de 2007 a 2009, aunque su producción sigue siendo alta, las ganancias de ésta tuvieron una caída significativa y esto se agravó en el años 2010.³⁷

Una de las razones de esta crisis en la industria del anime en la actualidad, es la nueva competencia que se está desarrollando con producciones de nacionalidad coreana o china, una consecuencia de la exportación de manufactura en aquel país, ya que al necesitar más mano de obra en los años noventa en la producción de anime y creando casas productoras estos países, la cual a la larga se vio afectada en el conocimiento de estilos e historias. Haciendo que ésta no sólo dejara de consumir el producto japonés, sino que exportara su propio producto.

Otro elemento que afecta a la industria del anime japonés es el consumo ilegal de éste a través de internet y eventualmente reproducida y vendida en países como Rusia, España, México, etc. Esta acción también es un modo de interacción entre muchos *otaku*, una interacción de la cual se hablará más adelante.

1.5 La ciencia ficción como origen del fanatismo al anime

Es un hecho que a la sociedad siempre le ha impresionado la fantasía y el futurismo, éstos se vuelven parte de nuestra cultura, ya sea a través de la palabra escrita, oral o ilustrada. En cualquier siglo de nuestra época moderna encontramos historias que fascinaban al público en general.

La ciencia ficción es un género que se acuñó inicialmente en la literatura a finales del siglo XIX para definir las historias extraordinarias. Los autores exponentes de esta literatura fueron: Julio Verne y sus libros como “Viaje al

³⁷ *La industria china de animación y la crisis del anime en Japón*. The Mainichi Dayli News en: <http://anime-project.org/node/1010> revisado por última vez el 17 de febrero de 2011.

centro de la tierra” o “La vuelta al mundo en 80 días”; H.G Wells y “La máquina del tiempo”; Edgar Allan Poe y “El gato negro”, o “El pozo y el péndulo”, etc. Eventualmente tendrían seguidores y otros escritores que se influenciarían con sus ideas.

Una impresionante visión hacia lo futurista sería en la década de 1930 con la película “Metrópolis”, un filme de Fritz Lang, la cual trata de cómo una sociedad dividida entre dos grupos antagónicos viven y se enfrentan por sus ideales propios, los trabajadores son instigados por un robot humanoide para revelarse y ser liberados del sometimiento en el que se encuentran por parte de sus opresores.

Una característica importante para esta visión moderna de la ciencia ficción, es la introducción de robots, además de eventuales viajes espaciales y el contacto extraterrestre. En Estados Unidos, tuvo muchos adeptos que gustaron de este género y que aún ahora son fanáticos de series famosas, como las de Star Trek y de películas como Star Wars. Ya sea por el contexto histórico que provocó las tensiones de la Guerra Fría o por la fascinación venida por la competencia espacial entre ambos bloques (con referente al bloque capitalista encabezado por Estados Unidos y el bloque comunista encabezado por la Unión Soviética) que llevó a los Estados Unidos a la producción de estas películas que para muchos coleccionistas de este género, son considerados de culto.

Japón no fue la excepción por la fascinación hacia lo futurista, es a través del anime donde explotan todo este género. La primera serie animada en este país fue “Tetsuwan Atom” o Astroboy, esta serie animada plantea una sociedad futurista en la que conviven seres humanos y robots, en la cual el protagonista es un niño robot con sentimientos humanos. Esta serie fue muy popular dentro y fuera del país nipón y fue influencia para series del mismo género.

En 1979 aparece en la televisión japonesa una serie que se convertiría en el símbolo de muchos *otaku* en Japón, su nombre es “Gundam”. La trama es más compleja que muchas series famosas de esa década. Trata de un joven civil que se ve inmerso en una guerra, la cual él no comprende, pero para proteger



Yoshiyuki Tomino. *Mobile Suit Gundam*. Japón, 1979.

a los que quiere, tiene que pilotear un *mecha* gigante. Esta serie hecha por Yoshiyuki Tomino se había basado en la Segunda Guerra Mundial para hacer la trama y algunos elementos de Star Wars, con la idea de hacer una serie innovadora, diferente en trama y estilo a las típicas series de *robots*.

Yoshiyuki Tomino desarrolla esta serie en la que no hay héroes buenos en su totalidad y villanos que disfruten de hacer el mal, sino que todos lo que están implicados en una guerra tienden hacer actos heroicos o malvados³⁸. Si bien esta serie no fue conocida en México, en Japón logró una gran captación de jóvenes y la convierte en el primer anime en la era conocida como la “*época dorada del anime*”³⁹, abarcando los años ochenta.

En esos mismos años, esta serie fue muy famosa en México, conocida como *Robotech*, es una aventura tanto épica como romántica, en la que la humanidad está en peligro por la invasión de extraterrestres. Aunque fue la combinación de tres series muy diferentes, *Robotech* causó una gran sensación, tanto en Estados Unidos como en México. Muchos de los que se jactan ser conocedores de anime han visto al menos una vez esta serie, ya sea en edición original o la versión remasterizada en DVD. En cualquiera de los casos esta serie, junto con otras, dio entrada al gusto por el anime japonés.

³⁸ Las Definición de Gundam en <http://es.wikipedia.org/wiki/Gundam>; revisado el 12 de abril de 2010.

³⁹ Glenn, Marvin. *Anime on Tv History*. En www.animeontv.com/mg/anime_tv_history.htm revisado por última vez el 22 de agosto de 2010.

Son muchas las series de ciencia ficción que ha producido la industria del anime japonés, pero pocas son las que han atravesado el Océano Pacífico en los primeros años de esta época dorada y aún así lograron tener una gran popularidad en México. Series como Mazinger Z, que a finales de los setenta impresionaba al público infantil e influyó en la creación de productos similares, como lo fue Voltron y Power Rangers, aún ahora tienen una gran captación de este público. La necesidad de más animación japonesa para este público se volvió imperante y que benefició a la larga a la producción en masa de esta industria cultural.

CAPITULO II

EL OTAKU, UN MODO DE IDENTIDAD SOCIAL

El contexto histórico desarrollado en el capítulo anterior muestra un panorama general de la industria cultural, dentro del rubro del anime y de las corrientes en las que han tenido influencia, a su vez, el poder de convocatoria que tiene en varios jóvenes dentro y fuera de Japón. Por ende propone una nueva visión del mundo dentro de su forma de vida y sus relaciones sociales con su entorno ya sean afines a este o no.

El *otaku* japonés ha sufrido una cierta marginación social, de la cual ha llevado como consecuencia a un aislamiento. Este fenómeno se encuentra inclusive dentro de las familias, las cuales, rechazan el comportamiento de sus integrantes, que son aficionados a comprar y ver productos de anime, haciendo que éstos se sientan aún más renegados por su afición.

El fenómeno social en sí, es la aparición de este grupo en varios países occidentales, cuyas características y elementos de identidad están originados en el anime japonés. Series animadas que a lo largo de 30 años han captado a una población económicamente activa y cuya generación actual de jóvenes ha incrementado aún más por el poder de convocatoria que tiene.

Y aunque no sólo es la influencia del anime japonés lo que ha desarrollado este fenómeno, es también una de las consecuencias de una sociedad en constante cambio de valores y la diferente percepción de la actitud por parte de las nuevas generaciones. Mismas que se han ido transformando al momento que la tecnología se está haciendo más avanzada.

La modernidad como precepto, el avance tecnológico y sumado a una cultura tradicional como lo es la japonesa, provoca una amalgama de identidades y percepciones muchas veces rechazadas por una sociedad cohesionada. Por lo que los mayores consumidores de esta amalgama, al sentir el rechazo

defienden a su manera su modo de vida y se convierte en un conflicto constante.

Latinoamérica y en especial México, no es la excepción con respecto a esta combinación entre lo tradicional y lo moderno. Los constantes cambios tecnológicos han hecho de esta sociedad moderna, una conformación de diversas identidades juveniles traídas de los países primermundistas, como es en este caso, Japón. Esto resulta un fenómeno muy constante en la búsqueda de esta identidad juvenil utilizando las herramientas inventadas en cada una de sus épocas.

Ahora bien, para los *otaku*, el valor constante no es solamente el anime. También influye ese sentido placentero que le otorga. Considerando el placer como un medio de identidad, ya que es éste en donde deposita su visión del mundo y su estructura estética, por lo general entra en dicho conflicto con sus respectivas sociedades dominantes.

2.1 Contexto histórico del *otaku* en Japón

La animación japonesa, y sus variadas ramas de productos derivados de éste se ha vuelto una importante entrada de dinero en Japón. Sin embargo, por varios años han existido estereotipos despectivos en contra de los que son asiduos consumidores de este género. Tanto, que la palabra "*otaku*" es considerada como un insulto dentro de Japón y, aunque la definición no sólo se enfoca hacia los fanáticos de la animación japonesa, es un término despectivo hacia las personas que sean fanáticos de cualquier producto en específico.

Además, en los fanáticos de la animación japonesa, se encuentran características importantes para ser identificados en Japón, pues para la sociedad en general, son fáciles de distinguir a muchos de los que son afines a estos elementos de consumo, ya sea por su forma de vestir o por el objeto que se está comprando, inclusive por el lugar en el que se encuentran. Aunque los elementos que los identifican pueden ser variables unos con otros, existen otros que en su mayoría son despectivos en una perspectiva general.

No hace más de 20 años, la definición de la palabra “*otaku*” no consistía en una connotación negativa hacia ellos, ya que era un fenómeno recién formado en Japón y no había razón para ser ofendidos o mal vistos por la sociedad. Por el contrario, en un principio existía un cierto nivel de honor y respeto hacia los nacientes integrantes de este grupo cuya subcultura estaba comenzando a tener una identidad social⁴⁰.

Sin embargo, existen grandes diferencias entre la correlación de la palabra “*otaku*”, según el espacio en el que se encuentre, ya que no tiene el mismo significado en Japón, como en otros países. En México, por ejemplo, no todas las personas la conocen, solamente quienes saben del anime japonés, pero es adoptada como una definición de identificación y no como un símbolo de desprecio, más bien como una representación de su identidad en la sociedad.

Aunque el concepto *otaku* hace referencia despectiva a todo aficionado que se especialice en cualquier pasatiempo, generalmente siempre es relacionado con los fanáticos del anime japonés. Esto es porque el estereotipo del *otaku* está muy marcado desde la década de los 80`s, cuando hacía referencia a fotógrafos aficionados con características torpes, además de estar extremadamente apasionados con su pasatiempo⁴¹.

Aunque hay que tomar en cuenta que la afición y el fanatismo son muchas veces confundidos en el contexto popular, una situación que marca ya en sí un prejuicio hacia el fanático del anime japonés, considerando el hecho de si son todos realmente fanáticos o si son meramente aficionados especializados en los temas de mayor interés.

A pesar de que no se encontró dato alguno que diga en qué momento exacto surgió este grupo en sí, al menos es con el comienzo de la época dorada del anime a principios de la década de los ochentas, donde se puede considerar el

⁴⁰ Cfr, Cantón, Michel. “¿Qué es un *otaku*?” En <http://www.imperioanime.com/cultura-pop/otaku/> revisado por última vez el 24 de noviembre de 2010.

⁴¹ ¿Qué es un Otaku? En: <http://www.imperioanime.com/cultura-pop/otaku/> revisado por última vez el 28 de septiembre de 2010.

hecho de sus inicios como un grupo muy reducido. En 1983 el periodista japonés Akio Nakamori describe en su libro “*An investigation of otaku*”, el crecimiento de este fenómeno⁴².

A este autor se le acuña la palabra *otaku* para referirse a este nuevo objeto de estudio. Si nos basáramos en el significado literal de la palabra *otaku*, hablaríamos de la oración “*ota*” (de casa), considerándolos como personas que no salían de casa. Pero existen ciertas controversias con la aparición del grupo, ya que la definición de *otaku* en palabras de Toshio Okada: “Es una palabra inventada por estudiantes de la Universidad Keio y lo empleaban con el fin de mostrar respeto y admiración a los creadores del estudio Nue, formado en 1972”⁴³.

Con aquella definición de Akio Nakamori, en la actualidad, la palabra “otaku” se usa en Japón como la identificación de un obsesionado. Sin embargo, a pesar de su mala fama, no tenían tantos problemas en ese entonces. Desgraciadamente para este grupo, un momento en la historia de Japón cambió completamente la percepción de la sociedad local en contra de ellos, convirtiéndolos en causas de burla y desprecio para aquel que se considerara un otaku en ese entonces⁴⁴.

En 1989, Tsutomu Kiyasaki, de 28 años fue procesado y declarado culpable de la violación y asesinato de tres niñas menores, de entre los 6 y 12 años de edad⁴⁵. El caso fue tan trascendente en la gente del país, que en programas de televisión se revisó su casa, en la cual estaba las paredes cubiertas de estantes llenos de mangas, videos de anime y pornografía, estereotipos con las que identificaban en ese entonces a todos los *otaku*. Habiendo visto estas imágenes en la televisión toda la población lo había tachado inmediatamente de *otaku*, por lo cual la fama despectiva hacia ellos se había transformado

⁴² Arciniegas Gómez. *¡Fuck yeah Anime! Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras*. Universidad Sergio Arboleda. 2010. Colombia. P. 77.

⁴³ *Ídem*

⁴⁴ *Íbid.* p. 78.

⁴⁵ Flores-Olivier, Jorge. Los Intestinos del manga. de <http://blumpee.blogspot.com/2006/01/los-intestinos-del-manga.html> Revisado por última vez el 25 de septiembre 2010.

hasta en nivel del insulto hacia todo aquel que tuviera similitudes con el agresor⁴⁶.

Aunque también el castigo mediático por parte de las cadenas de radio y televisión ha hecho que distintos grupos de jóvenes tengan una fama de peligrosos o que ciertos productos, como los videojuegos estén en peligro de ser censurados. Tal es el caso de “La masacre en Columbine”, en la que se argumentaba que la conducta y acciones de los perpetradores eran consecuencia directa de los videojuegos violentos⁴⁷.

Esto generó campañas de odio contra los videojuegos, misma campaña reflejada contra los *otaku*, aunque ambas en una total contradicción ya que para las dos industrias se han incrementado sus ingresos a pesar de la campaña de odio implementada a cada una en su momento. Esto podría considerarse como una acción de rebeldía en contra de la imposición social, o también como un mero uso del entretenimiento para el gusto de los consumidores de estas industrias.

Independientemente de las acciones y la condena de Tsutomu Kiyasahi, la imagen del fanático del anime en Japón inicia como la de un obsesivo por su afición, se le identifica como una persona ensimismada y compulsiva, tímida, introvertida y socialmente inadaptada hacia las personas fuera de su círculo social. Con ropa sencilla, muy desgastada y de bajo precio, llevando siempre efectivo para gastar, con una cámara fotográfica y viviendo a expensas de sus padres. Dentro de su habitación se vislumbra una gran cantidad de objetos como mangas, videos de anime, videojuegos, figuras, posters o mantas con imágenes de anime, un televisor, un reproductor de video y una computadora⁴⁸.

⁴⁶ *Ídem*.

⁴⁷ Moore, Michael. *Masacre en Columbine (Bowling for Columbine)*, EU, Canadá, Alemania. 2002, 120 min.

⁴⁸ *Cfr*, Flores-Olivier, Jorge. Los *Intestinos del manga*. de <http://blumpee.blogspot.com/2006/01/los-intestinos-del-manga.html> Revisado por última vez el 25 de sep. 2010.



Takeuchi Hideki. Densha Otoko, Japón. 2005.

Aunque el estereotipo se aplica generalmente al público masculino, también existen mujeres que son fanáticas del anime, por lo que esta afición no excluye género. La cuestión es que las mujeres, con gustos y preferencias son totalmente diferentes en varios casos y es por lo que en muchas ocasiones no son tomadas en cuenta cuando se habla de este grupo, sin embargo sufren el doble de problema ya que no solamente son *otaku* sino que también son mujeres, muchas veces acosadas y otras veces rechazadas en una sociedad sumamente machista.

