



Los otakus de Barcelona: ¿una afición juvenil pasajera?

Las series de animación japonesa, llamadas *anime*, se introdujeron en España y Cataluña alrededor del año 1960. Aun así, Alfons Moliné, quien investigó la entrada de la producción nipona en el país, afirma que no fue hasta el año 1975 con la llegada de *Heidi y*, tres años después, con *Mazinger Z*, cuando estos dibujos animados despertaron un verdadero interés. Gracias al triunfo de estas series fue posible que más tarde, en 1990, con *Bola de Drac*, surgiera el verdadero movimiento fan. Estos fans de los *anime* y cómics japoneses, denominados *man-*

ga, se autoproclamaron *otakus* y actualmente se distinguen dos generaciones claras en Barcelona: la primera, que ahora tienen alrededor de los treinta años, y la segunda, de menos de veinte años, que se denomina "la generación *Naruto*" por el interés en este *manga-anime*.

Desde sus inicios, el grupo no ha parado de crecer y, especialmente con la segunda generación, la afición ha tomado un nuevo rumbo, aumentando tanto el interés por la cultura nipona como la cantidad de actividades organizadas para ellos, especialmente a partir del año 2007,

Dirección publicación:

Diana Marre, Nadja Monnet
y Beatriz San Román

Contenidos de este número:

Alina Gavrus

Imágenes:

Alina Gavrus

Documentación:

Daniel Narváez/ Contraplano-LAD

Coordinación:

Victòria Badia

Difusión:

Maria Galizia

Suscripción y contacto:

gr.afin@uab.cat

ISSN: 2013-2956



GRUPO DE INVESTIGACIÓN
Universitat Autònoma de Barcelona



año en que aparecen distintos salones como Otakhrismas, Japan Weekend o ExpOtaku que se propusieron hacer competencia al gran Salón del Manga que acompaña a los *otakus* desde 1995.

Sin embargo, este fenómeno no se ha investigado demasiado y los trabajos sobre el mismo en ciencias sociales son escasos. Por esta razón, se ha llevado a cabo esta investigación, con la finalidad de descubrir qué relación mantienen los *otakus* entre ellos, tanto *online* como *offline*, qué uso dan estos jóvenes a la red, si este uso está ligado solo a la adquisición de bienes de colección y si se apuntan a los foros y a los chats solo para hablar de *manga* y *anime*. Y lo más importante, ¿estas relaciones *online* traspasan la línea virtual para convertirse en relaciones *offline*? Para obtener la información necesaria, se realizaron entrevistas, tanto a *otakus* como a no *otakus*; se distribuyó una encuesta a través de Internet entre los meses de noviem-

bre 2013 y marzo 2014; y se participó en las diferentes actividades organizadas tanto por los *otakus* (“quedadas”) como por los diferentes salones (Salón del Manga, ExpOtaku Barcelona, Japan Weekend Barcelona). Las citas que aparecen en este texto son producto de dicho material.

¿Quiénes son los otakus? Los otakus vistos desde fuera

A pesar del éxito que consiguieron los *anime* y, posteriormente, los *manga*, estas producciones se comenzaron a ver como peligrosas y no aptas para el público infantil. Las causas de esta mala imagen fueron, por un lado, la idea de que los *otakus* se volverían individualistas y asociales por pasarse horas y horas leyendo cómics y viendo series de animación, y, por otro, la alarma que dieron algunos casos de agresión con *katanas* y otras armas presentes en estas historietas. Como afirma Anjhara Gómez Aragón: “se etiquetó a los *otakus* (al colecti-



Otakus participando en el Concurso World Cosplay Summit en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013)

vo *friki* en general) como asociales y se entendió que existía una desviación de los cánones sociales establecidos. Todo esto unido a las noticias sobre asesinatos o actos de vandalismo asociados a *katanas* o a juegos de rol, colaboraron incluso a una relativa exclusión de estos colectivos”. Incluso en Japón, país que vio nacer a los primeros *mangakas* o dibujantes de *manga*, se empezó a considerar peligrosos a los *otakus*. En este caso, fue



Otaku haciendo cosplay. Salón del Manga de Barcelona (2013).

el asesinato de tres niñas pequeñas cometido por Tsutomu Miyazaki, un fan del *manga*, lo que desencadenó el desprestigio de estos productos culturales.