Las actividades realizadas por las mujeres aficionadas a este género, no difiere de las actividades realizadas por los hombres, al menos en varios aspectos. Sin embargo, al expresar sus aficiones como lo es por medio del disfraz, se convierten en el foco de atención para los varones que ven en la mujer un medio de admiración hacia la belleza y la estética por el personaje.

La estética femenina para el *otaku*, está siempre presente en los símbolos que representa, no solamente es el físico sino también en la vestimenta, en cierta forma se vuelve en un objeto de deseo y es ahí donde entra conflicto el límite entre el comportamiento y el deseo impulsivo de la posesión hacia ese objeto, aunque sea por un momento.

2.2 El *otaku* y el internet

Otro estereotipo a destacar del *otaku* es su gusto por las computadoras, elemento importante en el mundo de la tecnología de la que él es dependiente. El internet y demás elementos tecnológicos son piezas claves para el fanático japonés. Puede navegar en el ciberespacio y estar bajando series a través de alguna página o verla en su sistema satelital. Aunque ésta no es una conducta que generalice a todos los aficionados de *anime* y *manga*.⁴⁹

Es un estereotipo muy arraigado para determinar la personalidad de estos. Y se ve reflejado en series como *Densha Otoko*⁵⁰ y *Genshiken*⁵¹, series en las que los protagonistas son *otaku* y muestra cómo es su vida combinada con su afición y gustos hacia la animación japonesa, junto con el uso de computadoras y videojuegos, formando parte de su vida cotidiana relacionándose con otros *otaku* a través de este medio.



Takeuchi Hideki, Nishiura. *Densha Otoko*, Japón. 2005.

Este elemento se ha vuelto un modo de vida para el *otaku* (al menos en México), ya que su mejor forma para surtirse de animación japonesa es a través del Internet. Páginas como McAnime y Foros Dz, almacena y distribuye grandes cantidades de series de manera virtual para el entretenimiento de sus aficionados. La distribución por Internet es gratuita. Sin embargo, existe el

⁴⁹Cfr, Alvarado, Diony. *El Lado Oscuro del Mundo Otaku*. En <http://saoblog.laventanadesaouri.com/archives/486> revisado por última vez el 28 de diciembre de 2010.

⁵⁰Masaki, KobayashiKazuhiro y TakeuchiHideki, Nishiura. *Densha Otoko* (電車男 "El Hombre del Tren"). Fuji TV, Japón, 2005. 12 episodios. 45 min`s.

⁵¹TakashiIkehata y KinjiYoshimoto, *Genshiken*. Estudios ARMS. Japón. 2006. 12 episodios, 22min`s

mercado informal que se dedica a descargar estos productos y vender a un precio aparentemente bajo para los que no pueden acceder libremente por este medio o para aquellos que apenas están conociendo el mundo de anime.

Ésta es una actividad que forma parte de la vida de los llamados otaku, un vínculo en el que él y otros otaku se juntan y conviven, discuten, compran y venden, la mayoría de las veces; sin salir de casa. Porque no solamente está el descargar juegos, es opinar y aportar elementos que sean significativos en su sociedad, es vincularse con otros que tienen los mismos gustos, una afición en común.

La descarga de anime aunque es una forma de vida para muchos de los otaku, sigue siendo ilegal por no pagar derechos de autor al momento de descargar los productos por Internet, y se ha vuelto en una gran problema para las casas productoras de anime en Japón, ya que se ven afectados con la piratería, la cual resulta ser en los países en la que antes vendían o distribuían a los canales de televisión occidentales, dejando que la industria dejara de percibir 786 millones de dólares tan sólo en el 2008.⁵²

2.3 Hentai ¿un modo de expresión o una perversión?

Un elemento más por lo que se considera como un otaku japonés, consiste en obtener series de anime con un alto nivel de contenido sexual. La responsabilidad de este estereotipo recae en Tsutomu Kiyasaki, aunque esto bien podría considerarse como una consecuencia de alto índice de consumo y producción de novelas e imágenes de contenido altamente erótico, pues es la cuarta parte de las ventas totales en mangas y anime japonés está dedicada sólo a un género de anime conocido como "*Henta*".⁵³ En su traducción literal

⁵²"*The Anime Bubble is Burst, Moe & Fansubs are to Blame*"

<http://www.sankakucomplex.com/2009/05/05/the-anime-bubble-is-burst-moe-fansubs-are-to-blame/> . revisado por última vez el 7 de enero de 2011. Es necesario destacar el hecho de que en comparación al 2005 la ganancia fue menor.

⁵³ *La Industria del manga* en http://es.wikipedia.org/wiki/Manga#La_industria_del_manga revisado por última vez el 27 de julio de 2011

“*Hentai*” significa “pervertido”, y este género está enfocado al público adulto donde el contenido sexual es totalmente explícito.⁵⁴

A diferencia de los videos pornográficos, este género posee características del anime como es el diálogo e historias complejas que convierten el acto sexual como un elemento secundario, pero no menos importante. A pesar de que la mayoría de este género se produce tanto para un público masculino como femenino, existen producciones e historias de tipo homosexual conocidos como “*Yaoi*”, y un género lésbico llamado “*Yuri*”, aunque cabe la posibilidad de que ambos no son obligatoriamente de contenido sexual y pueden ser para un gusto abierto a todos los géneros.

El “*Hentai*” forma parte de la tradición cultural de la animación japonesa, aunque con un estilo y nombres diferentes; los dibujos y pictografías de épocas pasadas resaltaban mucho el erotismo y el sexo como una forma de vida cotidiana y fuera de prejuicios. El problema está en un conflicto, ya sea por la imagen que la sociedad japonesa quiere dar al exterior o por un conflicto cultural que sufrió Japón al combinar la moral occidental altamente represiva con respecto al sexo, a diferencia de una cultura que considera el sexo como una de las tantas formas de búsqueda del placer.



Katsushika Hokusai. El sueño de la esposa del pescador, Japón. 1814

⁵⁴ Definición de *Hentai* en <http://es.wikipedia.org/wiki/Hentai> revisado por última vez el 29 de Septiembre de 2010

Al entrar en conflicto el sexo y la moral, el *otaku* que gusta de cierto contenido erótico se convierte ante los ojos de la sociedad en un perverso sexual, no olvidemos el anterior ejemplo de Tsutomu Kiyasaki, el cual por haberse encontrado animación hentai en su habitación, fue considerado no sólo como un *otaku*, y así también se calificaron a todos los demás que comparten la misma afición: como *otakus perversos*. Sin embargo la doble moral es latente en las cuestiones del anime. La contradicción está en que mientras es criticado el *otaku* por consumir hentai, es a la vez el género de animación que más se vende y produce, generando a la vez grandes ganancias a la industria del anime japonés.

El imaginario erótico del *otaku* es un elemento visual que no solamente destaca en animaciones hentai, que aportan las fantasías y deseos de índole sexual, situaciones que implicarían muchos ejemplos de represión sexual, no sólo en Japón, sino en la mayor parte de la sociedad occidental moderna, ya que en cuestiones de la sexualidad, el imaginario tiene elementos homogéneos que aportan cada uno de sus intérpretes y consumidores como lo menciona María José Pérez Sián:

“Existe por lo tanto una movilización de imaginarios, o sea de flujos informáticos, comunicativos y semánticos en distintos niveles y que varía dependiendo de los grupos, en la que es posible la reinvención cultural, cognitiva y subjetiva por medio del sincretismo, o bien, la asimilación y superposición de elementos culturales de diversas sociedades. La cultura erótica proyectada en el *Hentai* es resultado de esta reestructuración, en ella, el cuerpo bio-social es descrito o narrado para gusto de los demás...

...La definición de los actores ya no se hace en términos esenciales y la sexualidad ya no se articula forzosamente a organismos vivientes como resultado de la cada vez más creciente desvinculación corpórea debido al miedo a la contaminación o mejor dicho a lo que se considera contaminante”.⁵⁵

⁵⁵Pérez Sián, María José. *Hentai más allá de la pantalla. Antropología de la imagen y análisis del discurso*. Universidad De San Carlos De Guatemala. Guatemala. 2009, p. 31.

Esto determina diferentes elementos y a su vez las fantasías sexuales que se despliegan en situaciones que para el espectador, es simplemente una característica de la serie en cuestión. Estas fantasías van desde relaciones amorosas con más de una mujer, exposiciones accidentales del cuerpo humano, y los famosamente conocidos "*Fanservice*" o servicios a los fans, éstos constan simplemente de mostrar a las protagonistas de varias series populares modelando de manera sensual como mera imagen de pantalla. Éstos son solamente por citar algunos ejemplos, pero las situaciones son tan variadas según la necesidad del espectador y el gusto por el género al que está especificado.

El concepto de imaginario erótico en el *otaku*, van más allá de la sexualidad, se plantea principalmente una relación entre la fantasía y el contexto histórico en el que se sitúa, la imagen del deseo varía según las referencias de la persona, y no solamente se engloba al gusto masculino. Este imaginario erótico tiene como consecuencia principal en obtener un afecto emocional hacia el objeto del deseo, sobrepasado en muchas ocasiones el afecto hacia ese objeto, más que hacia una persona de carne y hueso.

El afecto hacia los personajes mejor conocidos como 2D (segunda dimensión) ha provocado cierto estereotipo en el que se piensa popularmente que muchos jóvenes en Japón tengan un sentimiento como consecuencia de la tecnología que va avanzando a pasos agigantados, superando inclusive a Estados Unidos. Otra razón, puede ser el hecho de formar parte de una sociedad tan competitiva y represiva en cuanto a emociones, como lo es la japonesa. E incluso puede ser simplemente consecuencia de un trauma psicológico en la infancia o adolescencia del implicado, aunque esto sería muy difícil de comprobar.



Takeuchi Hideki, Nishiura. *Densha Otoko*, Japón. 2005.

Es cierto que la tecnología ha desarrollado herramientas importantes en la distribución de la información a un nivel global y esto ha sido aprovechado para unificar en cierta forma este imaginario erótico, convirtiéndolo en un imaginario colectivo. La globalización es un factor importante en el concepto de este imaginario en especial.

En cuanto al gusto por el erotismo, estas series ejemplifican en cierta forma como el otaku tiene un gusto por este género, ya sea en serie animada o a través de juegos de computadoras conocidos como “Erogames”⁵⁶. Por otra parte, el imaginario erótico del otaku no se queda ahí, en el famoso “complejo de Lolita” más conocido en Japón como “*Rorikon*”, se pueden considerar palabras claves para entender este fenómeno, palabras como el “*Ecchi*” (otra forma de decir “pervertido”) y el “*Moe*” (“tierna o linda”), que básicamente consiste en ver a jóvenes femeninas menores edad, dibujadas en anime como objetos del deseo en situaciones sugerentes, seductoras o sensuales.

⁵⁶ El Erogame es un juego de video japonés o juegos de computadora que cuenta con contenido erótico, por lo general en forma de anime. En <http://en.wikipedia.org/wiki/Eroge> Revisado por última vez el 09 de junio de 2011.



Shizuru Hayashiya. *Onegai Teacher*, Japón. 2002

A pesar de que el *Rorikon* es una característica muy usada en el anime, desde hace 20 años hasta nuestros días, está muy mal visto para la sociedad no sólo la japonesa, sino en las sociedades en las que las leyes castigan severamente la explotación sexual infantil. El problema de este delicado tema, se encuentra no en el acto de ver o no dicho elemento, sino que el *Rorikon* es solamente una imagen de personajes ficticios basados en el imaginario erótico del *otaku*. La definición más acertada para este género, en México, la da el profesor Cristian Hernández, egresado de la Maestría en Estudios de Asia y África, especialidad Japón, de El Colegio de México:

“*Rorikon*´ es el imaginario sexual acerca de niñas y adolescentes que se volvió famoso gracias al ´*Rorikon manga*´...El *Rorikon Manga* es el término que se refiere a los comics o libros sexuales japoneses que implican a niñas lindas e inocentes como personajes”.⁵⁷

⁵⁷ Hernández, Cristian. “*Roricon*”. En <http://www.slideshare.net/torukajin/the-state-of-rorikon-manga-in-themexican-otaku-culture> Revisado por última vez el 18 de agosto de 2010.



Shizuru Hayashiya. *Onegai Teacher*, Japón. 2002

Esto lo hace en un tema muy castigado por las leyes, ya que podría ser malinterpretado como pederastia, y mal visto no sólo por las autoridades competentes, sino también por la sociedad que desconoce la diferencia entre imaginario y la acción real hacia una menor de edad. Por lo que se ha vuelto un problema muy serio en Japón, ya que el consumo del *Hentai*, principalmente el *Rorikon*, es para muchos considerado como pornografía infantil. Por lo que se presiona constantemente para que este material sea prohibido por el estado y por otras instituciones internacionales:

“En este caso, el político nacionalista Ishihara Shintaro al presentar una nueva ley que prohíbe la representación de niñas y niños ficticios menores de dieciocho años de edad (o que parezcan ser menores de dieciocho años de edad) en situaciones sexuales tanto en anime, manga y videojuegos. Esta nueva ley, se votara en el congreso local de Tokio el próximo viernes 19 de marzo, puede convertirse en el primer antecedente jurídico para promover una ley de carácter nacional que involucre a personajes menores de 18 años de edad”.⁵⁸

⁵⁸Hernández, Cristian. “*Rorikon*, en peligro de ser vetado de Japón”. En <http://www.stormcomplex.com/2010/03/18/rorikon-en-peligro-de-ser-betado-de-japon> Revisado por última vez el 05-10-2010.

Esta nueva propuesta fue aplazada para una segunda revisión, sin embargo el precedente de castigar y prohibir una imagen representativa de una persona menor de edad se hace existente⁵⁹. Lo cual siempre ha formado parte de una controversia que ha existido años atrás no sólo en Japón, sino también en todos los países integrantes de la ONU, en su ramo por la UNICEF, ejemplos para estos casos: Estados Unidos, España y México.

Éste es uno de los grandes problemas que provocaron una serie de críticas hacia la animación japonesa en México y occidente en general, ya que muchos medios planteaban que las caricaturas japonesas de ahora eran consideradas como pornografía y llena de violencia. La cuestión no es si las caricaturas japonesas sean o no sexuales y violentas, sino que se ubican en el ideario popular de que todas las caricaturas son infantiles, cuando en Japón existen ciertas series que están enfocadas a un público de edad más avanzada y cierto nivel de criterio, lo cual sus críticos parecen no percatarse.

2.4 Lugares de reunión

Las convenciones constituyen el espacio en el que se ubican a los otaku, aunque no solamente se reúnen en este lugar para consumir y exteriorizar sus aficiones. En Japón, existe una zona comercial conocida como “Akibahara”. Aquí, los otaku no solamente compran, interactúan con los artistas de doblaje que vienen a exhibiciones públicas y entrevistas, sino que exteriorizan sus emociones y conviven con sus amigos, así también pasan un momento agradable al participar en eventos y entrevistas.

Aunque no son vistos en grandes grupos como se generalizan a las tribus urbanas, existe un lugar donde van a comprar objetos especializados en anime, tecnología u otras cosas más. Akibahara es conocido como el barrio principal del *otaku* en Japón y es famoso por todo fanático dentro y fuera del país. Considerado por muchos como la meca del anime, este lugar alberga

⁵⁹ Esta nueva ley 156 ha sido aprobada y en vigencia a partir del 2011 según el artículo “*Vigente ley de censura Hentai en Japón*” en <http://emeraldpower.net/foro/printthread.php?tid=2828> Revisado por última vez el 17 de julio de 2011.

elementos que remarcan conductas y elementos que identifican aún más a los que vienen a este lugar.