Aunque en el argot japonés actual "*otaku*" significa fan de cualquier tema en general, la imagen que se

tiene de un *otaku* es la de un joven encerrado en sí mismo, individualista, que se pasa horas encerrado en casa viendo *anime* y leyendo *manga*. Mario Javier Bogarín Quintana informa que en Japón el concepto que se tiene de un *otaku* es el de "un joven desaliñado, con serias dificultades para comunicarse y sin ninguna suerte romántica con las mujeres, quienes le considerarán, en el mejor de los casos, una especie de hermanito menor o confidente inofensivo, un personaje estereotipado herencia de la tipología *nerd* immortalizada por Hollywood". Carles Fernández considera que muchas veces esta palabra se asimila al *frikismo*, término que engloba a "toda persona que tiene una afición obsesiva por cualquier tema, más allá del *manga*, que puede llevar a tener comportamientos singulares o raros". Estas definiciones tienden a traspasar las fronteras y a adoptarse como válidas también en España y en Cataluña.

Por otro lado, muchos autores presentan a los *otakus* como fanáticos del *manga* y el *anime* y grandes coleccionistas que se reúnen solamente para compartir, intercambiar y comentar sus objetos de adoración. David Parada Morales describe al *otaku* como un "fanático del *anime* y el *manga* que logra identificarse con sus personajes y articular contenidos de ello en su vida cotidiana. Puede comprenderse como un sujeto que habla de un discurso mediado por la cultura japonesa, valiéndose de su interés por ello y su construcción de la realidad". Dominique Menkes afirma que "si el *anime* encuentra tanto éxito popular en el mundo entre los jóvenes es porque, además de las estrategias de mercado implementadas, satisface sus ganas de evadirse en un mundo cada vez más individualista y competitivo, y les permite pensar que pertenecen a un grupo de pares que comparten una pasión hermética para el mundo de los adultos con los que ya no se sienten identificados".

En Barcelona, los entrevistados reconocieron que la primera generación de *otakus* lo tuvieron más difícil, tanto en cuanto a la aceptación, como en cuanto a los medios para conseguir *manga*, *anime* o cualquier otro producto relacionado, pero opinan que hoy día los *otakus* son mejor vistos, tanto porque la sociedad es más abierta –como afirma Jaume Martínez– como porque el Salón del Manga y la comercialización de cada vez más artículos lo ha ido normalizando. En la ciudad condal, fueron las asociaciones de *otakus* las que lucharon contra la campaña de difamación del *manga*, del *anime* y de sus fans. Anjhara Gómez Aragón y Carles Fernández, dos estudiosos españoles del fenómeno *otaku*, recuerdan las manifestaciones llevadas a cabo con camisetas con el lema “el *manga* no és perillós, la ignorància, sí” (“el *manga* no es peligroso, la ignorancia, sí”).

¿Quiénes son los *otakus* barceloneses? Los *otakus* vistos desde dentro

Gracias a la información obtenida a través de las entrevistas y de la encuesta he podido observar que, pese a estas descripciones, los *otakus* barceloneses adoptan su nombre dándole un sentido nuevo, que tiende a distar de las descripciones hechas por los diferentes autores. La mayoría de los *otakus* se ven a sí mismos como fans del *manga*, del *anime* y de la cultura japonesa, tal y como se observa de las respuestas recogidas: “porque mi estilo de vida y gustos, en cuanto a música, series y demás, se ciñen en un 90% al mundo del *anime* y cultura japonesa”; “por el afán por Japón y su cultura, porque no hay nada mejor que estar un domingo entero viendo *anime* y porque aunque en su día lo negué, me encanta este mundo, la gente que hay y el buen rollo que hay siempre”.

No obstante, esta definición puede resultar muy simplista, dado que



Otakus participando en el Concurso World Cosplay Summit en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

no todos los fans *manga-anime* se reivindican como *otakus*. Las razones por las que algunos aficionados no se identifican con esta denominación suelen estar en relación con el miedo a ser encasillado de forma negativa, como pasa en Japón; el hecho de ver a



Otakus esperando el Concurso de Cosplay del XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

los *otakus* como personas que, aunque compartan la misma afición, la llevan al extremo; y también por el desgaste de la afición o pérdida de interés en la misma.