En Akibahara, se puede encontrar tiendas de anime y manga, de videojuegos y electrónica tales como computadoras, etc. Además, existen cafeterías con meseras disfrazadas a manera de fetiches sexuales, tales como las populares “sirvientas estilo francés”. Igualmente se encuentran algunos personajes de anime, chicas cantando en la acera de la avenida u hombres con costosas cámaras tomando fotografías de sus actrices de doblaje y cantantes femeninos favoritos que visitan el lugar para una conferencia o para una entrevista a público abierto.

Este lugar se podría considerar una zona de *confort* además del hogar mismo, aunque en la actualidad esto podría dejar de serlo, ya que desgraciadamente en la actualidad, muchos de los transeúntes que pueden ser identificados como otaku, han sido víctimas de discriminación y de acoso. Por un lado, son asaltados por otros jóvenes que los identifican fácilmente por sus vestimentas y por otro, son revisados continuamente por los policías que los detienen nada más por la forma en cómo andan.⁶⁰

Este fenómeno se podría explicar como un conflicto de valores culturales, ya que han ido cambiando de manera generacional, siendo este cambio poco aceptado por parte de ciertos grupos externos, además de la cultura dominante, al cual le toma tiempo adaptarse a esta nueva forma de expresión. Aunque en el proceso de adaptación pueden darse ciertos actos violentos y de rechazo contra estos grupos emergentes o minoritarios.⁶¹

⁶⁰ *Peligros de ser otaku en Tokyo*. Artículo publicado en http://nikasub.com/portal/index.php?option=com_kunena&func=view&catid=15&id=4794&Itemid=233 Revisado por última vez el 27 de julio de 2011.

⁶¹ Esta relación es también una forma de expresión dentro de la interacción social, si lo vemos con detenimiento, esta facilidad de identificación por parte de los agresores podría considerarse como un estigma para los aficionados que llegan por esas calles. El maltrato y la generación de violencia contra esta comunidad en la actualidad no se distingue a la de años atrás con los grupos juveniles emergentes como los Emo en el en estado de Querétaro. Chávez, Mariana “*Integrantes de tribus urbanas atacan a jóvenes emo en Querétaro*”. En periódico *La Jornada*: <http://www.jornada.unam.mx/2008/03/09/index.php?section=estados&article=031n1est>, revisado por última vez el 14 de junio de 2011.

Por otra parte, la Comiket, no es otra cosa que una de las más importantes convenciones para otaku en Japón, con la que se juntan para la venta y compra de productos hechos en su mayoría, por ellos mismos, como mangas realizados por aficionados mejor conocidos como “*doujinshis*” y otras cosas como figuras de colección y *souvenires* elaborados también por los mismos aficionados como “*Kits de Garage*”. Para un otaku japonés, es importante el Comiket, ya que en esas fechas de la convención se puede ver una gran cantidad de otaku saliendo de la estación del metro, lo mismo en la tarde a la hora de terminar el evento, esto es una característica para identificar a un otaku.

2.4.1 Lugares en México

México no posee un barrio como el de Japón comparativamente hablando, sin embargo los negocios y locales especializados en la animación japonesa, van incrementándose desde los últimos años, al nivel inclusive de tener varios espacios de expresión y compra. Existe una plaza ubicada en la Ciudad de México, sobre la avenida Eje Central Lázaro Cárdenas, conocida como “Plaza del otaku”. Sólo en la zona centro se conocen al menos siete tiendas de anime japonés en la capital y la sede de reunión más importante es conocida como “Comic Rock Show”. Es cierto que no es un número grande en comparación con el barrio de Japón, sin embargo, como se mencionó anteriormente, el número de personas aficionadas a este género ha crecido y junto con ello, el consumo de éste en el país, en dichos lugares no solamente comercian, sino que interactúan, ya sea con exposiciones, conciertos o con diversas competencias.

Mientras tanto, sólo existen dos convecciones que podrían considerarse las más importantes solamente en el Distrito Federal. La primera es conocida como “TNT” y la segunda como “La Mole”. Si bien es cierto que en México la historia de las convenciones de comics no es tan reciente, es un hecho que el gran crecimiento de éstos es a partir de mediados de los años noventa. Aunque con nombres muy diferentes como lo fue “La MECyF” y La “CONQUE”,

pese a que estas convenciones dejaron de existir, impulsaron un nuevo nicho de mercado que no había sido de suma importancia.

2.5 Figuras de colección u objetos de obsesión

Un elemento también importante es la compra de maquetas a escala, ya sea de sus personajes preferidos o también de figuras, como robots a escalas de la serie favorita, barcos, aviones, tanques de guerra, *souvenir*, y otros objetos de colección que se vuelven importantes para el comprador coleccionista. No solamente le gusta ser el espectador de su programa favorito, se necesita tener algo de dicho programa y hacerlo propio del aficionado.

La apropiación del objeto a desear es uno de los elementos importantes en la identidad del otaku, no se diferencia de muchos grupos juveniles en cuanto a esta característica. En cierta forma una adquisición de fetiches que les dé sólo la satisfacción de tenerlo, sería como una forma común de ser para un coleccionista. El problema consiste cuando el deseo de obtener un objeto en sí se convierte en obsesión para los que les rodean o un modo de vida para el que lo colecciona.

La industria del anime japonés aporta muchos objetos para el coleccionista, como las figuras para armar o las figuras de modelismo o fijas y en Japón son objetos de culto para sus respectivos coleccionistas. Incluso las figuras más destacadas por lo general, son la de los personajes con el imaginario erótico, cuyos elementos a destacar son las protagonistas modelando de manera sensual o de manera inocente en el caso del estilo *Rorikon*. Este toque erótico en las figuras, las convierte en objetos de deseo por parte del comprador, aunque en muchas ocasiones, son sólo mero entretenimiento, en el que existen casos de un apego emocional hacia estas figuras⁶².

⁶²Kitabayashi, Ken. *The otaku group from a Business perspective: Revaluation of Enthusiastic Consumers*. NRM PAPERS. No, 84. texto electrónico en: www.nri.co.jp/english/opinion/papers/2004/pdf/np200484.pdf revisado por última vez el 12 de enero 2011.



Gerardo Mares, Maquetas a escalas de la serie Gundam. 2011. México

También figuras bélicas de la afamada serie en Japón “Gundam”, cuya atracción en especial atrae a muchos de los aficionados del anime en Japón, es un símbolo del fanatismo en este grupo, a tal grado que series como “Densha Otoko”, “Genshiken” y “Sargento Keroro”⁶³, programas de televisión reconocidas como un reflejo de la vida cotidiana del otaku en Japón, hacen varias referencias del fanático y las maquetas de “Gundam”.

La serie de televisión Gundam es muy popular en Japón desde 1979, convirtiéndose en un icono del otaku japonés. En México no es una serie muy conocida, sin embargo los conocedores del anime japonés la han visto o han oído hablar de esta serie en sus diferentes versiones. Y se ha convertido en un elemento tan importante en la cultura popular japonesa que se ha construido un monumento de éste en Tokio con un tamaño de 18 m de alto:

“Como parte de la celebración del 30º Aniversario del anime Gundam, en Tokio han construido este mecha robot Gundam de tamaño real (escala 1:1). El grupo llamado Green Tokyo Gundam Project fue el encargado de construir la estatua por el aniversario, ésta también será parte del proyecto de Tokio para buscar ser la sede de los Juegos Olímpicos 2016.

⁶³Junichi Sato. *Sargento Keroro (KeroroGunsō)*. TV Tokyo, Japan, 1999. 182 episodios, 22 min.

Este Gundam de tamaño real mide 18 metros de alto. Está construido con materiales fuertes y resistentes al clima. Se ha prestado atención a varios detalles de la estatua, como letreros y placas. Todo está fabricado para durar.”⁶⁴

El estilo de vida de un fanático del anime está inmerso en la obtención del objeto de su devoción. Una mera satisfacción representada en su fetiche, los deseos cumplidos a través de éste; es la culminación momentánea del fanático, aunque esto no sea duradero y que, por ende, para los ojos externos sea tachado de una persona sin vida social. Una consecuencia que para la persona en cuestión no le importa en lo más mínimo.

La existencia del aficionado compulsivo, es tan común y es ejemplificado en todos los documentales y series de televisión referente a este tema, el placer de obtener un objeto de colección es tan importante para persona que lo compra que no puede dejarlo. Si es cierto que la compulsión es tan común y más en una sociedad de consumo, también es cierto que el otaku es mal visto por esta misma conducta⁶⁵.

El deseo de apropiación del objeto se vuelve en la obsesión de muchos aficionados, aunque son aislados los casos de agresión por parte de ellos. El sentimiento hacia sus pertenencias es un elemento más de su identidad, para ellos el objeto, ya sea una figura o un manga, no sólo es entretenimiento, es un símbolo de pertenencia, puede ser algo con lo que el comprador o fanático se identifique.

⁶⁴ Gundam de tamaño real en Tokio Japón. Fragmento tomado de la página <http://www.aeromental.com/2009/06/14/gundam-de-tamano-real-en-tokio-japon> Revisado por última vez el 11 de enero de 2010.

⁶⁵ Lamarre, Thomas. *An Introduction to Otaku Movement*. Texto electrónico en: www.brunel.ac.uk/4042/entertext4.1/lamarre1.pdf Revisado por última vez el 10 de diciembre 2010.

2.6 El Cosplay como ejemplo de estética del otaku

El *cosplay* es un elemento identificador, un símbolo de apropiación del personaje, por determinado momento, es usado generalmente en las convenciones en las que los aficionados están vinculados con la serie de su predilección. No solamente es una práctica única de Japón, sino que ya ha formado parte en las convenciones de diversos lugares del mundo. Aunque tiene diferencias importantes con respecto a la conducta de disfrazarse de manera ocasional en comparación con la de hacerlo en las convenciones.

El *cosplay* proviene etimológicamente del inglés “*costume play*”, interpretación de disfraces, practicado principalmente por jóvenes fanáticos de alguna serie, *manga* o *anime*. Consiste en disfrazarse de algún personaje (real o inspirado) de un *manga*, *anime*, película, libro, *comic*, videojuego e intentar interpretarlo en la medida de lo posible. Aquellos que siguen esta práctica son conocidos como *cosplayers*, siendo para ellos una de sus principales aficiones⁶⁶.

El *cosplay* se convierte en una forma de identificación social entre este grupo, volviéndose un vínculo emocional entre el personaje y el espectador que se apropia al menos, por un momento la personalidad del personaje, por lo que para el otaku no es un simple disfraz. El *cosplayer* se apropia momentáneamente del personaje que escogió como máscara, y esto en las convenciones destaca de manera tal, que otros aficionados lo admiran y se acerca a éste.

El *cosplay* puede ser elaborado como un traje completo con aditamentos incluidos, es realizado con tal precisión que podría durar semanas en terminar de confeccionarse. Por otro lado, puede ser de lo más sencillo con una simple diadema y cola de gato, conejo, etc. Esto es porque el *cosplay* es considerado más que un modo de expresión, una forma de ver la estética de anime japonés a la vida real, por lo cual el otaku respeta en cierta forma a los que se llegan a disfrazar en las convenciones.

⁶⁶ Definición de *Cosplay*, en <http://es.wikipedia.org/wiki/Cosplay> Revisado por última vez el 13 de diciembre 2010.



Gerardo Mares, Cosplay de Tifa, Expo comic TNT

Noviembre 2009. México.

La relación entre el aficionado y el *cosplay* se vuelve más compleja conforme se van identificando con el personaje al que representa, no sólo eso, puede llegar a levantar emociones a las personas que lo rodean, por lo que este elemento relaciona fantasía y realidad. Una característica importante en la comunidad otaku podría decirse que es la convergencia perfecta entre su imaginario colectivo, ya sea en el sentido erótico o el emocional. Pero el vínculo existe aunque sea por uno momento en lo que dura la persona con su disfraz.

2.7 El entorno social que rodea al otaku

Dichos estereotipos son una constante en la personalidad de los integrantes de este grupo, sin embargo, hay que considerar la situación en las que estas personas viven, Japón es una de las cinco economías más importantes del mundo, tan sólo 55 años después de ser vencida en la Segunda Guerra Mundial. Por lo cual su economía estaba en la banca rota, impulsada solamente por los países occidentales como Estados Unidos, principalmente.

Aunque ésta no fue la única razón por la que se levantó, su sociedad basada en el honor y el servicio, los hace considerarse como una nación muy solitaria, alejada de las pasiones y reprimida en este periodo, principalmente para levantar su país, volviéndose competitivos resaltando lo logros y castigando los fracasos.

Harumi Murakami, en su novela "Tokyo Blues", relata la situación de un Japón de los 60`s, con una circunstancia política y social muy dedicada hacia la excelencia, en la que muy pocos jóvenes podían soportar la presión en la que se encontraban⁶⁷, Un ejemplo claro de la situación y una razón por la que el anime estaba comenzando a tener una mayor participación en la sociedad de entonces.

Si hablásemos de un entorno social, la animación japonesa se vuelve en ese periodo en un modo de entretenimiento barato y al alcance de la mano, a través del manga y del anime. Ya que su forma de tratar las historias era sencilla y llamando la atención de chicos y grandes, convirtiéndose en medio de comunicación masiva, no sólo para niños, también para todo público.

Tomando en cuenta la situación social en ese periodo, podría considerarse que el anime se estaba volviendo una salida para la tensión de muchos jóvenes que estaban inmersos en esa sociedad. Por lo cual, no era de extrañarse que muchos de ellos, al no poder soportar esta presión, se refugiarán en este género a corto, mediano y largo plazo.

En su entorno familiar, puede existir un distanciamiento entre los integrantes de la familia y el individuo, y tras esta falta de confianza, ya sea por la constante presión que se ejerce sobre él este, se convierte en un desencadenante más para que la persona en cuestión, vean en este elemento un escape temporal de la vida cotidiana.

⁶⁷ Murakami, Harumi. *Tokyo Blues: Norwegian Wood*. Ed Tusquest, México, 2009. p. 314

Ciertamente la situación en México es muy diferente a lo ocurrido en Japón, pues ambas sociedades tienen diferentes posturas acerca de este fenómeno. Tomando en cuenta que el contexto histórico es muy diferente el uno del otro al enfocar las dos culturas. La búsqueda por la excelencia, es sin duda, una consecuencia de un código de honor tan arraigado en la cultura japonesa, como lo es el Bushido⁶⁸:

“Nitobe definió el término *Bushidô*, como las prácticas que debían observar los guerreros nobles (*bushi*, conocidos también como samuráis), tanto en su vida cotidiana como en el ejercicio de su profesión y que, en una palabra, se trata de los preceptos de la Caballería del “*noblesse oblige*” de la clase guerrera o, en otras palabras, del código de principios éticos enseñados a los caballeros y que deben por tanto de observar”.⁶⁹

Sin embargo, no se están dando estos ejemplos para criticar la estructura cultural o la sociedad japonesa en general. Es cierto que para que el fanático de la animación japonesa se introduzca en el consumo del anime, primero tiene que tener una afinidad hacia el producto, el fanático del anime comienza a adentrarse en la serie a su elección, eventualmente, decidirá que tanto verá de la serie elegida, ya sea por mero entretenimiento o como una forma cómoda de vida. Pero también es cierto que la relación entre la sociedad y las generaciones jóvenes se plantean incomprendimientos y eso desencadena la falta de confianza entre ambos elementos de la estructura social, principalmente por los padres y los hijos.

Goffman plantea una interacción social a través de una representación teatral en la que el actor social muestra un determinado tipo de máscara o faceta en cada momento de su actuación en la sociedad. Un rostro dentro y fuera de la intimidad o en un entorno social seguro o desconocido para el actor. Todo personaje que vive dentro de este entorno social está obligado por inercia o por

⁶⁸Rodríguez Navarro. M. Teresa. “*La Influencia Del Bushidô En La Constitución Japonesa De 1889 Y En El Edicto Imperial De La Educación De 1890*”. En Nuevas perspectivas de investigación sobre Asia Pacífico, Universidad de Granada, España 2008. p. 639.