Los encuestados nos avanzan que “para dejar de serlo (*otaku*) has de ir a Japón y ver *otakus* auténticos por las calles de Akihabara” -barrio de Tokio especializado en la venta de objetos relacionados con los dibujos animados, los videojuegos y cualquier otro producto derivado del *manga* donde se pueden observar multitud de jóvenes

disfrazados-, y nos acercan a lo que el vocablo verdaderamente expresa: “me gusta el *manga* y la cultura japonesa, no obstante opino que en el ámbito europeo se tiene una idea o imagen equivocada de lo que es ser ‘*otaku*’ para un japonés. Se define a aquella persona que debido a la presión de la sociedad se encierra en sí mismo y vive por y para el *manga*, juegos, etc. Que te guste el *anime*, *manga* o lo que sea no significa que seas *otaku*. El *kanji* viene de ‘cerrar’ y ‘casa’”. Es decir, muchos *otakus* no se ven a sí mismos como individualistas y asociales, sino más bien todo lo contrario.

Jaume Martínez, un joven entrevistado que estudia japonés, practica kendo, ve *anime* y lee *manga*, pero no se manifiesta como componente del grupo, opina que la principal diferencia entre los *otakus* y él radica en el hecho de que “muchacha gente como *hobby* puede ver o leer alguna serie de *manga*, *anime*, o incluso algunos videojuegos, pero yo creo que

lo que rompe la barrera de *otaku* es el momento en el que sales a la calle vestido con una peluca de color azul [risas]. Quizás es una de las mejores definiciones” (cita original en catalán). Esta obsesión por el *manga* y el *anime* se manifiesta con una peluca azul llevada por la calle, o simplemente pasándose horas y horas leyendo cómics y viendo series: “soy *otaku* hasta la médula, soy un amante del *manga* y el *anime* hasta tal punto que sigo actualmente quince series distintas”; “me gusta el *manga* y la cultura japonesa, y así como con mis otros *hobbies*, cuando me pongo a leer, me puedo pasar horas sin salir del bucle, se convierte en una obsesión”. Es precisamente por considerar que los *otakus* son fanáticos del *manga* y el *anime* que algunos aficionados prefieren no considerarse como tales.

El desgaste de la afición se observa entre los jóvenes que, con el paso del tiempo, dejan de interesarse por el *manga* y el *anime* para tener otros

hobbies. Este es el caso de Diego López y de otros chicos y chicas que han contestado la encuesta: “aunque era muy *otaku* de los 11 a los 16 años, mis intereses y aficiones fueron cambiando poco a poco desde entonces. Ya no quería pasar tiempo viendo *anime*, ni leyendo *manga*, sino que leía más libros, miraba más películas y series extranjeras, prefería destinar el dinero a otras cosas como ropa, libros, música o ir al cine y ya no tenía tanto tiempo al empezar el bachillerato y la universidad”.

Algunos prefieren evitar la etiqueta, pero el joven *otaku* Megarrel piensa que, si no encajas en una, la sociedad se encarga de ponerte otra. Esto provoca que muchos se quejen del mal concepto que se tiene, tanto de la palabra en sí, como de ellos mismos encarnando este nombre. Los *otakus* encuestados desean poder “disfrutar viendo *anime*, leyendo *manga*, conocer la cultura oriental, costumbres, gastronomía, arquitectura... y sobre

todo tener conversaciones amenas sin ser encasillad@s ni tachad@s de nada y tener una relación normal con el resto de gente sin que nos miren como si fuésemos bichos raros”. Opinan que: “un *otaku* tiene mala imagen, como cualquier adulto que vea animación, porque se sigue viendo como algo infantil, pero es el estilo cinematográfico que más trabajo tiene, bajo mi punto de vista. Igual para los *manga* que se dibujan en tinta. Ver los planos que utilizan, las técnicas de entintado para reflejar cada emoción, las distintas tipografías, los espacios en negro/blanco... es realmente un arte que no siempre se valora. Así que para mí es un *hobby* que disfruto viendo, que luego comparto con mis amigos y que me hace reflexionar sobre la vida”.

En resumen, se observa que para ser *otaku* no es suficiente con leer *manga* y ver *anime* o estar interesado en la cultura japonesa, sino que todavía se necesitan dos formalidades: querer pertenecer al grupo y mostrar-



Idols cantando en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

se como tal. Muchos jóvenes coinciden en gustos con los *otakus*, pero la diferencia entre unos y otros radica justamente en la voluntad o no de formar parte de una supuesta “comunidad”. El siguiente paso, después de la aceptación, es la demostración: acudiendo y participando en las diferentes “quedadas” o en los salones. Por consiguiente, es importante querer entrar, sentirse identificado y disfrutar de las actividades junto con otros chicos y chicas con los mismos gustos.