⁶⁹Ibíd. p. 626.

costumbre, ocultar sus verdaderas pasiones en una sociedad que tal vez aún no los comprenda⁷⁰.

Considerando el interaccionismo planteado por Goffman, el *otaku* se convierte en un ser con estigmas que para una sociedad tan rigurosa como la japonesa, es primordialmente incómoda, ya que el otaku japonés al cumplir con los estándares primordiales, como es tener un trabajo de renombre, o en muchas ocasiones, una estabilidad económica.

El otaku no puede tener esas máscaras en Japón, siempre tiene un objeto que lo identifica, al menos hasta que éste decida dejar de ser un *otaku*. “Otaku no video”⁷¹ nos da un estudio documental de varias entrevistas a *otakus*, de las que retomaremos tres:

- 1) El primer entrevistado es un empresario de 35 años que vivió su juventud en la universidad como un otaku que participaba en convenciones, veía anime y leía mangas, incluso muestra una foto en la que él estaba con un *cosplay* de su personaje favorito. Al final de la entrevista, esta persona consideró aquella época como la mejor de su vida.

Este caso ejemplifica el momento en que un otaku deja su afición para insertarse en la sociedad, viviendo ahora como un empresario con traje y corbata. La persona cambió y se volvió en un individuo socialmente aceptado por el entorno que lo rodea. Sin embargo, ¿qué tuvo que sacrificar para insertarse en la sociedad?

Considerando esta pregunta, se podría llegar a la conclusión que esta afición es tan sólo pasajera y que culmina en el momento en que la persona comienza a tomar mayores responsabilidades en su vida y decide finalmente insertarse

⁷⁰Goffman, Irving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. 1989. p. 129.

⁷¹Takeshi, Mori. *Otaku no Video*. Estudios Gainax, Japón. 1991, 90 min.

plenamente en sociedad. Aunque existe otro caso en el documental que sería necesario mencionar:

- 2) Se trata de otro *otaku*, de origen portugués que se mudó a Japón y vive en un desván de una tintorería. Es igualmente aficionado al anime japonés, como en el caso anterior, sin embargo, esta persona vive su afición al máximo, y aun así se considera no ser feliz porque no había nacido en Japón.

Este ejemplo es contrario al primer *otaku* entrevistado en este documental. Aquí al vivir su afición al máximo, no logra insertarse en sociedad, lo que es más interesante, es que no es realmente feliz, porque no nació siendo japonés. El querer nacer en Japón es una negación total de su identidad personal al no ser feliz con su nacionalidad, lo que significa que sólo vive para y por el anime, por lo que con ello, puede que haya rebasado la línea que está entre la afición y el fanatismo.

Por otro lado, también se muestra la reciente influencia del anime japonés en el extranjero (en el documental precisa el crecimiento por el gusto del anime en Estados Unidos). Mostrando gráficamente que el 50% de una población aleatoria de 100 encuestados extranjeros llega a Japón con una afición a la animación japonesa⁷².

- 3) El siguiente *otaku* del documental, plantea un sentido emocional hacia un personaje de computadora de nombre Kioko. A él no le gusta salir, menos participar en actividades físicas al aire libre y generalmente plática consigo mismo. Considerando el año de 1987 en la que se planteó este tema en el documental, encontramos que se veía como un verdadero problema la soledad que expresaba. Esto conlleva al temor de relacionarse con los demás. Tenía una personalidad de aislamiento. Era un hombre solitario que vivía en su propio mundo y que no dejaba entrar a nadie en él.

⁷² Takeshi, Mori. *Otaku no Video*. Estudios Gainax, Japón. 1991, 90 min.

Este problema ha crecido aún más, y no sólo para los *otaku*. Ciertamente sería una consecuencia directa del crecimiento tecnológico, y con ello, la evolución de las comunicaciones por medio de las computadoras y las recién formadas redes sociales. Con lo que las persona que están en esta situación de aislamiento social ya no sienten la necesidad de salir a comunicarse. Simplemente entran en línea para tener un sinfín de “amigos”.

¿Qué nos quiere mostrar “Otaku no video” con estas entrevistas?, que los otaku tienen identidad propia y conviven a través de sus series animadas, sin embargo, existen personajes que en muchas ocasiones no logran distinguir su realidad, o podría ser que no quisieran afrontar el mundo, por lo tanto, es más viable vivir a través del anime. Este mismo problema lo encontramos muy claramente con los adictos a los juegos de video, que permanecen horas frente una computadora jugando y ganando un cierto prestigio en el juego, porque en la realidad es más difícil afrontarla.

“Otaku no video” se volvió en un documental psicosocial, en el que los otaku reflejan sus visiones propias del mundo y con perspectivas a futuro. Comparativamente hablando, es una forma de estructura juvenil con sus propias aspiraciones y con ideas, con base a su visión y estructura estética, así como una visión del consumo, a través de los símbolos recientemente obtenidos por ellos. Aunque no sólo es por medio del consumo, sino mediante de la creación de objetos y elementos, con base a su propio imaginario individual, y a su vez, convertirlo en colectivo.

También existen casos actuales fuera del documental que pueden llegar a un cierto extremo que para la mayoría de la gente sería muy difícil de creer. Tabo, un ingeniero japonés de 50 años, colecciona muñecas sexuales conocidas popularmente como “*Really Dolls*”. Más allá de una colección muy costosa que ha llegado hasta los 150 mil euros, el coleccionista se siente emocionalmente apegado a ellas: “Estas mujeres jamás me traicionarán, me serán siempre

fieles"⁷³. Esto deja como ejemplo que la sensación de soledad y aislamiento, es probablemente uno de los estereotipos, por el que se ha clasificado al otaku.

Con esto encontramos una dualidad que presenta este grupo en general, y en México, no hay excepciones, los fanáticos más recalcitrantes de la animación japonesa, viven inmersos en su afición, y en muchas ocasiones, viven realizando en cierta forma sus fantasías, mediante de la propia serie animada, alejan sus conflictos y complejos, a través del anime japonés, considerándolo como una forma de acicalar por un momento los duros trabajos de su vida cotidiana.



Takeuchi Hideki, Nishiura. *Densha Otoko*, Japón. 2005.

⁷³El harén de muñecas sexuales. En http://www.soitu.es/soitu/2008/06/04/tendencias/1212576690_435777.html revisado por última vez el 10 de enero de 2011.

CAPITULO III

INTERACCIONES Y OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN LAS ZONAS DE REUNIÓN DE LOS OTAKU EN EL D.F. MEXICO

El espacio es un elemento más en la forma de vida de un *otaku*, pues no sólo es una afición dentro del hogar. Por lo que las zonas de reunión y de entretenimiento forma también parte de su estructura social, ya que el producto a comprar no se vende en cualquier lado, necesita lugares específicos donde encontrar productos, además externar gustos y disgustos referentes a temas que el otaku considera importantes solamente para él, pues se está fuera del interés de sus familiares que desconocen esta afición.

Se consideraría primero que el otaku se concibe a sí mismo no sólo dentro de la privacidad de su casa, lo que conlleva a una intimidad que necesita para disfrutar de su afición. También necesita un espacio público que le permita identificarse e interactuar con otros que compartan su afición hacia algo, que no puede formar parte en su hogar o en otros lugares fuera de su zona de *comfort*.

Aunque es una característica de muchas tribus urbanas que se apropian de algún espacio público para interactuar⁷⁴, esto no ocurre en su totalidad con el otaku, pues aunque existe un sentido de propiedad entre este y los espacios a los que va; no es una característica que se podría comparar con la de los otaku japoneses cuyo barrio de Akibahara les da una pertenencia hacia su personalidad individual. Sin embargo, cabe destacar que no existe un barrio especializado en el anime dentro del Distrito Federal, tal como lo hay con sus homónimos orientales.

El horario también es un elemento importante en el entretenimiento del otaku. Se considera el fin de semana como una cuestión no sólo de rutina, sino también como modo de vida. Pérez-Oriol señala que:

⁷⁴Pérez-Oriol Costa: *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Barcelona: Paidós, 1996. p. 240.

“Al estar muy poco o nada ‘enganchados’ con la sociedad dominante, o sea, la sociedad de la productividad urbana (salvo el hecho básico de ser, en cierto modo y a pesar suyo, ‘hijos’ de esa sociedad), ese tiempo se convierte en algo poco relevante y ordinario. Por eso los miembros de las tribus necesitan imaginar algo significativo, algo que supere la anomia que genera el anonimato”⁷⁵.

Si bien es cierto que la pertenencia del otaku con el espacio a los que asiste no es total, también es cierto que la participación de éste en el momento de llegar es activa: comprar un objeto, cantar un *karaoke*⁷⁶, disfrazarse, compartir información virtual a través de dispositivos portátiles o el simple hecho de pasar el momento con sus amigos. Es para el *otaku* lo más importante en su salida al espacio público.

Al igual que existen lugares para grupos juveniles con respecto el comercio *underground*⁷⁷, como lo es el tianguis del Chopo y centros de entretenimientos como lo es Foro Cultural Alicia. El *otaku* tiene zonas de *confort* para el esparcimiento y el consumo de su afición. Aunque son pocas en las que los otaku del Distrito Federal se reúnen. Además, éstos no sólo se juntan en lugares para entretenerse, sino que también se convierten en un centro para expresar sus aficiones y sus gustos por el anime japonés.

El espacio de expresión y consumo en el Distrito Federal es importante para el otaku mexicano, como lo es para el otaku japonés el barrio de Akibahara. Aunque es cierto que no es a la par en tamaño y diversidad, si se habla en comparación, pero también es cierto que la relación entre el espacio y el

⁷⁵ *Ibíd.* p.135.

⁷⁶ El *karaoke* [japonés *カラオケ*, de *空* (*kara*, «vacío») y *オーケストラ* (*ōkesutora*, «orquesta»)] es una forma de cantar con pistas de canciones siguiendo la letra de la misma impresa sobre una pantalla. Etimológicamente, proviene de la palabra japonesa *kara* (空), que significa «vacío»; y *oke*, abreviatura japonesa de la palabra inglesa *orchestra*, «orquesta». Lo que significa que el cantante no necesita que una orquesta esté presente para cantar. Definición de *Karaoke* en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Karaoke> Revisado por última vez el 04 de marzo de 2011.

⁷⁷ *Underground* (subterráneo en español) es un término inglés con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial. En http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_underground Revisado por última vez el 11 de marzo de 2011.

individuo no se basa totalmente al tamaño, sino al símbolo que le da la persona.

Este espacio para un *otaku* consiste básicamente en un centro de reunión en la que los grupos determinados observan, consumen e interactúan con otros, ya sea a través de juegos de cartas como lo es el “Yu-Gi-Oh”⁷⁸, “Magic”⁷⁹, etc. También a través de juegos de video, la transmisión y compras de alguna serie de anime. Esto es en las zonas que están abiertas una vez por semana, de manera diaria, o periódicamente en un fin de semana cada cuatro meses. En el Distrito Federal, existen al menos cuatro lugares importantes para el desarrollo de esta recién formada comunidad. A continuación señalaremos cada uno de ellos.

3.1 Bazar del Entretenimiento y el Videojuego

La investigación respecto a esta zona consta básicamente de la observación participante, por lo que el periodo de investigación radicó en asistir al lugar cada viernes a lo largo de seis meses. Estos meses abarcaron del 5 de junio al 27 de noviembre de 2009, esta participación fue disminuyendo hasta asistir los sábados de cada mes, a lo largo de 2010 y lo que va de 2011. Dando una revisión continúa, no solamente a las novedades en venta, sino también observado el aumento y disminución de los compradores en este lugar.

Enfrente de la Torre Latino, se ubica el Bazar del entretenimiento y el videojuego. Para la comunidad de otaku en México, esta plaza se ha convertido en una zona de compra y venta de productos de animación japonesa en el DF,

⁷⁸Yu-Gi-Oh! (literalmente. «El Rey del juego») es un manga creado por Kazuki Takahashi, que ha dado lugar a una franquicia, además de múltiples series de anime, juegos de cartas, y numerosos videojuegos. En <http://es.wikipedia.org/wiki/Yu-Gi-Oh!>. Revisado por última vez el 11 de marzo de 2009.

⁷⁹Magic: el encuentro, originalmente en inglés Magic: The Gathering y frecuentemente abreviado como Magic, MTG y Cartas Magic, es un juego de cartas coleccionables diseñado en 1993 por Richard Garfield, profesor de Matemáticas, y comercializado por la empresa Wizards of the Coast. Magic es el primer ejemplo de juego de cartas coleccionables moderno, con más de seis millones de jugadores en cincuenta y dos países diferentes, permaneciendo vigente en la actualidad. Magic puede ser jugado por dos o más jugadores, cada uno de ellos usando un mazo individual. También existe una versión digital que puede jugarse on-line a través de Internet. En http://es.wikipedia.org/wiki/Magic:_el_encuentro Revisado por última vez el 11 de marzo de 2009.

y cada plaza de la computación en las ciudades importantes son un centro de reunión para las ciudades capitales de la República Mexicana⁸⁰. La que se encuentra en el DF está disponible todos los días con un horario de 10:00 hrs. a 20:00 hrs. y está ubicada exactamente en el Eje Central Lázaro Cárdenas #9.

La mayoría de las personas llegan con una vestimenta casual, destacando en muchas ocasiones el uso de una mochila o de un distintivo como una camiseta estampada de alguna serie de animada japonesa o estadounidense. Se observa que los aficionados no sólo van por un objetivo ya determinado, aunque ellos buscan lo que desean comprar, puede que en el momento de la búsqueda contemplan y adquieran otros elementos atractivos para su vista: una serie nueva, una película o una figura. Todo depende de los gustos del observador, y a veces, si alcanza el precio, puede llegar a llevarse lo que se tenía exhibido.

Se ha observado que la mayoría de los locatarios son también aficionados al género que venden, por lo que en muchas ocasiones la relación entre el vendedor y el comprador se vuelve también entre dos aficionados que comentan sus series favoritas, las discuten y defienden sus posturas, la cual cada uno se basa en gustos y desagrados.

En el lugar podemos encontrar una colección muy llamativa de los muy afamados “Caballeros del Zodiaco”⁸¹. Esta en particular se podría considerar muy costosa, ya que cada figura se cotiza entre los \$500 y \$900 pesos, según el valor que se le dé a cada una. En estos locales, los vendedores tienen objetos, que para sus coleccionistas, podrían llegar a precios muy elevados, dependiendo si es usado o si es nuevo, ya que éste se vuelve objeto de colección. El precio de producto (en específico, las figuras de ciertas series)

⁸⁰YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. Información obtenida en: <http://es.wikipedia.org/wiki/YouTube> Revisado por última vez el 14 de febrero de 2011.

⁸¹Saint Seiya (聖闘士星矢SeintoSeiya?), conocido en español como Los Caballeros del Zodiaco, es un manga del género shōnen creado en 1986 por Masami Kurumada y publicado originalmente en enero de 1986 en la revista Shōnen Jump de la editorial Shūeisha. Fue adaptado posteriormente en una serie de anime de 114 episodios, en tres temporadas en formato OVA con 31 episodios en total, en cinco películas animadas, sumando además precuelas y secuelas oficiales de la historia original, permaneciendo así vigente la franquicia hasta la fecha. En http://es.wikipedia.org/wiki/Saint_Seiya Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.

puede tener un cierto valor para este lugar, sin embargo, a esta plaza se le conoce más por la venta de tarjetas de colección, principalmente de “Yu Gi Oh” y de series en formatos DVD.

A partir de las dos de la tarde, el edificio ya está lleno por compradores que llegan interesados en los nuevos productos que han llegado ese mismo día. Uno de estos productos puede ser el nuevo capítulo de “Naruto”⁸² o “Bleach”⁸³, series que se están transmitiendo actualmente en la televisión japonesa por Tv Tokio, y que gracias a las descargas vía internet, son exhibidas en los mostradores de los locales que venden este producto y que es de mucho interés para sus respectivos compradores.