Relaciones online-offline: Foros otaku

Los *otakus* utilizan Internet, tanto para la vida personal como para asuntos relacionados con su afición. Siguiendo los resultados obtenidos a través de



Otakus vestidos de los personajes del manga-anime Naruto en el Centro Comercial La Farga, Hospitalet de Llobregat (2014).

la encuesta, navegan por la red para: enterarse de las diferentes actividades destinadas a ellos, como podrían ser los salones; ver *manga* y *anime online*; comprar productos o artículos relacionados; jugar a videojuegos en línea; o mantener el contacto con otros *otakus*, tanto de Barcelona como de otros lugares.

Distintos autores han centrado su atención en las relaciones sociales mantenidas a través de este medio. Christine Hine considera que "más que transcender el tiempo y el espacio, Internet puede ser representada como una instancia de múltiples órdenes espaciales y temporales que cruzan una y otra vez la frontera entre lo *online* y lo *offline*" y Howard Rheingold afirma que la virtualidad permite a cada uno dirigirse directamente al grupo que muestra intereses similares, hecho que ayuda a la comunicación y "una de las pocas cosas en las que los miembros entusiastas de las comunidades virtuales de Japón, Inglaterra, Francia

y los Estados Unidos están de acuerdo es que la expansión del círculo de amigos es una de las más importantes ventajas de la conferencia computarizada".

La principal razón que empuja a los *otakus* a apuntarse en un foro es justamente la voluntad de conocer gente con la misma afición. La timidez o el hecho de no coincidir con nadie con los mismos gustos dentro del círculo cercano, hacen de los foros y de la Red el método más efectivo para poder ampliar las amistades. Nerea-Chan afirma haberse apuntado a un foro porque dentro de su barrio no hay nadie a quién le guste el *manga* y el *anime*, mientras que Mery-Chan se describe como tímida e introvertida y cree que con la pantalla del ordenador de por medio le es más fácil hacer amigos.

Christine Hine presenta Internet como "un espacio para jugar con la identidad siempre y cuando se asuma que hay una barrera entre el mundo virtual y el mundo real" y conside-

ra que: "El anonimato visual permite a las personas jugar deliberadamente con sus identidades, teniendo la posibilidad de actuar como distintos personajes. Nada garantiza que una identidad en el ciberespacio refleje lo que es la persona en su vida *offline*". Por otro lado, Sherry Turkle opina que el uso del anonimato virtual posibilita explorar el sexo contrario; presentarse como alguien con una identidad distinta a la real; vivir otra vida a través del personaje virtual; o ser diferentes personas en un mismo cuerpo.

La identidad se oculta con un *nickname* y, dentro del grupo *otaku* barcelonés, este uso queda restringido a las actividades *online* en las que participan sus portadores (videojuegos, chats, foros) y solo en algunos casos estos sobrenombres traspasan la barrera virtual. La elección de los seudónimos acostumbra a centrarse casi siempre en el personaje *manga-anime* favorito, pero también hay quien utiliza el nombre con el que le han bau-

tizado sus amigos o el de alguien representativo para ellos. Otras razones para elegir un determinado *nickname* son la sonoridad de la palabra o el parecido con el nombre propio. Aunque algunos *otakus* escogen el nombre de un individuo del sexo contrario, en las presentaciones realizadas dentro del apartado respectivo del foro es habitual informar que no hay ninguna intención de un cambio ficticio de sexo y que tiene más que ver con el hecho de simpatizar con el sujeto en cuestión. Parece poco probable que haya descripciones falsas o inventadas, que no representen la realidad, tanto por el hecho de dirigirse directamente a un foro con los mismos intereses, como porque la finalidad de este contacto es la de quedar y conocer en persona a los nuevos amigos.

El traspaso de la línea que divide la virtualidad y la realidad se efectúa a través de las "quedadas", que los *otakus* impulsan especialmente a través de los foros. Distinguí dos tipos:



Otakus participando en el Concurso World Cosplay Summit en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

"quedadas" formales para acudir a los diferentes salones y disfrutar juntos de las distintas actividades, y "quedadas" informales, tanto en los centros cívicos, como en el punto neurálgico del movimiento: la zona de Arco de Triunfo de Barcelona. Denominé las primeras con el adjetivo "formales" porque son actividades en las que los integrantes del foro participan junto con el resto del *fandom otaku*. Las otras reciben el nombre de "informales" porque siguen



Otakus participando en el Concurso World Cosplay Summit en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

las relaciones personales mantenidas dentro del foro, recuerdan a las reuniones de cualquier grupo de amigos y en ellas no interviene todo el movimiento. Q. Wammy informa que las “quedadas” en el Arco de Triunfo son para “jugar a tonterías, hablar, reírnos mucho y pasárnoslo muy bien”. Aunque muchas de las veces que los *otakus* se reúnen realizan alguna actividad relacionada,

como jugar a videojuegos, ir a los salones o hablar de series, no necesariamente es siempre así: “puede que seamos *otakus*, pero no solo hacemos actividades relacionadas con esta clase de cosas”. Todos los *otakus* encuestados están convencidos de que su amistad no depende del hecho de compartir la misma afición, excepto uno que considera que “de las personas que conozco, los *otakus* son las únicas con las que me puedo expresar”.

Puntos de reunión y actividades de los otakus de Barcelona

Como se ha visto, los salones son, junto con la zona de Arco de Triunfo, los puntos focales de reunión y de realización de actividades. Si bien el Arco de Triunfo es el centro de acción de los *otakus*, donde pueden reunirse siempre que lo deseen y donde tienen lugar la mayoría de sus “quedadas” y encuentros, el Salón del Manga se podría considerar la Meca de los *otakus*, el momento y el sitio en el que el co-

lectivo se manifiesta como tal. Este salón cuenta cada vez con más gente y a él acuden tanto jóvenes, como adultos o padres con hijos. Entre su oferta se encuentran diferentes concursos (de *cosplay*, karaoke, de dibujo, etc.), conferencias, talleres (de cocina, *o-bento*, *amigurumi*, *origami*) o tiendas de venta de *manga* o productos relacionados. Allende Espinoza informa que no se asiste únicamente para comprar, sino que, principalmente, se busca la diversión y conocer a gente nueva del gremio. Además del famoso Salón del Manga, se organizan también otras congregaciones, como el Japan Weekend, ExpOtaku u Otakhrismas, que son menos conocidas para el resto de la sociedad y donde acostumbran a agruparse solo los *otakus*. Son recintos más pequeños y tienen un aire más familiar ya que, en su gran mayoría, están regentados por los mismos *otakus*.

Estas reuniones son una ocasión para exhibirse practicando el *cosplay*,

el arte de encarnar a un personaje ficticio considerado como la seña característica de los *otakus*. Igor Gobbi opina que: “ser un *cosplayer* significa ser ambas cosas: quien se disfraza lo hace por el placer de vivir un personaje totalmente diferente a sí mismo, pero también por el gusto de exhibirse, una tendencia que a menudo se confunde con la vanidad, pero que es simplemente el placer de mostrar a los ojos incrédulos de los observadores que es posible convertirse en un Caballero del Zodíaco o incluso en un robot de guerra Gundam”. La mayoría de los *otakus* se lucen en los salones, tanto para ser fotografiados como para concursar en las competiciones de *cosplay*. Se esfuerzan por parecerse el máximo posible a sus personajes preferidos y preparan demostraciones tanto individuales como en grupo (*cosplay* grupal); de un personaje del mismo sexo o del contrario (*crossplay*); de una serie *manga*, *anime* o, incluso, de videojuegos. Las razones que impulsan la

elección de un *cosplay* pueden ser: el deseo de encarnar al personaje favorito o en concordancia con la personalidad de quién lo imitará; así como para que la gente los consideren como a una estrella y se hagan fotografías con ellos, como si fueran la encarnación de lo ficticio. Otra razón es, según los encuestados, “por las risas; los salones son mejores con *cosplay*”.

El Salón del Manga organiza dos concursos de *cosplay*: el Concurso de Cosplay del Salón de Manga y el Concurso World Cosplay Summit. El primero ofrece la posibilidad de participar en otras dos competiciones a nivel europeo, European Cosplay Gathering de París y EuroCosplay de Londres; mientras que el Concurso World Cosplay Summit, que se celebra a nivel mundial, lleva a los ganadores a la ciudad de Nagoya en Japón para actuar en la Desfilada, en el Campeonato de Cosplay y también presentarse delante de los medios de comunicación nipones.



Otakus participando en el Concurso World Cosplay Summit en el XIX Salón del Manga de Barcelona (2013).