Por otra parte, no sólo se transmiten programas o se venden productos animados japoneses, también se encuentran muchos productos de origen estadounidense como son los *comic*’s de editorial Marvel, o DC’s, o para aficionados de otros géneros como la ciencia ficción como lo es Star Wars. En este sentido, por lo que se llega a observar, no existen divisiones entre el aficionado por el comic japonés y el estadounidense, por lo que ambos tipos de aficionados convergen en este lugar.

En este lugar, se puede encontrar discos, música y videojuegos, aunque en muchas de la ocasiones, este producto no esté regulado, ni tampoco sea original, lo que importa es estar al tanto con la serie que se está transmitiendo y necesita ver, saber en qué terminó cierta serie. Los comics o mangas pueden conseguirse de manera electrónica, para leerse en computadora o en algún otro aparato que disponga de las aplicaciones necesarias para ver imágenes o

⁸²Naruto (NARUTO ナルトー?) es una serie de manga creada por Masashi Kishimoto y adaptada al anime por Hayato Date, que narra la historia de un ninja adolescente hiperactivo, impredecible y ruidoso llamado NarutoUzumaki, quien aspira a convertirse afanosamente en Hokage, el máximo grado ninja en su aldea, con el propósito de ser reconocido como alguien importante dentro de la misma. En <http://es.wikipedia.org/wiki/Naruto> Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.

⁸³Bleach (ブリーチBurīchi?, romanizado BLEACH en Japón) es una serie de manga escrita e ilustrada por Tite Kubo y cuya adaptación al anime es dirigida por Noriyuki Abe. La obra está basada en un one-shot que Kubo había realizado para la revista Shōnen Jump después que canceló la publicación su primera manga, Zombie Powder. En <http://es.wikipedia.org/wiki/Bleach> Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.

archivos de texto, un elemento más en la lista de souvenirs que posee no sólo un otaku, sino todo aficionado al mundo virtual.

También llama la atención la asistencia de personas vestidas en cosplay, que aunque no son tan numerosos en comparación a los que asisten en las convenciones dentro del Distrito Federal, forma parte de la nueva identidad de estos jóvenes que ven en la animación japonesa una nueva manera de expresión de manera cotidiana y solamente en el periodo de alguna convención.

Con esto se podría explicar la importancia de este lugar, ya que por medio de la observación y de la interacción, se destaca el sentido de descubrir las expresiones y los gestos que los compradores demuestran al instante de alguna adquisición, aunque no es obligatorio adquirir algo nuevo, ya que el objetivo principal para el asistente es el de entretenerse.

3.2 Comic Rock Show

La investigación referente a este lugar consistió tanto en la revisión documental así como su observación participante dentro de las instalaciones, la cual se ubica temporalmente en los días sábados de cada mes. El trabajo de campo se realizó en las fechas correspondientes al mes de mayo hasta noviembre del año 2010. Eventualmente se ha dado un seguimiento menor a lo largo de 2011, reduciendo las visitas a solamente una vez al mes.

Este es un lugar más para la interacción entre la comunidad otaku en México. El pequeño tianguis conocido como “Comic Rock Show” está ubicado detrás del Centro Cultural Miguel Sabido, a espaldas de Foro José Martí. Tiene nueve años de haber abierto el espacio para reunir a vendedores de figuras coleccionables⁸⁴, comics y mangas, igualmente estos elementos se combinan con la música alternativa, además de otros aspectos como son los Juegos de Roll y tarjetas de juego.

⁸⁴ Historia del Comic Rock Show en: <http://www.comicsrockshow.com/> Revisado por última vez el 9 de febrero de 2011.

A lo largo de estos nueve años, el espacio ha tenido en foro a personalidades como Carlos Monsiváis “interesado en el mundo del comic”, Javier López “Chabelo”, Jorge Arvizu “El Tata”, Francisco Jiménez (Director editorial de Grupo Editorial VID), etc.⁸⁵. En este sentido se le da un cierto prestigio a este espacio para el fomento del comic mexicano, por lo que este lugar es un espacio importante para los aficionados del anime japonés, así como también para los aficionados de la ciencia ficción y el comic.

Al salir de Metro Hidalgo, a unos pocos pasos encontramos a muchos jóvenes reunidos con carpetas comprando, vendiendo o intercambiando tarjetas de juegos diversos, como los ya antes mencionados. Esto se ha vuelto un distintivo de este lugar, esos jóvenes no se les ve reunidos de esta manera en otro sitio, y esto se ha vuelto cotidiano todos los sábados, ya que es para el coleccionista de este tipo de objetos, es la ubicación perfecta para encontrar la pieza que falta.

Entrando al lugar encontramos varios puestos de figuras referentes a series americanas como lo es de Star Wars. Y en su mayoría, figuras de colección seminuevas u otras ya muy desgastadas. Por otro lado se logra observar que aunque que este lugar está más especializado a vender figuras y juguetes en comparación a la Plaza del otaku, es también que cada uno de sus productos (juguetes y comics) son deteriorados o muy usados, perteneciente a las primeras ediciones. Esto es lo que le da valor a la figura, ya que el comprador en especial está en la búsqueda de ediciones ya atrasadas para completar su colección.

La mayoría de los locales venden, además de Star Wars, productos de G.I. Joe, Marvel, o productos muy escogidos de McFarlen, especializándose en su mayoría a las colecciones estadounidenses. Además de verse en este mismo espacio armas medievales combinando la ficción y la fantasía. En cuanto al anime, se venden mucho los productos de animación japonesa,

⁸⁵ *Idem.*

primordialmente, Caballeros del Zodiaco, pero es en el video y la música, así como en tirajes de mangas, lo que puede destacar su mayor venta.

En el interior del lugar, encontramos un pequeño espacio en el que existen diversos eventos, como lo son las conferencias de las personalidades ya mencionadas y conciertos musicales. En los conciertos se apoyan a grupos no comerciales, mediante un escenario en donde puedan difundir su música y asimismo concentran géneros musicales alternativos como lo son *hard rock*, *punk*, *metal*, *gótico* y *de anime*, conocido en la comunidad otaku como *J-Music*⁸⁶.

Algunos se quejan por los precios de los productos que se venden, o por la capacidad insuficiente del espacio, “que está totalmente lleno en un lugar reducido”, o por el precio de acceso impuesto que ha parecido excesivo, etc.⁸⁷ Pero es sin duda uno de los pocos sitios en el que se puede fomentar el esparcimiento y el consumo de productos de animación japonesa que la persona necesita para satisfacer su afición hacia ésta. Por lo que para el otaku del Distrito Federal es uno de los espacios de identidad no sólo en lo individual sino también como comunidad.

3.3 “La MOLE”

La investigación en este lugar consistió en la observación participante durante las fechas de las ediciones del 16 al 19 de julio y del 18 al 20 de diciembre del año 2009 y en los días 16 al 18 de julio y 17 al 19 de diciembre de 2010 asistiendo tres días de edición en cada uno de los eventos.

Esta exposición se ubica en el Centro de Convenciones Expo Reforma, en la zona centro de la Ciudad de México, en la calle de Morelos; cerca del Paseo de

⁸⁶El *J-Music* es “el nombre de la música japonesa (*Japanese Music*) que se usa para diferenciarla de la música occidental. Dentro de esta corriente existen diversificaciones: J-Rock, J-Pop, Visual-Rock, etc.” En: <http://budokaicenter.bligoo.com/content/view/65061/Que-es-J-MUSIC.html> Revisado por última vez el 24 de febrero de 2011.

⁸⁷ Esta información se obtuvo de un foro sobre pros y contras del Comic Rock Show En: <http://www.comicastle.com/foro/archive/index.php/t-417.html> Revisado por última vez el 01 de septiembre 2011.

la Reforma y de la estación del Metro Juárez. Está abierto solamente tres veces al año, por lo que se le da una convocatoria importante dentro de la comunidad y una afluencia de aficionados, no aficionados y niños lo que la hace más numerosa comparada con los eventos semanales de las convenciones anteriores⁸⁸.

La experiencia comienza antes de entrar al evento. Afuera se encuentra un tianguis clandestino que se pone los días del evento, en donde venden figuras, videos y otros *souvenirs* para coleccionistas, en su mayoría usados, aunque más baratos comparativamente hablando con los precios que ofrecen dentro del evento. Las personas, y principalmente los niños, son atraídos por las curiosidades que tienen los puestos.

Es un lugar muy amplio y bien organizado, el cual en el transcurso del día, va en aumento el número de los asistentes. Sin embargo, no se encuentra ningún local vacío, todos vienen a ver las cosas curiosas y fetiches de la temporada, desde las figuras de modelaje, estampas, playeras, inclusive los peluches de personajes famosos de anime.

Los videojuegos son un elemento más en la amplia gama de actividades dentro de esta convención. Las consolas, que generalmente son las que están de moda, son utilizadas para diversos juegos muy populares entre los jóvenes que las usan. No sólo eso, la presentación de juegos de videos recientes y populares, para sus diversas marcas, hace más llamativo el interés de éste para los aficionados de los juegos virtuales.

Otro elemento a destacar, es el manejo de cosplay como forma de expresión, pues encontramos diversos tipos de disfraz. Algunos simples y otros muy elaborados, no solamente representativos de la animación japonesa, sino también del comic estadounidense y de videojuegos. Ver este fenómeno es común en estos lugares y es un atractivo para las personas que no son muy aficionadas al comic-manga.

⁸⁸ Información obtenida en <http://www.lamole.com.mx/> Revisado por última vez el 12 de marzo de 2011.

Dentro de La Mole, encontramos una serie de locales en donde venden diversas cosas, en su mayoría suvenires, juegos de cartas y música, películas de culto y libros de ciencia ficción y fantasía, y en cierta forma no difiere en esencia al modo de comercio del Comic Rock Show. Sin embargo el uso del espacio está también enfocado para conferencias y eventos variados, principalmente, performance, conciertos y concursos de cosplay.



Edgar Sámano. Cosplay Ironman. México, Expo Comic La Mole 31, 2010.

Los locales en este tipo de eventos están distribuidos según los gustos de los compradores, en una parte están los aficionados de anime; por otro lado, el del comic estadounidense o para los aficionados de *Star Wars* y otras series de ciencia ficción. Aunque los asistentes generalmente visitan todos los locales, en estas ocasiones, en el que el evento es más llamativo, los convidados se presentan a los lugares en donde se sienten más identificados.

Existen ciertos cosplay en vivo que despiertan el imaginario erótico del *otaku*, al igual que con el *otaku* japonés, el mexicano lleva su cámara fotográfica o celular y toma fotos del disfraz de su preferencia, personajes diversos posando al lado de su aficionado ya sea según la personalidad del personaje y del gusto de la persona. Esto se convierte en una relación parecida al de una estrella de

cine y rock y el de sus aficionados, aunque a menor escala, pues existe este vínculo de identidad entre el fan y el ídolo, se plantea una interacción momentánea.



Edgar Samano, Cosplay Maid, México. Expo Comic La Mole 18, 2009.

La relación entre los *cosplayer* se vuelve un tanto estrecha en este lugar. Se logra ver un rincón en el que sólo ellos pueden estar, ya sea para descansar o comer, se trata de un lugar en el que solamente teniendo un disfraz pueden formar parte de aquel círculo, dejando marcado un espacio que separa entre ellos y los que están vestidos de manera normal dentro del propio espacio en el que ellos forman parte.

El evento final de la convención es la presentación de *cosplay*, convirtiéndose en una de las atracciones principales de la exposición, por lo cual, mucha gente se queda a verla. En este evento se siente la emoción de la exposición en el escenario, disfraces diversos pasando por el escenario, hombres y mujeres aplaudiendo y silbando de emoción (es lo que se oye al presentar a cada uno de los participantes).

Al final, los *cosplayers*, siguen la fiesta del evento en casa de amigos, convirtiéndose en una fiesta que no es simplemente de disfraces, sino también de personajes que ellos interpretan. Se trata de una máscara que ellos portan para desahogar sus emociones de la vida cotidiana, de tomar prestada una identidad en la que ellos sienten afinidad y pasarla bien con sus amigos y conocidos que comparten la afición, no exclusivamente por el anime en general, sino por los símbolos que en ellos representan.

Al igual que en el Comic Rock Show, dentro de las instalaciones de La Mole, se consume comida china y japonesa. Por lo que para muchos de ellos es una experiencia que forma parte del momento, y su gusto por ella es evidente, el comer un alimento o una golosina exótica de origen oriental (de preferencia japonés) es también una forma de apropiarse de la identidad, un probada de cultura japonesa los acerca a identificarse un poco con el país de origen que produce el anime en general.

La Expo Comic La MOLE, en sus variables presentaciones ha hecho una participación importante en el desarrollo por la afición del entretenimiento a través del comic y el manga. Con la fama de sus antecesores, ya desaparecidos como son la CONQUE⁸⁹ y la MECYF⁹⁰, la expo La Mole ha aprovechado el rápido crecimiento de la afición otaku en el Distrito Federal.

3.4 Las convenciones “TNT”

La observación participante en este evento, al igual que en La Mole, consistió en asistir durante las fechas del 30 de octubre al 2 de noviembre de 2009, del 30 de abril al 3 de mayo de 2010, y del 30 octubre al 2 de Noviembre de 2010. Se tomaron fotografías e interactuó, tanto con los vendedores, como con los asistentes.

La expo TNT y sus diversas presentaciones se desarrollan en el Centro de Convenciones Tlatelolco, ubicado en Av. Manuel González # 75 col. Guerrero, en la Delegación Cuauhtémoc, México, DF, a no más de tres cuadas del Metro Tlatelolco. Es uno de los eventos más importantes para la comunidad otaku

⁸⁹La Convención Quetzalcóatl CONQUE fue la primera que se organizó en la Ciudad de México y generó todo un suceso en 1994 hasta su última edición en el 200. Información obtenida de <http://www.animedia.com.mx/animecomics/convenciones/conque.html> Revisado por última vez el 12 de marzo 2011.

⁹⁰La MECYF es la segunda convención de comic en la Ciudad de México. Inició en noviembre de 1995 hasta su última edición de 1998. Información obtenida en <http://www.comicastle.com/foro/showthread.php?t=5053> Revisado por última vez el 12 de marzo de 2011.

dentro de la Ciudad de México, no sólo por el contenido de sus programas, sino también por la convocatoria que éste tiene dentro y fuera de la comunidad.

La expo TNT no difiere mucho de los programas establecidos por La Mole, pero comparar La Mole y la TNT sería imposible, ya que cada uno toma diferentes posturas a pesar de estar dirigido a un mismo grupo en específico, un ejemplo es que en La Mole está más encaminada hacia los productos estadounidenses que a los productos japoneses, al contrario del enfoque de venta planteado por la TNT.

En cierta forma La TNT no sólo se enfoca hacia el comercio y consumo de productos de anime, sino que también se dedica a la apreciación de la cultura japonesa a través de su música tradicional y otros tipos de elementos exóticos no solamente de origen Japonés, sino de otras culturas, como lo es el “Baile Árabe” o “*Bellydance*”, así como la música alternativa, o los *cover*’s de música de anime tocada en versiones instrumental de cuartetos de cuerda y voz. Igualmente, la presentación de intérpretes originales del *J-Music*, y de campeones internacionales de cosplay han hecho que la TNT capte más público y sea considerada por la mayoría como la mejor convención de anime en la actualidad en el Distrito Federal⁹¹.

La experiencia comienza solamente saliendo del vagón del metro, ya que encontramos a varios *cosplayers* vistiéndose para caracterizarse de sus personajes, además de estar reunidos con amigos para iniciar el camino hacia el lugar. Cabe aclarar que ellos siempre procuran evitar problemas con las autoridades del metro y respetan las instalaciones del lugar.