No obstante, no todos los que acuden a estos eventos practican este arte de disfrazarse. De hecho, la mayoría de los *otakus* visten sin destacar demasiado del resto de los jóvenes, tal y como señala Megarrel, que, según la temporada, o bien viste con una chaqueta de piel negra y camisetas de grupos de rock, o bien con camisas de manga corta con flores de colores. Según él, ser *otaku* es un sentimiento y



Stand gyaru en el VI Japan Weekend de Barcelona (2014).

no un estilo en concreto. Aun así, se pueden distinguir dos tendencias diferentes, especialmente entre el sexo femenino: el estilo Lolita y el *Gyaru*. En el primer caso, se trata de vestidos cortos inspirados en la época victoriana francesa. Carles Fernández distingue entre el estilo Lolita Complex, caracterizado por el uso de faldas cortas y medias largas, y el Gothic Lolita, “que mezcla su condición femenina de ícono sexual con la estética *goth* y los

vestidos románticos de origen francés” (cita original en catalán). Por su parte, el *Gyaru* se califica por seguir diferentes modas de Japón y una manera de enterarse de las tendencias es asistiendo a los stands de los salones como Japan Weekend o ExpOtaku.

Otra manera de divertirse es creando grupos de baile *Para-Para* y cantando en los karaokes, aunque estas actividades son menos extendidas y los *otakus* tienen sentimientos dispares en cuanto a ellas: algunos disfrutan de estas actividades junto a los amigos, a otros les da vergüenza cantar o bailar en público, y a los más puristas no les gustan porque se presentan en un formato distinto al japonés: “realmente, ir a cantar es bastante divertido. No tiene mucho más el concepto. Es una actividad para pasárselo bien. Eso sí, en Japón los karaokes son en salas cerradas (yo cuando fui me lo pasé bastante bien). Aquí suelen ser en un escenario y abierto. Es otro ‘rollo’”. Pero también hay quien opina que “es

divertido cantar canciones de *anime* o videojuegos delante de mucha otra gente que tienen los mismos gustos y que hay gran posibilidad de que conozcan la misma canción y te ayuden a cantarla”. Los concursos de karaoke que se organizan en los salones ofrecen también una oportunidad de triunfar: la de convertirse en *idol*. Las *idol* en Barcelona son cantantes, generalmente del sexo femenino, que se dan a conocer en este tipo de concursos, con canciones de los *anime* (*anison* o *j-anime*), que llegan a tener su propio grupo de fans y que dan conciertos en los diferentes salones.

Estas actividades, además de unir a estos jóvenes y dar alas a su imaginación, hacen que ser *otaku* deje de estar relacionado solamente con una simple afición para dar lugar, por un lado, a la posibilidad de ostentar un renombre dentro del grupo, ser reconocido y querido por los fans; y, por otro, hace posible seguir y gozar de los ídolos surgidos de los salones, que son

mucho más cercanos y accesibles que los japoneses.

Conclusiones

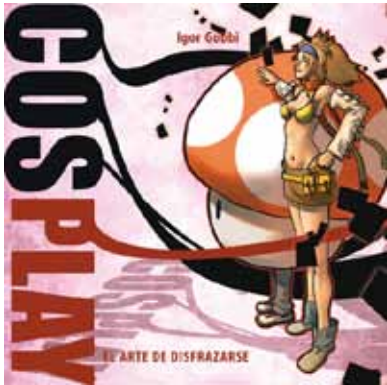
Con la investigación resumida en este texto se ha llegado a la conclusión de que los *otakus*, junto al interés por el *manga* y el *anime*, gustan de las relaciones personales con otros jóvenes, tanto *otakus* como *no-otakus*. Por tanto, no se puede afirmar que los *otakus* sean individualistas y les guste quedarse encerrados en casa. Este hecho queda patente también por el uso que dan a la red y, en particular, a los foros, relacionado principalmente con la ampliación del círculo de amistades que comparten el mismo gusto por el *manga*, el *anime* y la cultura japonesa. Dado que participan en foros y chats regentados por *otakus* y dedicados a ellos, se asume que los participantes no muestran ningún tipo de engaño, en cuanto al sexo, la edad o la afición, sino que ya desde un primer momento se presupone que la información des-