⁹¹Revisando varios foros de discusión en internet, se contempla un censo en el que se considera mejor la T.N.T en comparación a La Mole, estos foros están ubicado en: La TNT vs La Mole ¿Cuál es la mejor?

<http://vamf.wordpress.com/2009/09/10/la-tnt-vs-la-mole-¿cual-es-la-mejor/>

TNT o la Mole..? - Foro Anime

<http://foroanime.com/foros-de-anime/convenciones-y-eventos-565/tnt-o-mole-83428.html>

¿QUE EL LA MOLE Y LA TNT Y COMO FUNCIONAN?

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100902144232AAXY5op>

¿Donde es mejor la mole o la TNT?

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20101127225609AAGZgjO>

Al llegar caminando del Metro Tlatelolco al Centro de Convenciones Tlatelolco encontramos vendedores ambulantes en las calles. En su mayoría, son los mismos vendedores que se ponen fuera de “La Mole”, ofreciendo las mismas figuras seminuevas o ya muy usadas, los videos piratas que no lograron venderse en las convenciones anteriores, los cuales se venden mucho, así como los discos musicales y videojuegos, ya sea de manera virtual, vía USB u originales en sus diversos formatos existentes y sus respectivas consolas.

Al entrar a las instalaciones, encontramos una asistencia muy concurrida con locales en todo el edificio, asimismo se puede ver presentaciones de películas, series y conciertos de diversos géneros. Éstos son tan sólo un aditamento para la exposición, ya que en el lugar existen dos escenarios: en el primero hay eventos de grupos de música de *Hard Rock*. En el otro, se encuentran representaciones culturales, como lo es la danza árabe o los tambores Japoneses. Todos estos eventos atraen a diferente público, muchos por interés en el tema y otros por curiosidad. Sin embargo, cada escenario tiene una convocatoria y el público disfruta las actividades, no sólo por los temas, sino también por el ambiente.

En el piso de arriba, encontramos los locales de modelaje, dibujo así como juegos de rol y un grupo de gente reunida para cantar en karaoke las canciones de animación japonesa. Solamente la sensación de verlos atrae a la gente, aunque la proyección del video sea borrosa y no cante con la afinación apropiada, la diversión en las personas es real en el momento en que varios más corean las canciones para acompañar al intérprete.

Observamos también una zona medieval, donde venden productos como espadas de esponja, arcos y escudos de ornato. Además exhiben eventos de tiro con arco y de esgrima medieval, por lo cual la gente observa y se divierte con las espadas, sin causar daño alguno, por lo que se generan eventos de competencia con espadas invitando a personas del público a luchar. Ciertamente al participar en éstos, se hace sentir la emoción de vencer al oponente y sirve como un desestresante para aquellos que participan en la

competencia, dando con ello una personalidad diferente a la que adopta en su vida cotidiana.

Al igual que en la convención de comics de La Mole, el *cosplay* forma parte de la vista general de los asistentes, en donde los *cosplayers* posan para los fotógrafos profesionales y amateurs, esto se vuelve cotidiano en este tipo de eventos y es un atractivo más para aquellos que conocen el mundo no sólo del anime, sino también del manga *comic* y del videojuego.

Finalmente, la convención termina por un lado, con el concurso de *cosplay* y, por el otro, con el concierto realizado por alguna personalidad venida de Japón, como lo fue en su momento JAM-PROJECT o Halko Momio, famosa cantante de anime japonés. Tanto el primero como el segundo, causaron tal convocatoria que no hubo espacio en las instalaciones para que entraran todas las personas para ver los conciertos.

En la clausura del evento, los asistentes se retiran poco a poco, hasta que se vacía el lugar y están a la espera de una nueva convención, que será en tres meses. Al igual que al término de la expo La Mole, muchos *cosplayers* se juntan para seguir la fiesta en casa de alguno de ellos, unos más se dirigen directamente al metro para regresar a sus casas. Algunos revisan las nuevas adquisiciones que han obtenido a lo largo del día y otros decepcionados por no haber conseguido lo que querían, ya sea porque no había o porque no alcanzaba el dinero para obtenerla.

El anime-manga ha obtenido a lo largo de estos 12 años una convocatoria creciente, consecuencia de la población infantil de ese entonces en la que ahora se vuelve un consumidor con poder adquisitivo y son en estas convenciones, donde ha crecido su convocatoria a lo largo de los años, por lo que es una buena forma de medir la importancia que ha obtenido el anime en muchos jóvenes mexicanos.

Con estas convenciones y espacios para los consumidores de anime se ve que no sólo se enfocan exclusivamente a este rubro, sino que en la visión se

abarca el comic americano, la novelas de fantasía y de elementos populares mexicanos, como lo es la lucha libre, logrando con esto una convivencia que no se podría hacer en otros lugares.

Esta combinación podría formar parte de una gran diferencia entre el aficionado mexicano y el *otaku* japonés, en la que el *otaku* japonés se especializa en tan sólo un rubro y queda enfocado sólo a esta especialización, mientras que su homónimo mexicano, a pesar de estar enfocado al anime japonés, también está abierto a un entretenimiento homogéneo que aborda todas estas convenciones.

Esta homogeneidad existe porque es más fácil juntar esta población que sea aficionada a cada uno de estos hobbies. Por lo que la población de cada uno se combina, sin embargo es un hecho que el número de aficionados al *anime* japonés ha crecido mucho a lo largo de estos 10 años, ya que los puestos en su mayoría se vende este género, ahora superando por mucho a los productos de Star Wars.

3.5 Características de los otaku en las zonas de reunión

Si pudiésemos dar ejemplos claros del desarrollo ritual en la formación de grupos minoritarios, como lo platearía Goffman en “Estigma: la identidad deteriorada”, el individuo está tratando de adaptar sus conductas cotidianas con las peculiaridades propias de su afición con el mundo “normal”. Sin embargo, estas características peculiares en muchas ocasiones tienen que ser expresadas en estos lugares para su propia satisfacción⁹².

En dichas ocasiones, el *otaku* relativamente es mayoría en estos lugares, aunque no son los únicos compradores y participantes dentro de estos espacios. Ya que existe una población que está dispersa en otras aficiones encausadas con elementos que no son obligatoriamente las del anime japonés.

⁹²Goffman, Erving. *Estigma; la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 1970. p. 155-156

Esto es porque están más identificados al *comic* estadounidense, cine y literatura de ciencia ficción y fantasía.

Estos no dejan de ser una agrupación con el objetivo en común de obtener algún objeto para su colección. Y es en donde lo normal es a la vez, lo mal visto. Un ejemplo de esta situación es cuando los cosplayers solamente están con sus iguales y aunque participan en las peticiones de los fotógrafos, hay un distanciamiento marcado hacia el que no tiene disfraz, que está claro que no existe una compatibilidad mutua.

El estar disfrazado de un personaje famoso tiene un entorno diferente, ya que converge la relación entre las personas por el que es admirado y otros semejantes que éste admira. Esta acción de llevar la cámara y la emoción de tomar fotografías, es la misma que tiene el ídolo, en este caso el *cosplayer*, al recibir la petición de que se tome una foto con un asistente. Por ese momento para los ojos del espectador, la persona no representa al personaje, es el personaje en sí, por lo que su afición hacia éste se acrecienta y quiere captar el momento en el que vio a su personaje.

3.5.1 La vestimenta

Con respecto a la forma de vestir del otaku: se destaca en todos los eventos la ropa sencilla, exponiendo en muchos de los casos, elementos que se pudieran distinguir a simple vista, por lo que no se puede identificar quien es y quien no es un *otaku*, estas distinciones se ubican principalmente por los elementos referentes a sus gustos y aficiones, los cuales generalmente se presentan con bandas en la frente, camisas, dijes o pulseras representativas de sus series favoritas.

Al observar en los lugares, se ven que son pocos los visitantes que llegan con una camiseta estampada que destaque alguna serie de anime, por lo que estas camisetas en muchos de los casos no son representativas de la cultura otaku, solamente en contadas ocasiones, observamos una coincidencia entre el

aficionado a la animación japonesa y su forma de vestir, destacando el hecho de que estas personas suelen ser los más aferrados en su afición.

Otra característica a destacar en algún elemento de la ropa, es que la mayoría de los asistentes cargan en sus espaldas mochilas, aunque ésta es una característica general entre los estudiantes y muchos jóvenes. Por lo que cabe señalar que en los días no laborales, el llevar mochilas cada uno de los pequeños grupos que forman esta comunidad, es básicamente para mover suvenires, como figuras, videojuegos, videos de *anime*, *mangas*, *comic*, etc.

La vestimenta característica para identificar a un *otaku* es el *cosplay*. Se concluyó con la observación participante, que solamente es utilizada en eventos con más convocatoria y fechas menos frecuentes, como lo son las convenciones. Estos elementos de apropiación y de caracterización de los personajes con identidad hacia el aficionado, son representativos en el gusto del *otaku*, pero también son elementos de identidad para quien lo caracteriza.

Éste sería un buen ejemplo de lo que Goffman plantea al desarrollar la búsqueda del nivel u honor dentro de esta área llamada como status. En la que el *cosplay* se convierte dentro del lugar en una persona deseada con el disfraz, con sus puntos a favor (al menos en la mayoría de los casos), y el individuo vestido normal debajo de aquel que tiene el honor⁹³.

En el uso de la ropa y el manejo del lenguaje, encontramos elementos que permiten al individuo desarrollarse y desenvolverse en un entorno, cuyo objetivo es el del entretenimiento, en este caso del *otaku* y otros jóvenes con aficiones similares, al formar parte de una relación entre el lugar y la persona. Los rituales a través de conferencias, los conciertos, la participación del grupo en eventos, el entretenimiento en sí, son parte importante de la construcción social de la identidad de la persona y el grupo.

⁹³ *Ibíd.* 158.

En el *cosplay* se logra observar una interacción sin necesidad de una comunicación directa. Como ya se ha mencionado anteriormente, esta relación se ve claramente entre los cosplayers y los fotógrafos. Dos elementos importantes que existen en estas convenciones, de las cuales se observa un vínculo de la expresión estética y la admiración hacia ésta.

Esta actividad en la que el fotógrafo obtiene imágenes de su objeto de admiración, en este caso el *cosplay*, se vuelve en una relación en la que tanto el fotógrafo busca una apropiación de la imagen y, a la vez, el *cosplay* está en la exteriorización de su personalidad disfrazada y la cual se pierde en el momento en que se quita su disfraz.

Se desarrollan ciertas normas en esta relación, como la de mantener un respeto mutuo dentro de la interacción en la toma fotografías, por parte del fotógrafo o el de posar para las cámaras para los *cosplayers*. Esta relación de formalidad es una manera de inserción social para una comunidad que está desligada de la estructura dominante, y ésta es una característica más de los grupos juveniles y de los *otaku* que desean obtener una identidad que los destaque.



Rodrigo Mares. Karaoke de J-Music; México. TNT especial 2011.

Por otro lado, la moda influye en los consumidores y los *otaku* no son la excepción, esto se vuelve un elemento importante en el desarrollo del individuo. Y más aún, si esta persona espera

impacientemente la llegada de cierto objeto venido de Japón.

Por lo que el gusto por este objeto se va acrecentando más y forma parte de su vida, ya no sólo por el placer, sino también por un cierto nivel de obsesión.

La esencia de la moda según Simmel, “(...) consiste en que en ella participa un sector de determinado grupo, mientras que el grupo como tal se halla de camino hacia ella”⁹⁴. Por lo que se vuelve un elemento importante para la realización completa de la individualidad de la persona. Un ejemplo a esta situación lo encontramos en la comida y en las golosinas originarias de Japón, ya que se podría mencionar ciertas galletas en forma de palitos que se hicieron muy famosas gracias a ciertos capítulos de anime japonés. Por lo que se puede considerar el hecho que éstas pueden influenciar a sus consumidores y adentrarlos a un mercado propio y especializado.

3.5.2 Su lenguaje y la relación social con su entorno

En cuanto al lenguaje, encontramos elementos característicos en el uso de palabras japonesas para ciertas circunstancias, como en algunos casos, el comer, sonidos de expresión e impresión. Elementos propios que se usan no solamente para identificarse o definirse, sino que en muchas de la ocasiones, lo hacen para expresar sus emociones y gustos que generalmente se pueden manifestar con palabras comunes en México.

Aunque las palabras japonesas no son tan usadas como se imaginaría entre este grupo, ya que es más un cierto tipo de complemento en su vida cotidiana para su entretenimiento, con base a lo que se ha observado, solamente se utiliza el japonés en la mayoría de la ocasiones para cantar los *opening* o el *ending* de las series de animación japonesa.

Para muchos aficionados, el sólo tener un momento de expresión, a través del consumo y el entretenimiento, es más que suficiente para pasar un rato agradable. Pero en otros casos, la expresión de sus emociones está reflejada en elementos individuales como la ropa y los trabajos propios que hace cada uno de los aficionados.

⁹⁴Simmel, George. “*La moda*”. En Cultura Femenina y otros ensayos. Buenos Aires; México: Espasa Calpe, 1944. p. 47.

Algunos otaku, aprenden japonés para traducir canciones y, en otros casos, para traducir y subtítular series que les gusta, dándoles su toque personal en la traducción. En estos ejemplos vemos muy claramente a los grupos de los que manejan el subtítulo de anime, (mejor conocidos como “fansub”⁹⁵) como son “Athena no Seinto” y “Frozen-Layer Fansub”, grupos que se han dedicado al trabajo de los subtítulos.

En el comercio, se vuelven parte importante de la distribución del anime no sólo en México. Desgraciadamente, al no estar licenciados por la casas productoras, el trabajo que ellos realizan se vuelve apócrifo, muchas veces son tratados como generadores de la piratería. Pero el placer de contribuir a la difusión de este producto se ha convertido en el objetivo de muchos de estos *fansubs*.

El lugar en el que se desenvuelve la interacción es una parte importante para los *otaku*, los cuales conviven con cierta tranquilidad y armonía. Aunque no forman parte de grandes grupos, ya que asisten, generalmente en conjunto de dos a cuatro personas. Esto pasa por que la convivencia al comprar u obtener algún producto, se limita solamente entre el individuo y sus allegados.

La expresión corporal es muy susceptible, al menos al principio cuando no se está familiarizado a este tipo de eventos. Al principio parecería al de una plaza comercial o un tianguis en la que el comprador llega a un puesto y la relación se queda solamente en la transferencia de producto y dinero. Sin embargo al ver la relación comprador y vendedor en este tipo de eventos, se observa una participación muy activa entre estos dos individuos.

El regateo es un elemento activo en la relación de los aficionados y existen varios métodos para hacer que el precio del objeto sea más bajo. Conformando una característica importante del grupo, por lo que el otaku, da más aprecio al

⁹⁵*Fansub* es la contracción de dos palabras inglesas *fan* y *subtitled* (Lit. subtítulado por aficionados). Se refiere a aquellos vídeos, películas o series de televisión que son traducidas por aficionados, desde su lengua original, sin autorización de los propietarios de los derechos. En <http://es.wikipedia.org/wiki/Fansub> Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.

producto si éste ha bajado de su costo original. Por lo que el valor del producto obtiene un valor aún mayor, si sumamos el tiempo en que lo buscó o que tan aficionado sea a éste.

Existen casos como lo son los juegos de tarjetas estratégicas en las que participan más de cinco personas y con ella la relación e interacción es distinta, la competencia se hace parte en la relación. Y al terminar el juego, algunos de ellos comparten trucos o venden sus tarjetas. Por lo que en tanto la compra-venta dure, los individuos tienden a formar una sociedad.