velada en cada presentación personal es cierta. La razón de esta confianza es justamente el traspaso de la línea *online-offline*. Las personas interesadas en conocer a otros *otakus* a través de Internet persiguen el contacto personal y muy pocas veces esta relación queda limitada al espacio virtual. Pasárselo bien con los otros, ya sea acudiendo a los diferentes salones o a las "quedadas" del Arco de Triunfo, es la principal finalidad y la más importante. Dada la escasa investigación que se ha llevado a cabo tanto en Cataluña como en España sobre esta afición, hay muchos posibles hilos a indagar como podrían ser: cuál es la relación entre la realidad y la ficción de este colectivo; qué impacto tiene sentirse *otaku* sobre sus relaciones sociales, familiares o laborales; o qué papel juegan las chicas dentro del grupo y qué les hace ser más participativas que los chicos.

PARA REFLEXIONAR

Vivimos en un mundo que tiene miedo a la diferencia, a todo aquello que no encaje en lo que consideramos normal o que altere esta normalidad. Vivimos en un mundo en el que nos gusta etiquetar, dividirlo todo en bueno o malo y, la mayoría de veces, se considera malo precisamente lo diferente. Como escribió Marc Augé: "necesitamos otros que 'resistan', otros verdaderamente 'otros', para construir y desarrollar nuestra identidad; tenemos necesidad de identificar las fronteras del otro para identificar las nuestras". ¿Son los *otakus* estos otros? ¿Representan lo diferente que necesitamos para sentirnos nosotros? ¿O son una nueva manera de entender la juventud, una nueva manera de expresarse? ¿Cómo los *otakus* de primera generación, hoy en día padres de niños, concilian su identidad *otaku* con su vida parental, social y laboral?

PARA LEER...



Gobbi, I. (2010) ***Cosplay: el arte de disfrazarse***
Palma de Mallorca:
Dolmen Editorial

Este libro presenta la historia del *cosplay* desde su entrada en Occidente a partir del año 1980. El *cosplay* representa la encarnación de un personaje favorito, como diría el autor: “como una obra viviente, ya que la creatividad es la primera de las cualidades que se deben poseer para realizar arte”, y también la exhibición delante de un público formado de fans *manga-anime*. Ser un *cosplayer* no significa solamente ponerse un disfraz sino que hay que vivirlo. Los *otakus* que salen ganadores de los concursos de *cosplay* acaban siendo auténticas estrellas que firman autógrafos, conceden entrevistas, tienen páginas web, reciben cartas de fans, etc.

Bogarín Quintana, M. J. (2011). “**Kawaii. Aproximación de objetos en el fanático de manga y anime**”. *Culturales*, vol. II(13): 63-84.

El autor nos introduce en el mundo de los *otakus* de Méjico, donde los objetos de culto, como son los *manga* o las figuritas de personajes de los *anime*, alejan a los coleccionistas de la realidad y los “japonizan” a través del estilo y del gusto *kawaii*. *Kawaii* es “la noción estética que atraviesa transversalmente los géneros” y “funciona como un binomio de impulsos que se sustentan en la admiración de lo que es bello por ser tierno y no al revés: consiste en la exclamación de una alegría admirativa (‘¡mira qué lindo!’) y en un deseo espontáneo (‘¡lo quiero!’) en una dirección contraria a la de la belleza que por su majestuosidad provoca una necesidad de posesión”. El *kawaii* puede ser aplicado tanto a animales bonitos humanizados, como a personas que reúnen ciertas características, como ser tímido o dulce.

Menkes, D. (2012). “**La cultura juvenil otaku: expresión de la postmodernidad**”. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1):51-62.

La autora presenta a los *otakus* mejicanos desde el punto de vista de la atracción que sienten tanto por los personajes de los *manga-anime* (*moé*) como por los objetos que representan a estos personajes, ya sean figuras, muñecos o fotografías. Los rasgos *moé* de los personajes están relacionados con las emociones que los *otakus* pueden llegar a sentir, como por ejemplo atracción por los personajes con gafas o que se muestran como tímidos, etc. En cuanto a las relaciones *online* y *offline* de los *otakus*, Dominique Menkes destaca que el contacto que mantienen entre ellos a través de los chats y los blogs está más relacionado con la ficción que con la realidad y, por eso, estas conversaciones y contactos consisten en un intercambio de información sobre productos. Para ella, “los jóvenes *otakus* son la primera generación multimedia y viven en un mundo cada vez más global, sobre-mediatizado, invadido por las altas tecnologías y sometidos a la implacable competencia que rige las relaciones dentro de la sociedad neoliberal”.