En los *karaokes*, el aficionado disfruta de la canción que está interpretando, lo cante correctamente o no, a la mayoría de la gente tampoco le importa, es tan sólo vivir el momento, de disfrutar e intentar formar parte del espectáculo que el lugar te ofrece. Esto es parte de lo que un *otaku* vive en las convecciones y en los bazares antes mencionados. Para un aficionado que se jacte de serlo, el placer no sólo está en comprar cosas, sino que también está el llevar su afición más allá de la televisión y la computadora, más que un gusto, es su forma de vida en el complementar el anime o su afición con el exterior que no lo comprende.

Para el entorno exterior, el *otaku* es un soñador que vive fuera de su realidad, en un manga o un anime, y por lo que aún no ha madurado. Deseando y fantaseando con vivencias fantásticas. Como lo plantean los sociólogos que han estudiado el tema de los otaku en Venezuela: Perez Hernainz y Carmen Corina: "(...)el *Otaku* es acusado de vivir dentro de las historias, de no estar en la realidad, de estar loco, de ser un extraño. Ante estas acusaciones, el otaku apela al carácter temporal y limitado de su mundo de fantasía"⁹⁶.

Sin embargo, la necesidad de compartir su afición con otros, le da la capacidad de desarrollarse al modo de adaptar su realidad con su fantasía. Pero cabe la posibilidad de que algunos no puedan adaptarla por lo que el problema en su

⁹⁶Hernáiz, Perez y Carmen Corina. *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno*. Universidad católica Andrés Bello. Facultad de ciencias económicas y sociales. Caracas, Venezuela. 2009. p. 179.

entorno lo obliga a aislarse de éste y convivir básicamente con su soledad en la que no se identifique con nadie que no comparta con su afición.

Si el *otaku* es fantasioso o no, es un hecho que forma parte de la juventud en sí, ésta se desarrolla con base en las fantasías y deseos que uno se plantea. Sin embargo, el problema radica cuando, en la búsqueda de su felicidad y la realización de su fantasía, esté implicada también la desgracia hacia el otro, por lo que al poner diferencias en esta frontera, los jóvenes están en pleno derecho de desear lo imposible.

El tema del *otaku* es interesante por su complejidad y es menester de la sociología interpretar, reconocer y reflexionar fenómenos sociales como este tema. Con este trabajo se pretende explicar bajo un enfoque sociológico, varios mitos y estereotipos hacia este grupo *otaku*, que se caracteriza por, identidad que los mantiene en cierto status quo dentro de su misma comunidad.

CONSIDERACIONES FINALES

En esta investigación se ha analizado la importancia de un grupo emergente dentro de la República Mexicana, así como la recepción de una sociedad, que si al principio no se había considerado e incluso se rechazaba culturalmente, no sólo en Japón, como país de origen. También en los países que han recibido a la cultura otaku más que como mera afición, como un modo de vida.

Durante estos 30 años, la animación japonesa se ha extendido por varios países occidentales y se ha comprobado que los jóvenes reciben influencia de ésta desde la infancia, y eventualmente, encuentran en un medio de entretenimiento. Sin embargo, para otros, lo asumen como una nueva forma de desahogo, incluso como parte de su vida.

Este grupo aficionado al manga y anime, se ha convertido en una nueva forma de expresión social en el Distrito Federal, transfiriendo esa visión de su propio mundo, a través de actividades culturales y entretenimiento. Todas estas actividades están influenciadas en sus series y videojuegos favoritos que ha visto y disfrutado desde su niñez.

Ésta es una de las causas para que una persona se vuelva un otaku en la actualidad, considerando las crisis de instituciones en el presente como lo son la educación y la familia, por lo que ven en la televisión, o en este caso en el anime, un medio alternativo de educación y por lo cual, se asumen otras consecuencias dentro de la educación social en los jóvenes.

Es el avance acelerado de la tecnología otra causa directa del crecimiento constante de los otaku, constituyendo a un grupo, al igual que otros, muy dependiente de esta. Ya que en ella encuentra un espacio alternativo por donde puede dar nuevas formas de expresión y compartir con más personas

sus aficiones y gustos especializados, como son las imágenes y otros datos transferibles.

Herramientas como internet y aplicaciones de éste, como lo son las redes sociales y los juegos virtuales, y en general, los medios de comunicación, unen esos núcleos sociales en los jóvenes de la actualidad. Esto ha influido en la percepción social por parte de dichos grupos, no sólo eso los medios tradicionales de socialización han cambiado y la otredad del individuo se puede expresar a través de estos medios sin la necesidad siquiera de salir de casa.

Sin embargo, como se ha visto, la formación del otaku como persona va vinculada con nuevos tipos de valores que el individuo va adquiriendo a lo largo de su momento como aficionado, junto con estas herramientas tecnológicas. Para él, el anime lo lleva a lugares y situaciones dentro de una fantasía que lo saca de una vida cotidiana en la que no está a gusto en él. Se trata de un modo de vida diferente:

“Este nuevo tejido social, estas nuevas estructuras que la sociedad está modelando a partir de la experiencia postmoderna y del consumo mediático, adquieren centralidad en el momento de abordar el estudio de Internet como medio de masas”.⁹⁷

Esta herramienta, al moldear los nuevos valores contradictorios a los más tradicionales como lo son los japoneses, entra en un conflicto constante, por esta ruptura paulatina que hay entre los jóvenes que están inmersos en esta tecnología y los cánones dominantes. Esto ha provocado que los individuos que aún viven bajo una estructura convencional critiquen y rechacen estas nuevas visiones que no comparten ni aceptan.

Éste también es el conflicto principal del otaku en México, ya que la mayor crítica que se hace al anime japonés en años anteriores, era el de la violencia

⁹⁷CEBRIÁN, J. L.; (1998): “La xarxa”. En *jóvenes y culturas del siglo XXI*. Versión electrónica: www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=941240512 Revisado por última vez el 11 de junio de 2011.

extrema y los desnudos que se presentaban en horarios familiares o infantiles. Lo cual ha provocado que por varios años dejase de transmitirse anime en la televisión abierta a excepciones de series muy exitosas, provocando de cierta forma, el crecimiento de la compra ilegal.

Es verdad que para muchos, la identidad del otaku está considerada dentro de Japón bajo una connotación peyorativa, también es cierto que fuera de ésta existen ciertas restricciones para los conocedores de su significado. Muchos de ellos entienden la implicación de ser *otaku*, por lo cual se niegan en cierta forma aceptarse como tales. Por la misma valoración que se da en su país de origen, se niegan a sí mismos, aun siendo conocedores de un mundo que a la vez disfrutan.

Esta afición es compartida entre dos o más otaku que forman un grupo para interactuar en su zona de *confort*, ya sea la casa de algunos de sus integrantes o en las zonas de compraventa, como son tiendas de comics o espacios públicos y convenciones de anime. Aunque estos últimos, sólo pasan juntos de manera intercalada, una vez cada tres meses, la relación dentro de estos espacios es un medio más de la relación con otros otaku u aficionados a este género.

El sentido de pertenencia a los espacios públicos va aumentando conforme la población está creciendo, por lo que éstos, tanto lo físico como lo virtual son defendidos en pos de sus propios derechos de pertenencia. Con lo que le da al otaku no sólo una identidad individual, sino también una identidad colectiva que se va intensificando a lo largo que el espacio se va haciendo parte de su entorno y su comunidad.

Como ya se ha mencionado antes, los valores para el otaku son muy diferentes al de las culturas dominantes, tanto en lo estético; como en lo social. Lo que ha provocado estereotipos que han identificado a este grupo de manera negativa dentro de Japón. Si bien existe cierta venta en otros países, como lo es México, cuyos valores y culturas son muy diferentes al país originario, los valores aún

siguen siendo muy distintos al del otaku mexicano, por lo que existen ciertos conflictos, dentro del seno familiar y la educación.

El ejemplo más claro al respecto, lo constituye el imaginario erótico y sus derivados que con él se encuentran. Esta visión le ha costado a este grupo la fama peyorativa de perversión y hasta en ciertos extremos, de pedofilia. Sumado al hecho de acciones reprochables de individuos que han sido tachados como fanáticos del anime japonés y videojuegos. Con lo que bajo esta cuestión, la represión emocional y sexual es muy latente en estas sociedades y en consecuencia, se busca por otros medios, las satisfacciones que no pueden encontrar dentro de lo tradicionalmente establecido.

El consumo de productos de anime japonés, es otro elemento que se trata en estas consideraciones, ya que en sí, para el aficionado al anime japonés, la intensidad de su afición no es posible medirla si no es por medio de la cantidad de productos que se tenga dentro de su cuarto o en la computadora de su casa. El tener tapizado su habitación con mantas, revistas de manga o figuras de sus personajes o series favoritas y videojuegos, le da un estatus quo en su grupo y, principalmente le da la satisfacción (aún si es momentánea) de obtener un objeto de deseo en el cual le da cierto significado emocional, más que económico.

La expresión a través del cosplay caracteriza ciertamente a los aficionados del *anime* y el *manga*. Pero no es un elemento obligatorio para todos los *otaku*, esto en parte a la relación que llega a tener el disfrazado con su entorno, por lo que el otaku ve en él o ella una representación de admiración hacia algún recuerdo de la infancia o de su personaje o héroe actual.

La personalidad del otaku siempre está en constante búsqueda por la satisfacción de su “yo” interior. Es por ello, que se podían considerar siempre como niños que no desean crecer y formar parte de la estructura tradicional, del cual no han sido aceptados por ésta, con lo que lleva a un continuo rechazo mutuo por ambas formas de visión social.

La consecuencia más importante es el crecimiento del grupo otaku en este nuevo contexto social que está adaptándose en favor a la manera de ser de éste y otros grupos sociales. Como consecuencia se desarrolla la creación de nuevos espacios públicos y virtuales para su interacción. Esto es por consecuencia del alto crecimiento de esta unidad en México, además de las ya mencionadas facilidades que el internet y las redes sociales dan para proveer de más productos a sus asiduos consumidores.

Una de las limitaciones en esta investigación fue el no encontrar información bibliográfica sobre este tema, en especial, desde el enfoque sociológico. Ahora bien, la información encontrada y la observación participante se enfoca solamente dentro de México, por lo que se considera necesario ver directamente la conducta e interacción de los *otaku* en Japón y otros países en los que tiene más seguidores, como lo es posiblemente España, del cual se importa la mayoría de anime subtulado de manera apócrifa.

Finalmente quiero señalar que este tema ha sido elegido por la importancia que tiene este grupo, dicho interés irá creciendo conforme más personas de corta edad, vayan teniendo gusto por el anime japonés, y con esto se tendrá alguna repercusión a mediano y largo plazo en México, y más si están en la búsqueda de satisfacciones, recreaciones así como un poder adquisitivo para sustentarlo. Por lo cual la relevancia en este grupo crecerá aún más en los próximos años.

De esta forma el tema de la presente investigación relaciona una nueva faceta de la juventud como expresión social, no solamente en ramo de consumo y entretenimiento, también en el desarrollo de relaciones interpersonales, ya que en el anime ven una nueva forma de entendimiento de su exterior. Esto les da un punto para reflexionar y tomar acciones para aquellos que son aficionados a este género como lo es el *anime* japonés.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arciniegas Gómez. *¡Fuckyeah Anime! Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras*. Universidad Sergio Arboleda 2010 Colombia. p. 77.
2. Augé, Marc. *El viajero subterráneo: Un etnólogo en el metro*. Gedisa, Barcelona. 2002. p. 117.
3. Bauman, Zygmunt. *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Gedisa, 2000. Barcelona. p. 153.
4. Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida*, FCE 2001. México. p. 232.
5. Bermúdez, Emilia. *"Malls" Consumo cultural y representación de identidades Juveniles en Maracaibo (Ponencia presentada en las jornadas visión de Venezuela celebradas en la ciudad de Maracaibo los días 13 y 14 de Julio del 2002)*. Biblioteca Virtual de CLACSO. 2002. p. 21.
6. Castillo Castro, Vianca. *Entre magia, prodigios y seres oscuros: el manga en México*. México: UNAM, 2007. p.130.
7. Fernandez Flores, Mayela. *El animaje japonés, un relato shoujo: para niñas*. México: UNAM, 2000. p. 147.
8. Freud, Sigmund. *El malestar en la cultura y otros ensayos*. Barcelona: Amorrortu, 1994. p. 240.
9. Gabriel Hernández, Cesar. *Manga: una historieta diferente, su valor histórico como documento comunicativo*. México: UNAM, 2001. p. 149.
10. Giddens, Anthony. *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza, 1993. p. 166.
11. Giddens, Anthony. *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Ed. Península. Barcelona. 1991. p. 299.
12. Goffman, Irving. *Estigma; la identidad deteriorada*. Alianza editorial, Madrid 1993. p. 172.
13. Goffman, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires. 2009. p. 285.

14. Harrison, John B. *Estudios de las civilizaciones occidentales*. McGraw Hill. México, 1991. p. 349.
15. Hernáiz, Perez y Carmen Corina. *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno*. Universidad católica Andrés Bello. Facultad de ciencias económicas y sociales. Caracas, Venezuela. 2009. p. 190.
16. Juárez, Dayrell. *Cultura e identidades juveniles*. Revista Última Década N°18, Cidpa Viña del Mar, Abril 2003, p. 69-91.
17. Lipovetsky, Gilles. *La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Editorial Anagrama, España. 2007. p.416.
18. Matus Madrid, Christian. *Tribus urbanas: entre ritos y consumos. El caso de la discoteque Blondie*. Revista Última década, ISSN 0717-4691, N°. 13, 200.
19. Murakami, Harumi. "Tokyo Blues: Norwegian Wood". Ed Tusquest, México, 2009, p. 314
20. Nateras, Alfredo. *Jóvenes Culturas e Identidades Urbanas*, UAM, México 2002. p.439.
21. Peralta Rosete Claudia y Ramos Morales Klelia Julieta Adamenia. *Influencias ideológicas y psicológicas de los contenidos comunicativos del dibujo animado japonés Ranma ½ en algunos niños mexicanos de bajos recursos, recursos medios y recursos*. UNAM, México 2005. p. 223.
22. Pérez-Oriol Costa y Otros. *Tribus Urbanas. El ansia de identidad juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Barcelona: Paidós, 1996. p.240.
23. Pérez Sián, María José. "Hentai más allá de la pantalla. Antropología de la imagen Y análisis del discurso". Universidad De San Carlos De Guatemala. Guatemala. 2009, p. 31.
24. Poe Edgar Allan. *El gato negro y otros cuentos de terror*. Editores mexicanos unidos, México. 2010. p. 94.
25. Puga Villanueva, Adrian. *La animación japonesa: Un documental para la serie de dibujos animados serial experiments Lain (Japón, 1998) de Ryutaro Nakamura*. México: UNAM. 2004. p. 97

26. Regillo, Rossana. *Las tribus juveniles en tiempos de la modernidad.. estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, año/Vol. V, numero 015. Universidad de Colima. México p. 171-184.
27. Rheingold, Howard: *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Editorial Gedisa. Barcelona. 1996. p. 377.
28. Rodríguez Navarro. M. Teresa. *La Influencia Del Bushidô En La Constitución Japonesa De 1889 Y En El Edicto Imperial De La Educación De 1890*. En "Nuevas perspectivas de investigación sobre Asia Pacífico", Universidad de Granada, España 2008. p. 639.
29. Schodt, Frederik, *Manga! Manga! The World of Japanese comics*, Kodansha International. 1983. p. 260.
30. Silva, Juan Claudio. *Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad*. Revista Última Década, septiembre, Número 17 Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas Viña del Mar, Chile. 2002. p. 117-130.
31. Simmel, George. *Cultura Femenina; Filosofía de la coquetería; Lo masculino y lo Femenino; Filosofía de la Moda*. Espasa Calpe, México. 1996. p. 143.
32. Simmel, Georg. *Filosofía del dinero*. Instituto de Estudios Políticos, Madrid. 1977. p.663.
33. Simmel, George. *El conflicto de la cultura moderna*. Traducido del alemán por Carlos Estrada. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
34. Steinberg Shirley. *Contemporary Youth Culture* (Volumen I). Westport, Connecticut: Greenwood, 2006. 2 v. p. 674.
35. Tajfel, H. *Grupos humanos y categorías sociales: Estudios de psicología social*. Barcelona: Herder. 1984. p. 409.
36. Toussaint, Flores. *Globalización e Industria cultural*; Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. Año XLI, Julio-Septiembre de 1997. No 169, p. 186.
37. Verne, Julio. *Compilación de cuentos*. México. Laertes, 2009. p. 186.
38. Wells, Herbert George. *La guerra de los mundos; La máquina del tiempo*. Editorial Época. México, 2010.
39. Yamaguchi, Katsunori, Yasishi Watanabe. *La industria del anime en Japón*. Yobunsha. Japón, 1977.

Fuentes electrónicas

1. Alvarado, Diony. El Lado Oscuro del Mundo Otaku. En <http://saoblog.laventanadesaouri.com/archives/486> Revisado por última vez el 28 de diciembre de 2010.
2. BRITO LEMUS, ROBERTO. *HACIA UNA SOCIOLOGIA DE LA JUVENTUD Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud.* Revista Última Década. Número 009. Centro de Investigación y Difusión poblacional de Achupallas Villa del Mar, Chile. 1998. En <http://www.cidpa.cl/udecada/txt/decada9/art09.pdf> revisado por última vez el día 28 de julio de 2011.
3. Cantón, Michel. ¿Qué es un otaku? En: <http://www.imperioanime.com/cultura-pop/otaku/> Revisado por última vez el 24 de noviembre de 2010.
4. Chávez Mariana *Integrantes de "tribus urbanas" atacan a jóvenes emo en Querétaro.* En periódico la jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2008/03/09/index.php?section=estados&article=031n1est> revisado por última vez el 14 de junio de 2011.
5. Comparación entre La TNT y La Mole.
6. Definiciones de:
 - a. Anime en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Anime> y revisado por última vez el 16 de febrero de 2010.
 - b. Astroboy en <http://es.wikipedia.org/wiki/Astroboy> Revisado por última vez el 27 de julio de 2011.
 - c. Bleach: <http://es.wikipedia.org/wiki/Bleach> Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.
 - d. Cosplay, en <http://es.wikipedia.org/wiki/Cosplay> Revisado por última vez el 13 de dic 2010.
 - e. Erógame En <http://en.wikipedia.org/wiki/Eroge> Revisado por última vez el 09 de junio de 2011.
 - f. Fanático en su versión inglesa en: <http://en.wikipedia.org/wiki/Fanaticism> revisado por última vez en agosto de 2010.

- g. Fansub: <http://es.wikipedia.org/wiki/Fansub> Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.
 - h. Gundam en <http://es.wikipedia.org/wiki/Gundam>; revisado el 12 de abril de 2010.
 - i. Hentai en <http://es.wikipedia.org/wiki/Hentai> Revisado por última vez el 29 de Septiembre de 2010.
 - j. J-Music:<http://budokaicenter.bligoo.com/content/view/65061/Que-es-J-MUSIC.html> Revisado por última vez el 24 de febrero de 2011.
 - k. Karaoke: <http://es.wikipedia.org/wiki/Karaoke> Revisado por última vez el 04 de marzo de 2011.
 - l. Magic: http://es.wikipedia.org/wiki/Magic:_el_encuentro Revisado por última vez el 11 de marzo de 2009.
 - m. Manga revisado en Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Manga>, revisado por última vez el 16 de febrero de 2010.
 - n. Mecha en [http://es.wikipedia.org/wiki/Mecha_\(robot\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Mecha_(robot))revisado el 18 de agosto de 2010.
 - o. Naruto: <http://es.wikipedia.org/wiki/Naruto>Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.
 - p. Otaku enWikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Otaku>revisado por última vez el 16 de febrero de 2010.
 - q. Saint Seiya: http://es.wikipedia.org/wiki/Saint_Seiya Revisado por última vez el 09 de marzo de 2011.
 - r. Underground: http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_underground Revisado por última vez el 11 de marzo de 2011.
 - s. YouTube: <http://es.wikipedia.org/wiki/YouTube> Revisado por última vez el 14 de febrero de 2011.
 - t. Yu-Gi-Oh!: <http://es.wikipedia.org/wiki/Yu-Gi-Oh!> Revisado por última vez el 11 de marzo de 2009.
7. ¿Dónde es mejor la mole o la TNT?
<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20101127225609AAGZgjO>Revisado por última vez el 09de febrero de 2011

8. El harén de muñecas sexuales. En
http://www.soitu.es/soitu/2008/06/04/tendencias/1212576690_435777.html
revisado por última vez el 10 de enero de 2011.
9. Fandiño Parra, Yamith José. *¿Y los/las jóvenes de hoy qué?: definición, perspectivas, problemáticas y empoderamiento*. Revista Iberoamericana de Educación Superior. Núm. 4. Vol. II. 2011. pp. 150-163. En
<http://es.scribd.com/doc/57041090/articulo-revista-iberoamericana-de-educacion-superior-2011-los-jovenes-hoy-enfoques-problematicas-y-retos>
revisado por última vez el 27 de julio de 2011.
10. Fernández Buey, Francisco. *Entre mayo del 68 y la guerra de Vietnam*. En:
http://www.upf.edu/estiu/_pdf/1326_t.pdf Revisado por última vez el 24 de febrero 2011.
11. Flores-Olivier, Jorge. Los Intestinos del manga. de
<http://blumpee.blogspot.com/2006/01/los-intestinos-del-manga.html> Revisado por última vez el 25 de septiembre. 2010.
12. Garay Hernández, Jimena de; Díaz-Loving, Rolando; Frías Cárdenas, María Teresa; Limón González, Briam; Lozano Verduzco, Ignacio; Rocha Sánchez, Tania E.; Zacarías Guerra, Marisol. *Intereses y valores en jóvenes mexicanos*. Enseñanza e Investigación en Psicología, Vol. 13, Núm. 2, julio-diciembre, Universidad Veracruzana, México. 2008, pp. 201-214 en
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29213201> Revisado por última vez el 26 de julio de 2010.
13. Glen Marvin. *Anime on Tv*
History en www.animeontv.com/mg/anime_tv_history.htm revisado por última vez el 22 de agosto de 2010.
14. Gundam de tamaño real en Tokio Japón. Fragmento tomado de la página
<http://www.aeromental.com/2009/06/14/gundam-de-tamano-real-en-tokio-japon/> Revisado por última vez el 11 de enero de 2010.
15. Japón recurre al 'anime' y al manga para estimular la economía “Periódico el economista (España) en:
<http://www.eleconomista.es/economia/noticias/1158606/04/09/Japon-recurre-al-anime-y-al-manga-para-estimular-la-economia.html>revisado por última vez el 24 de septiembre de 2010.

16. Hernández, Cristian. "Roricon". En <http://www.slideshare.net/torukajin/the-state-of-rorikon-manga-in-themexican-otaku-culture> Revisado por última vez el 18 de agosto de 2011.
17. Hernández, Cristian. "Rorikon, en peligro de ser vetado de Japón". En <http://www.stormcomplex.com/2010/03/18/rorikon-en-peligro-de-ser-betado-de-japon/> revisado por última vez el 5 de octubre de 2010.
18. Historia del Comic Rock Show en: <http://www.comicsrockshow.com/> Revisado por última vez el 9 de febrero de 2011.
19. Horkheimer; m. Y Adorno, T. W. *Dialéctica del Iluminismo*. Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Chile. 2004. pag, 5. En su edición electrónica: http://mazinger.sisib.uchile.cl/repositorio/lb/filosofia_y_humanidades/a20021241549iluminismoadorno.pdf Revisado por última vez el 24 de febrero de 2011.
20. *Jóvenes y cultura del siglo XXI*. www.injuve.es/contenidos/downloadatt.action?id=941240512 Revisado por última vez el 11 de junio de 2011.
21. Katz John. Geeks: "How Two Lost Boysm Rodethe Internet Out of Idaho" Traducido por Sebastián en Zona Geek: <http://www.microsiervos.com/archivo/internet/geek-y-nerd.html> Revisado por última vez el 18 de febrero de 2011.
22. Kitabayashi, Ken. The otaku group from a Businers perspective: Revaluation of Entusiastic Consumers. NRM PAPERS. No, 84. texto electrónico en www.nri.co.jp/english/opinion/papers/2004/pdf/np200484.pdf revisado por última vez el 12 de enero 2011.
23. La Convención Quetzalcoatl: <http://www.animedia.com.mx/animecomics/convenciones/conque.html> Revisado por última vez el 12 de marzo 2011.
24. *La Industria del manga en:* http://es.wikipedia.org/wiki/Manga#La_industria_del_manga revisado por última vez el 27 de julio de 2011.

25. *La industria china de animación y la crisis del anime en Japón*. The Mainichi Dayli News en: <http://anime-project.org/node/1010> revisado por última vez el 17 de febrero de 2011.
26. Lamarre, Thomas. An Introduction to Otaku Movement. En <http://www.brunel.ac.uk/4042/entertext4.1/lamarre1.pdf> revisado por última vez el 9 de marzo de 2011.
27. La MECYF: <http://www.comicastle.com/foro/showthread.php?t=5053> Revisado por última vez el 12 de marzo de 2011.
28. La Mole 2011 en: <http://www.lamole.com.mx/> Revisado por última vez el 12 de marzo de 2011.
29. Nateras Domínguez, Alfredo. Trayectos y desplazamientos de la condición juvenil contemporánea. Revista "El Cotidiano", julio-agostos. Año/vol. 20. 2004, núm. 126. UAM Azcapotzalco. En: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/325/32512620.pdf>revisado por última vez el 04 de febrero 2011.
30. *Peligros de ser otaku en Tokyo*. Artículo publicado en http://nikasub.com/portal/index.php?option=com_kunena&func=view&catid=15&id=4794&Itemid=233 Revisado por última vez el 27 de julio de 2011.
31. Perspectiva De La Juventud En México. Dirección De Investigación Y Estudios Sobre Juventud en <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigacion/docs/Perspectiva%20de%20la%20juventud%20en%20México.pdf> revisado por última vez el 27 de julio de 2011.
32. Pros y contras del Comic Rock Show En: <http://www.comicastle.com/foro/archive/index.php/t-417.html> Revisado por última vez el 09de febrero de 2011.
33. ¿TNT o la Mole? - Foro Anime <http://foroanime.com/foros-de-anime/convenciones-y-eventos-565/tnt-o-mole-83428.html>Revisado por última vez el 09de febrero de 2011
34. La TNT vs La Mole ¿Cuál es la mejor? <http://vamf.wordpress.com/2009/09/10/la-tnt-vs-la-mole-¿cual-es-la-mejor/>Revisado por última vez el 09de febrero de 2011
35. ¿Qué Es La Mole y La TNT y cómo funcionan? <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100902144232AAXY5op>Revisado por última vez el 09de febrero de 2011.
36. ¿Qué es un Otaku? En: <http://www.imperioanime.com/cultura-pop/otaku/> revisado por última vez el 28-09-2010.

37. "The Anime Bubble is Burst, Moe & Fansubs are to Blame"
<http://www.sankakucomplex.com/2009/05/05/the-anime-bubble-is-burst-moe-fansubs-are-to-blame/> Revisado por última vez el 7 de enero de 2011.
38. Ukiyo-e" en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Ukiyo-e>revisado por última vez el 17 de febrero de 2011.
39. Uribe, Jessica (periodista). Periódico vivirméxico.com. Marzo-11-2009 en <http://vivirmexico.com/2009/03/proponen-cambiar-la-denominacion-de-tribu-urbana-por-cultura-juvenil> revisado por última vez en 17 de febrero de 210.
40. Vásquez Rocca, Adolfo. *La estética otaku y el imaginario manga/anime*. En: <http://adolfovrocca.bligoo.com/content/view/187587/LA-ESTETICA-OTAKU-Y-EL-IMAGINARIO-MANGA-ANIME-Por-Adolfo-Vasquez-Rocca.html> Revisado por última vez el 15 de febrero de 2011.
41. *Vigente ley de censura Hentai en Japón* en <http://emeraldpower.net/foro/printthread.php?tid=2828> Revisado por última vez el 17 de julio de 2011.
42. Zarsuri, Cortez Raúl. *Notas para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: Las tribus urbanas*. Última década, ISSN 0717-4691, Nº. 13, 2000. Pág. 3. Revista electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/195/19501304.pdf> ; Revisado última vez el 18-08-2010.

VIDEOS

1. Junichi Sato. *Sargento Keroro (Keroro Gunsō)*. TV Tokyo, Japan, 1999. 129ep 22 min.
2. Masaki, Kobayashi Kazuhiro y Takeuchi Hideki, Nishiura. *Densha Otoko "El Hombre del Tren"*). Fuji TV, Japón, 2005. 12 episodios. 45 min.
3. Moore, Michael. *Masacre en Columbine (Bowling for Columbine)*, EU, Canadá, Alemania. 2002, 120 min.
4. Mori, Takeshi. *"Otaku No Video"*. Estudio Gainax, Japón, 2003, 01:33:01
5. Lang, Fritz. *Metropolis*. Alemania, 1927. 115 min.
6. Takashi Ikehata y Kinji Yoshimoto. *"Genshiken"*. Palm Studio, Japón, 2004, 26 episodios de 22 min.
7. Takeshi, Mori. *Otaku no Video*. Estudios Gainax, Japón. 1991, 90 min.

Índice Fotográfico

1. Ilustración 1. Descargado de: http://www.tucomiquita.com/anime/mazinger_z.asp
Revisado por última vez el 20 de agosto de 2011.
2. Ilustración 2. Descargado de: <http://dimensionanime.foroactivo.com/t148-mobile-suit-gundam-la-primera-serie-de-tv-30-aniversario-1979-2009> Revisado por última vez el 20 de agosto de 2011.
3. Ilustración 3. Descargado de:
<http://dramasasiaticosypeliculas.wordpress.com/2008/09/03/densha-otokotrain-man/>
Revisado por última vez el 20 de agosto de 2011.
4. Ilustración 4. Descargado de:
<http://narock22.wordpress.com/2010/01/16/densha-otoko-el-hombre-del-tren/densha-otoko-4/> Revisado por última vez el 20 de agosto de 2011.
5. Ilustración 5. Descargado de: <http://www.kane3.es/cine/porno-animation.php>
Revisado por última vez el 20 de agosto de 2011.
6. Ilustración 6. Descargado de
<http://todaijiperu.com/wall.php?titulo=Onegai%20Teacher&letrita=O> Revisada por última vez el 17 de junio de 2011.
7. Ilustración 7. Descargado de: <http://www.animeraku.com/2009/11/pettanko-thursday-ichigo-ink-bernkastel.html> Revisado por última vez el 18 de junio de 2011.
8. Ilustración 8. Gerardo Mares. Maquetas de la serie Gundam. México 2011.
9. Ilustración 9. Gerardo Mares, Cosplay de Tifa, Expo comic TNT Noviembre 2009. México. Ilustración
10. Ilustración 10. Descargado de <http://dumbotaku.com/2009/04/12/densha-otoko-review/> Revisado por última vez el 18 de octubre de 2011.
11. Ilustración 11. Descargado de <http://dumbotaku.com/2009/04/12/densha-otoko-review/> Revisado por última vez el 18 de octubre de 2011.
12. Ilustración 12. Edgar Sámano Ensastegui. Cosplay de Ironman. Fotografía tomada en la Expo Comic La Mole 31, año 2010.
13. Ilustración 13. Edgar Sámano Ensastegui. Imaginario erótico en el Cosplay. Foto tomada en la Expo Comic La Mole 18, año 2009.
14. Ilustración 14. Rodrigo Mares Velazco. Karaoke de J-Music. Fotografía tomada en la TNT especial 2011.