Parada Morales, D. (2012). "Manga-anime: una expresión artística que subjetiva a los otakus". *Tesis Psicológica*, 7:160-175.

Artículo que muestra a los *otakus* colombianos como sujetos que se identifican con los personajes *manga-anime* y que crean su realidad y su identidad a través de la cultura japonesa. También se revela la relación que tienen con las nuevas tecnologías y cómo los distintos medios de comunicación (chats, blogs, Facebook) les ayudan a hacerse visibles y a mostrar su integración en la comunidad *otaku*.

PARA VER...



Heidi

Japón, Alemania, 1974
(Año primera emisión del anime: 1974)
Capítulos de 23 min. aprox.

Serie *anime* basada en el libro homónimo de la escritora suiza Johanna Spyri, producida por la empresa japonesa Zuiyo Eizo –más tarde convertida en Nippon Animation– y la cadena alemana Zweites Deutsches Fernsehen. Gracias a su éxito conseguido en España, se abren posteriormente las puertas a nuevos *anime*, y especialmente a *Bola de Drac*, hecho que posibilitó la creación de la comunidad *otaku*.



Otaku: fils de l'empire du virtuel
(*Otaku: hijos del imperio de lo virtual*)
Dirigida por Jackie Bastide
y Jean-Jacques Beineix
Francia, 1994; 90 min.

Documental realizado por Jean-Jacques Beineix en el que entrevista a adolescentes japoneses "otaku", apasionados de los videojuegos, el manga y las criaturas robóticas, que solo viven para el objeto de su pasión.



Naruto

Creada por [Masashi Kishimoto](#)
Japón, 2002 - 2007
(Año primera emisión: 2002)
Capítulos de 24 min.

Serie *anime* basada en el *manga* homónimo de Masashi Kishimoto. Este *anime* es importante porque inicia lo que se considera como la segunda generación de *otakus*, también llamada "la generación *Naruto*".

Satoshi Kon



Las películas y series de Satoshi Kon, especialmente [Perfect Blue](#), [Paranoia Agent](#), y [Paprika](#) retratan personajes influenciados por la cultura Otaku, en el sentido de obsesión pasional hacia su objeto de adoración, en donde el hobby se convierte en meta de la vida misma y toma control sobre ella y permiten medir la diferencia entre el fenómeno en Japón y la realidad barcelonesa analizada por Alina Gavrus.

Para más información (en inglés) sobre la manera de percibir el movimiento otaku por parte de Satoshi Kon:

<http://the-artifice.com/satoshi-kon-otaku-anime>.

SOBRE LA AUTORA

Alina Gavrus

Es licenciada en Humanidades por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) con la especialización Mundo Contemporáneo. Actualmente está cursando el máster de Antropología Biológica en la Universidad de Barcelona (UB). Es socia investigadora de la Asociación Catalana de Emblemática, Arte y Sociedad desde el año 2012.

Sus intereses de investigación se centran en el estudio de las tradiciones, de la sociedad y de la mujer, con una mirada interdisciplinaria que engloba tanto la vertiente sociocultural como la biológica.

NOTICIAS AFIN

Bruna Alvarez participó en la quinta edición del congreso internacional *Emotional Geographies* realizado en Edimburgo (UK) los días 10 y 12 de junio del 2015. Alvarez participó de la sesión titulada '*Maternities: Time, Temporalities and the Emotional Geographies of Being/Becoming a Mother II: Liminality and journeys of non/motherhood*', donde presentó parte de los resultados de su tesis doctoral correspondientes al análisis de la decisión de la maternidad en el Estado Español. Las diferentes presentaciones del panel de *Maternities* giraron alrededor de la relación del tiempo y el espacio en las mujeres y la maternidad.

En el mismo mes de junio, Alvarez también participó del congreso internacional *Motherhood and Culture*, realizado en Maynooth (Irlanda) entre los días 15 y 17 de junio, con la presentación del paper '*The decision of motherhood in Spain*', dentro de la sesión '*Anthropology and motherhood*'. Es importante destacar que el tema de la decisión fue un tema muy presente en el congreso, ya que distintas presentaciones analizaban la relación entre la maternidad y distintas situaciones y circunstancias donde las mujeres tenían que tomar una decisión. El congreso contó con la presencia de Nancy Chodorow y Andrea O'Reilly, especialistas en maternidad y feminismo.

